**BTS CGO 2015**

**EL ÉXITO DE LOS COCHES ‘LOW COST’**

Texte n°5

*El País*, 17/01/2015

Hace unos años, pocos apostaban a que Renault fuera a triunfar con Dacia, un oscuro fabricante rumano adquirido por la marca francesa. Aun cuando sus coches estaban pensados para Europa del Este y los países emergentes, se los ve ahora por las calles de toda Europa. El Sandero, que cuesta menos de 7.000 euros con los descuentos, es el preferido entre los llamados low cost, los de menos de 8.500 euros.

¿Qué explica el éxito de Dacia y otros modelos de bajo precio? Primero, lo explica la crisis que ha destruido el mercado de los coches de más de 12.000 o 13.000 euros. Igual que en otros sectores, el sector automovilístico está polarizado entre los vehículos baratos y los de lujo. “Hay mucha gente que necesita un coche y ahora no puede pagar más de 8.000 euros”, explica David Barrientos, portavoz de ANFAC, la patronal de la industria. Ricardo Conesa, experto en automoción de IE Business School, añade que “antes, había mayor alegría, pero ahora hay gente que solo va a comprar un coche cuando el suyo se estropea**1**. Y, cuando lo hacen, buscan un tipo de vehículos de cuyo proceso de fabricación se ha eliminado todo lo que es superfluo”.

El segmento low cost ha venido para quedarse. Cada vez hay más gente que quiere pagar lo menos posible por un coche, igual que en el textil o la electrónica. Y no solo por ahorrar costes sino porque cada vez más conductores solo dan un uso urbano a su vehículo. Un estudio elaborado por la firma financiera Cetelem en 2013, el 74% de los conductores españoles se ha planteado adquirir un low cost. “Esto explica que la industria siga embarcada en reducir precios y construir coches más pequeños” explica Conesa. “Los precios medios han bajado hasta un 15% en los últimos cinco años y es probable que sigan en ese camino”, añade Barrientos.

**VOCABULARIO**

1. estropearse : *s’abîmer*