

# Sergio Martínez Campos

Consejero delegado  
HISPANO SUIZA

## «Hispano Suiza es una apuesta sostenible que dará que hablar»

El mítico fabricante español de automóviles, nacido en 1904, compite con «los grandes» en el mercado internacional



POR FERNANDO ÁLVAREZ

**S**ergio Martínez Campos es el consejero delegado de Hispano Suiza, el hombre elegido por la familia Suqué Mateu para revivir la marca que en 1904 ponían en marcha un grupo de industriales con Damián Mateu y Francisco Seix a la cabeza y el ingeniero suizo Marc Birkigt. Desde entonces, cuatro generaciones de la familia Suqué Mateu se han esforzado para mantener viva la marca, hasta que en 2019 se da el paso para retornar al mercado del gran lujo.

Sergio Martínez Campos tiene un largo recorrido profesional que pasa en una de sus últimas etapas por QEV Technologies, empresa española relacionada con la alta competición, involucrada en el equipo NEXTEV TCR que con Nelson Piquet logró un Mundial de Formula E, más tarde con el equipo indio Mahindra y de nuevo con NIO 333, el equipo chino derivado de NEXTEV. Esta trayectoria es relevante para entender la naturaleza de la nueva Hispano Suiza, de la que han llegado a decir que es la start-up más antigua del mundo.

**¿Cómo es posible hoy una aventura de estas características cuando las grandes automovilísticas invierten cientos de millones de euros en el desarrollo de cada modelo?**

La familia llevaba ya mucho tiempo pensando en cómo relanzar, en cómo retornar a este mundo del automóvil, hoy muy com-

petitivo, con grandes grupos financieros y grandes operaciones. No nos podíamos permitir el lujo de que una marca como Hispano Suiza se lanzara al mercado sin haber tenido antes los mejores ingredientes. Si volvíamos era para quedarnos. Es un proyecto muy meditado. Miguel Suqué tiene una visión estratégica de largo plazo, consistente en que teníamos que partir de una experiencia, de un talento consolidado y sobre cosas ya probadas.

**Carmen es el nombre del primer modelo de Hispano Suiza en este regreso. Se trata de un hiper deportivo eléctrico de más de 1.000 caballos ¿Es un proyecto que parte de cero?**

Carmen es un proyecto diseñado desde cero, pero con el conocimiento y experiencia adquirida en proyectos anteriores, como la propia Formula E. Somos conscientes de dónde venimos, dónde estamos y dónde queremos ir y es por eso que decidimos hacer algo diferente y sostenible económicamente. Nos preguntamos si era posible hacerlo y nos dijimos que sí, aunque el camino no iba a ser fácil. En el desarrollo de Carmen nos planteamos si podíamos replicar el funcionamiento de un coche de la Fórmula E de 295 CV en un deportivo de 1.000 CV. Nos dijimos «sí»; pues es nuestro momento. Y ahí tenemos esa plataforma que ya funciona y que ya ha sido elogiada por pilotos como Fittipaldi y Pérez Sala. No sólo corre, también frena y no se para por exceso de temperatura del motor o de las baterías, un gran

“Tenemos en mente hacer coches eléctricos de menos potencia. Eso nos llevará a que el coste de implementación y desarrollo sea menor»

“No es una pega tener 400 kilómetros de autonomía. El comprador de este coche no hace recorridos largos. Los disfruta de otra manera»

logro que nos ha hecho ser los primeros en llegar al mercado con un hiper deportivo eléctrico de más de 1.000 cv, que está dotado de una tecnología ya probada. Hemos conseguido una plataforma viable y económicamente sostenible.

**La industria del automóvil está viviendo un proceso de concentración en la que los grandes compran a los pequeños ¿Hispano Suiza podrá sobrevivir en este ambiente?**

No sé si corremos el riesgo o no en este momento. Nosotros vamos a ser muy fieles a nuestro

proyecto, a lo que queremos de Hispano Suiza, porque es mucho más que una marca: es una historia y es un legado. Estamos muy seguros de que nuestros productos van a ser disruptores en la industria del automóvil y van a seguir dando mucho que hablar. Esta esencia nos diferencia de otras marcas e igual también nos hace más atractivos. Somos unos pequeños locos de la ingeniería. Vamos a seguir nuestro camino y nunca se sabe lo que pasará

**¿En qué mercado compite Hispano Suiza?**

El mercado en el que competimos no tiene límites. Es internacional y somos conscientes de que marcas como Rimac, Bugatti, Ferrari o Porsche se están preparando y vendrán con productos muy buenos, aunque la cuestión es si esos proyectos serán financieramente sostenibles. No nos relajamos y estamos muy alerta.

**¿Qué se plantea Hispano Suiza en el medio y el largo plazo?**

Cuando relanzamos la marca ya pensamos en qué queremos ser de mayores, pero de momento tenemos el Carmen, un proyecto que hay que consolidar, con un programa previsto de fabricación de 19 unidades y otras 5 de la evolución Carmen Boulogne, que conmemora los primeros trofeos en competición de Hispano Suiza, lo que nos ocupará los 3 o 4 próximos años. Carmen se fabrica bajo pedido y en este momento tenemos cuatro unidades en producción y ya se están cerrando los siguientes pedidos. Tenemos res-

ponsabilidad sobre las 42 familias que dependen de Hispano Suiza. Nuestro sueño es ver esas 24 unidades un día en el Castillo de Peñelada y es por eso que nos fijamos mucho en quien va a ser el comprador de Carmen. Tenemos que ser muy conscientes del mercado en el que competimos y los costes de implementar cualquier nuevo producto. No queremos hacer proyectos que no sean sostenibles económicamente.

**¿En la estrategia a medio plazo Hispano Suiza apostaría por automóviles más racionales, con menos caballos, más autonomía y más funcionalidad, sin renunciar al gran lujo?**

Si hemos sido capaces de hacer una plataforma de más de 1.000 cv ya somos capaces de hacerlas de menores potencias. Ya tenemos en mente hacer coches de menos potencia y eso nos va a llevar a que el coste de implementación y de desarrollo van a ser mucho menores.

**En el relanzamiento han apostado por el futuro eléctrico.**

**¿Siendo Carmen un eléctrico de más de 1000 CV no es poco ofrecer una autonomía de 400 kilómetros?**

No es una pega. Carmen es una joya, un objeto de colección. El comprador de este hiper deportivo no va a hacer recorridos tan largos. Los dueños de estos coches no hacen kilómetros, los disfrutan de otra manera, en circuitos o en cortos recorridos. La larga distancia no penaliza aquí porque es otro concepto de utilización.