



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“EL NACIMIENTO DE UN NUEVO GIGANTE

AUTOMOVILÍSTICO: FUSIÓN FCA-PSA.

CAMBIOS EN EL MODELO DE NEGOCIO DE LA

AUTOMOCIÓN”

AUTOR

SARA MORALES CAÑIZARES

FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID





UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN COMERCIO

2019-2020

TRABAJO FIN DE GRADO

**“EL NACIMIENTO DE UN NUEVO GIGANTE AUTOMOVILÍSTICO: FUSIÓN
FCA-PSA.
CAMBIOS EN EL MODELO DE NEGOCIO DE LA AUTOMOCIÓN.”**

Trabajo presentado por: Sara Morales Cañizares

Firma:

Tutor: Elena Fernández Alonso

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO
Valladolid, 15 de julio de 2020



Índice

1. Introducción al sector de la automoción. Peso en nuestra economía.....	4
2. Cambio del modelo de negocio dentro del sector.....	5
2.1. Retrospectiva de los últimos diez años.....	5
2.2. Vida del sector durante la crisis del 2008.....	8
2.3. La nueva era. Qué ha supuesto para el fabricante.....	13
2.4. Concesionarios. El peso de un vertiginoso descenso sobre una empresa.....	19
2.5. Cambios en las leyes de emisiones. De la NEDC a la WLTP.....	21
2.6. Hibridaciones.....	24
2.7. Vehículos eléctricos.....	32
3. Presentación Grupo FCA.....	34
3.1. Marcas que representa.....	37
3.2. Análisis DAFO de sus competencias.....	40
4. Presentación Grupo PSA.....	41
4.1. Marcas que representa.....	42
4.2. Análisis DAFO de sus competencias.....	43
5. La fusión. El nacimiento del cuarto fabricante mundial automovilístico.....	44
5.1. El porqué de la fusión.....	44
5.2. Cómo afectará a ambos grupos.....	47
5.3. Qué peso pretende alcanzar a nivel económico.....	47
5.4. Marcas vestigiales dentro del grupo. ¿Realidad o pánico inicial?.....	49
6. Conclusiones.....	50
7. Bibliografía.....	51



1 INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN. PESO EN NUESTRA ECONOMÍA

Dentro del sector industrial, el sector de la automoción se yergue como un pilar fundamental y constituye una de las industrias más fuertes a nivel mundial. En España representa el 10% del PIB (incluyendo distribución y actividades inherentes a ella) y el 19% del total de las exportaciones españolas. Esta industria es de suma importancia ya que genera en torno a trescientos mil empleos directos, llegando a sumar hasta dos millones de puestos si se contabilizan las actividades anexas que la conforman.

Los distintos fabricantes de automóviles luchan por mantener el ritmo de matriculaciones, por poseer la exclusiva de modelos nuevos, por ser los primeros en tener entre sus filas los vehículos menos contaminantes... y luchan del mismo modo y de forma titánica para adecuar sus vehículos a las nuevas normativas que se están imponiendo.

Se ha optado por la elaboración de este trabajo ya que este sector se encuentra siempre en constante evolución y no solo ha tenido que sobreponerse a los golpes que le han propinado las distintas crisis económicas, sino que también ha tenido que aprender a reinventarse.

A lo largo del mismo podremos analizar cómo ha ido cambiado el modelo de negocio, como han sobrellevado los distintos integrantes del sector los distintos reveses económicos, cómo han fluctuado los niveles de matriculaciones e ingresos en España... para llegar en el punto final a la creación de lo que se espera que sea el nacimiento del cuarto fabricante automovilístico con la fusión de los grupos FCA y PSA.

Los grupos automovilísticos, además de medir sus fuerzas, tienen en ocasiones que aunarlas para poder ser más fuertes y abarcar más áreas geográficas, más mercado objetivo y más poder económico frente a otros grupos. Es este el caso que nos ocupa, ya que dos grupos importantes dentro del sector han decidido fusionarse para hacerse más competitivos.

A partir de este estudio se establecerán una serie de conclusiones que serán útiles para comprender la magnitud del sector automovilístico desde un punto de vista más interno, mejorando la comprensión del funcionamiento íntegro del mismo, desde el fabricante al cliente final.



2. CAMBIO DEL MODELO DE NEGOCIO DENTRO DEL SECTOR

2.1 RETROSPECTIVA DE LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS

El primer paso para alcanzar a comprender cómo ha cambiado el modelo de negocio dentro del sector a la automoción es saber de dónde venimos, qué situaciones han venido siendo planteadas durante los últimos años, en este caso durante la última década.

Más adelante, en los siguientes puntos, se detallará de forma concreta qué ha supuesto para el fabricante y para el punto de venta, el concesionario.

Veníamos de unos años de bonanza sin precedentes que nos hicieron creer que éramos invencibles, pero el año 2008 nos hizo entrar en una realidad muy distinta. La crisis dio un giro de 180 grados e hizo que se balanceara la economía mundial, se paralizaron los créditos, lo que dio lugar a una restricción del consumo, lo que, a su vez, dio lugar a un parón sin precedentes para el sector de la automoción.

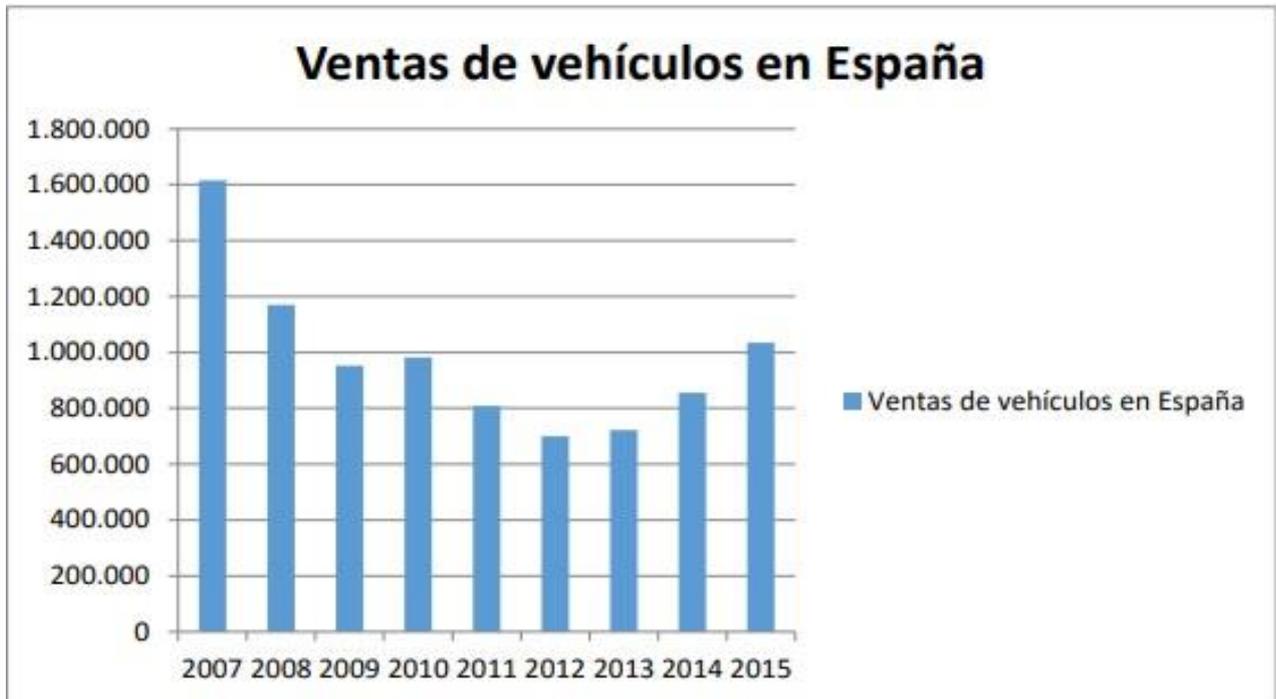
Este contexto mundial lleno de dificultades dio lugar a una fuerte caída de la demanda. Entre septiembre de 2008 y enero de 2009 en casi toda la OCDE (Organización para la cooperación y el desarrollo económico) se dio en promedio una caída en la producción de más del 20% que acentuó aún más los problemas de sobrecapacidad y rentabilidad ya existentes anteriormente.

El origen de la crisis tuvo lugar en las economías más desarrolladas y, en consecuencia, fueron estas mismas economías las que sufrieron las peores consecuencias. La contracción de la demanda externa arrastró todo lo que tenía a su paso, lo que dio lugar al desplome del empleo y a una caída libre de la renta disponible, lo que mermó las ventas de vehículos y al mismo tiempo disparó el stock en concesionarios y fábricas.

Se estancó el consumo privado. La adquisición de bienes duraderos fue la que experimentó una mayor contracción. La compra de automóviles por particulares experimentó un descenso del 30% en el conjunto del año 2008, pero la caída fue aún más intensa en verano, donde se alcanzó el 46%. (Banco De España, Informe anual de 2008).



Gráfico 1: Ventas de vehículos en España (2007-2015)



Fuente: Lavanguardia.com

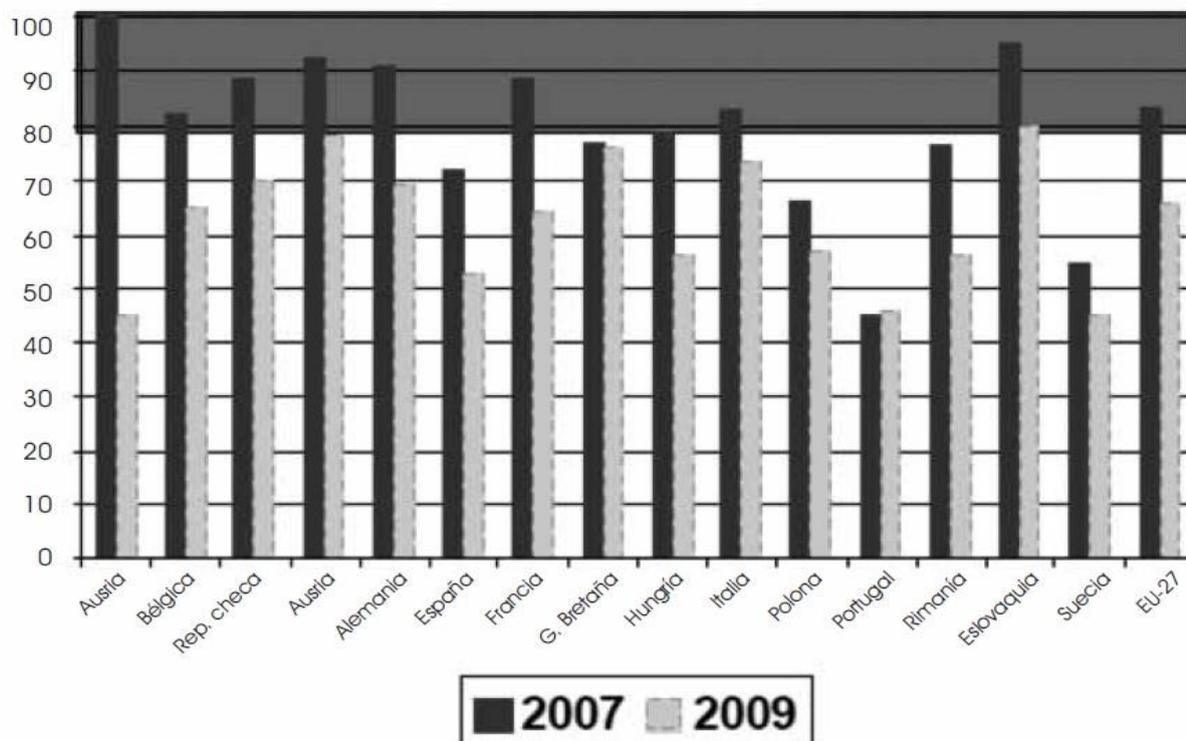
Tal y como se puede apreciar en el anterior gráfico, las ventas descendieron estrepitosamente en 2008, pero la fuerte recesión daría como resultado picos aún más bajos en los años venideros, haciendo que las ventas no llegaran al nivel de 2008 ni siete años después.

El origen de la crisis en Europa fue distinto al origen que tuvo que Estados Unidos. Nuestro mayor problema fue la sobrecapacidad. Las fábricas se construían de manera imparable y los vehículos llegaban a los concesionarios en manadas, lo que hacía que el sector cada vez estuviera en una situación más angustiosa.

La capacidad productiva no paraba de ampliarse, pero el problema radicaba en que el mercado no terminaba de arrancar. Esto ocasionó que los fabricantes comenzaran a llevar a cabo malas prácticas dando a los concesionarios unos enormes descuentos para que, fuera como fuere, llegaran a los objetivos de ventas. Automatriculaciones, demos, descuentos para flotas, cesiones para liberar stock... cualquier tipo de matriculación era bienvenida siempre que fuera considerado venta y sumara una unidad al cómputo global.



Gráfico 2: Capacidad de utilización estimada por los países productores en %.



Fuente: Parlamento Europeo (web ACEA).

A esta mala praxis se sumaron también los bancos. Las financiaciones eran baratas y fáciles de conseguir (prácticamente sin requisitos) lo que fue provocando una inmensa burbuja de ventas. Durante el verano de 2008, los fabricantes vieron claro que estaban empujando el mercado al desastre y, además, sin obtener ningún tipo de rentabilidad. Pero, aunque se dieron cuenta, no lo hicieron a tiempo. El sector ya había sido zarandeado pero el crack financiero provocado por la quiebra de Lehman Brothers fue lo que hizo dinamitar definitivamente el sector automovilístico.

El gobierno ha tenido una gran relevancia en la evolución de la crisis de la automoción, dando ayudas a los compradores para poder adquirir vehículos nuevos y de esta forma renovar el parque automovilístico. Algunas de estas ayudas las veremos en el siguiente punto.



2.2 VIDA DEL SECTOR DURANTE LA CRISIS DEL 2008

Tal y como se explicaba en el punto anterior, la crisis afectó de forma muy dura al sector que nos ocupa. Las ventas se desplomaron y el número de matriculaciones, en consecuencia, se vio mermado sobre todo y de manera más significativa durante los primeros años de la crisis.

Sigue a continuación una tabla que indica el número de matriculaciones a nivel mundial desde el año 2008, cuando todo comenzó, hasta el año 2016, donde ya se empezaron a atisbar repuntes.

Gráfico 3: Número de matriculaciones a nivel mundial. Unidades y porcentaje_%

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% Var 16/15	Matric. Mundial
China	9.380.502	13.644.794	18.061.936	18.505.114	19.306.435	21.984.079	23.499.001	24.597.583	28.028.175	13,95%	29,86%
EEUU	13.493.165	10.601.368	11.772.219	13.040.613	14.785.936	15.883.443	16.522.663	17.470.659	17.865.773	2,26%	19,04%
Japón	5.082.233	4.609.333	4.956.148	4.210.224	5.369.721	5.375.513	5.562.888	5.046.511	4.970.260	-1,51%	5,30%
Alemania	3.425.039	4.049.353	3.198.416	3.508.454	3.394.002	3.257.718	3.356.718	3.539.825	3.708.867	4,78%	3,95%
India	1.983.071	2.266.269	3.040.390	3.287.737	3.595.508	3.241.302	3.177.005	3.425.336	3.669.277	7,12%	3,91%
UK	2.485.258	2.222.542	2.293.576	2.249.483	2.333.763	2.595.713	2.843.025	3.061.406	3.123.755	2,04%	3,33%
Francia	2.614.829	2.718.599	2.708.884	2.687.052	2.331.731	2.207.373	2.210.927	2.345.092	2.478.472	5,69%	2,64%
Brasil	2.820.350	3.141.240	3.515.066	3.633.253	3.802.071	3.767.370	3.498.012	2.568.976	2.050.321	-20,19%	2,18%
Italia	2.421.918	2.357.443	2.164.153	1.942.949	1.545.764	1.420.814	1.493.008	1.725.387	2.050.292	18,83%	2,18%
Canadá	1.673.522	1.482.232	1.583.388	1.620.221	1.716.178	1.780.523	1.890.387	1.939.949	1.983.745	2,26%	2,11%
Corea S	1.235.020	1.463.002	1.570.403	1.592.229	1.565.264	1.556.086	1.661.868	1.833.786	1.823.041	-0,59%	1,94%
Méjico	1.073.764	775.751	848.354	936.780	1.024.574	1.100.542	1.135.409	1.351.648	1.647.723	21,90%	1,76%
Irán	1.190.000	1.320.000	1.642.843	1.688.194	1.044.430	804.750	1.287.600	1.222.000	1.448.500	18,54%	1,54%
Rusia	3.222.346	1.597.457	2.107.135	2.901.612	3.141.551	2.998.650	2.592.396	1.437.930	1.404.464	-2,33%	1,50%
España	1.362.586	1.074.222	1.114.119	931.404	790.991	822.950	1.029.782	1.277.059	1.347.344	5,50%	1,44%
Australia	1.012.164	937.328	1.035.574	1.008.437	1.112.032	1.136.227	1.113.224	1.155.408	1.178.133	1,97%	1,26%
Indonesia	603.774	486.088	764.710	894.164	1.116.230	1.229.811	1.195.409	1.031.422	1.048.134	1,62%	1,12%
Turquia	494.355	557.126	760.913	864.439	817.620	893.124	807.486	1.011.194	1.007.857	-0,33%	1,07%
Tailandia	615.270	548.870	800.357	794.081	1.423.580	1.330.672	881.832	799.632	768.788	-3,86%	0,82%
TOTAL	68.332.072	65.595.076	75.064.176	78.203.429	82.199.561	85.474.817	88.164.642	89.677.983	93.856.388	4,66%	100%

Fuente: OICA

Como se puede apreciar, el sector intentó aguantar en España de manera estoica y dio un resultado de 1.362.586 matriculaciones en el año 2008, cuando todo comenzaba. Las ventas fueron descendiendo progresivamente hasta el año 2012, donde alcanzaron el mínimo, 790.991 unidades, teniendo un leve repunte en el año 2010 con 1.114.119.



Es importante reparar en estos datos, dado que, si nos fijamos en la mayoría del resto de países durante el transcurso de esos cuatro años, no fue tan estrepitosa la caída de matriculaciones. Por el contrario, fueron aumentado cifras. Esto es debido a la sobrecapacidad de la que se hablaba en el punto anterior, la cual hizo que en España hubiera demasiado stock disponible y matriculado en los concesionarios a los que era imprescindible dar salida. Esto, unido a la caída de la renta familiar, hizo que se desplomaran el número de matriculaciones.

A partir de 2012 y de manera paulatina, se fue alcanzando un mayor número de matriculaciones. Aunque como bien se puede observar en los datos, ni siquiera en 2016 se consiguió alcanzar el número de matriculaciones con el que se había cerrado 2008. Aunque la diferencia no es muy significativa en cuanto a número, ya que solo dista en 15.242 matriculaciones, sí que resulta preocupante que en ocho años no se alcanzaran los niveles de donde se partía.

La crisis fue acuciante en cuanto a matriculaciones y esto repercutió de forma directa en las unidades producidas a nivel mundial.

Gráfico 4: Producción de unidades y porcentaje a niv el mundial

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% Var 16/15	% Prod. Mundial
China	9.299.180	13.790.994	18.264.761	18.418.876	19.271.808	22.116.825	23.731.600	24.503.326	28.118.794	14,8%	29,6%
EEUU	8.693.541	5.711.823	7.762.544	8.653.560	10.328.884	11.066.432	11.660.702	12.100.095	12.198.137	0,8%	12,8%
Japón	11.575.644	7.934.516	9.628.920	8.398.654	9.942.711	9.630.181	9.774.665	9.278.238	9.204.590	-0,8%	9,7%
Alemania	6.045.730	5.209.857	5.908.985	6.311.318	5.649.269	5.718.222	5.907.548	6.033.164	6.062.562	0,5%	6,4%
India	2.332.328	2.632.694	3.557.073	3.936.448	4.145.194	3.898.425	3.844.857	4.125.744	4.488.965	8,8%	4,7%
Corea S	3.826.682	3.512.926	4.271.741	4.657.094	4.557.738	4.521.429	4.524.932	4.555.957	4.228.509	-7,2%	4,5%
Méjico	2.167.944	1.557.290	2.342.282	2.680.037	3.001.974	3.054.849	3.368.010	3.565.469	3.597.462	0,9%	3,8%
España	2.541.644	2.170.078	2.387.900	2.373.025	1.979.103	2.163.338	2.402.978	2.733.201	2.885.922	5,6%	3,0%
Canadá	2.082.241	1.490.482	2.068.189	2.134.893	2.463.732	2.379.834	2.394.154	2.283.474	2.370.271	3,8%	2,5%
Brasil	3.215.976	3.182.617	3.381.728	3.406.150	3.342.617	3.712.380	3.146.386	2.429.463	2.156.356	-11,2%	2,3%
Francia	2.568.978	2.047.693	2.229.421	2.242.928	1.967.765	1.740.220	1.821.464	1.970.000	2.082.000	5,7%	2,2%
Tailandia	1.393.742	999.378	1.644.513	1.457.798	2.483.043	2.457.057	1.880.587	1.915.420	1.944.417	1,5%	2,0%
UK	1.649.515	1.090.139	1.393.463	1.463.999	1.576.945	1.597.872	1.598.879	1.682.156	1.816.622	8,0%	1,9%
Turquia	1.147.110	869.605	1.094.557	1.189.131	1.072.978	1.125.534	1.170.445	1.358.796	1.485.927	9,4%	1,6%
Rusia	1.790.301	725.012	1.403.244	1.988.036	2.231.737	2.184.266	1.887.193	1.384.399	1.303.989	-5,8%	1,4%
Resto	11.980.238	9.503.905	11.673.824	12.768.929	12.357.448	12.067.247	12.549.258	12.148.569	11.032.046	-9,2%	11,6%
TOTAL	70.520.493	61.703.997	77.609.901	80.092.840	84.141.209	87.249.845	89.776.465	90.683.072	94.976.569	4,7%	100%

Fuente: OICA



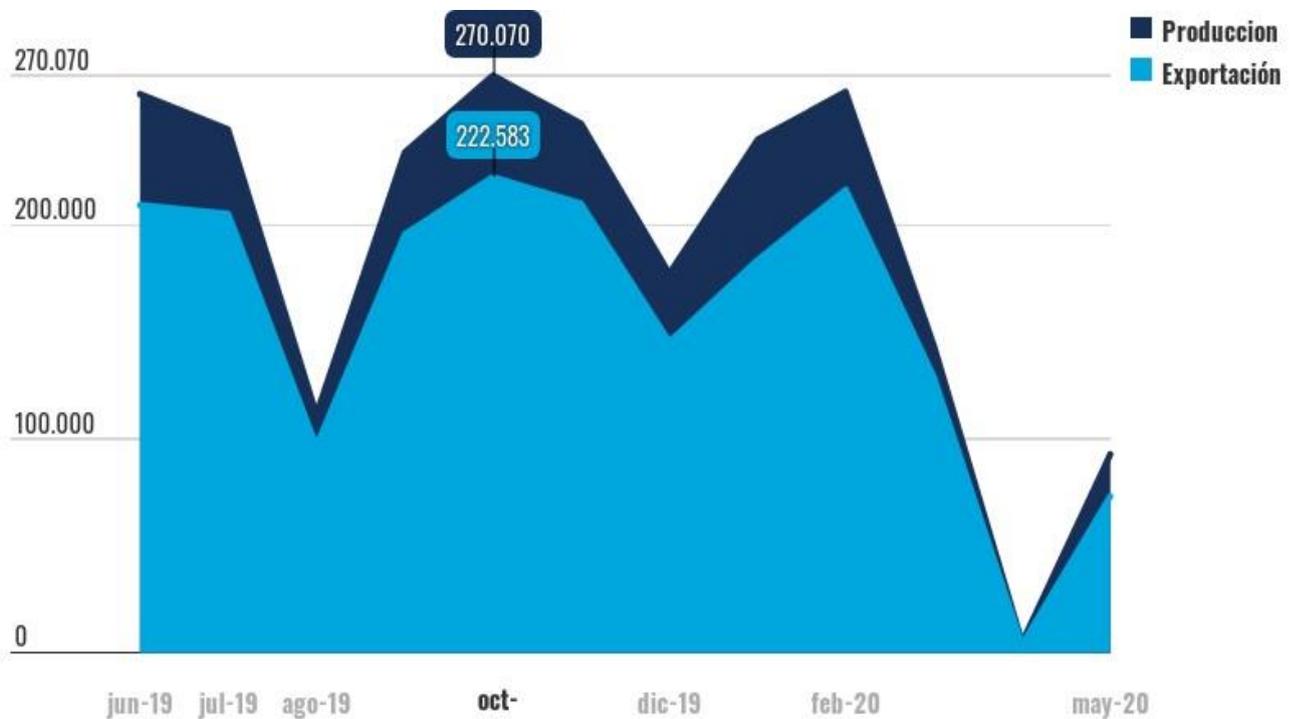
Al contrario que ocurría con las matriculaciones, donde no logramos equiparar el número de matriculaciones del último año representado en la tabla (2016) al año de inicio (2008), España si logró producir un número de vehículos mayor en 2015 que cuando estalló la crisis en 2008, siendo esta la diferencia en positivo de 344.278 unidades.

Hay que tener en cuenta que España es un país que destina la mayor parte de su producción a la exportación. A medida que iban remontando los mercados mundiales en cuanto a demanda, más vehículos podíamos exportar. Esto fue de gran ayuda para compensar la escasez de matriculaciones a nivel nacional.

La importancia que tiene la exportación de este sector en España puede verse en el siguiente gráfico elaborado por ANFAC. Cabe destacar las cifras del pasado octubre, donde alcanzamos el pico en producción y exportación de los últimos meses, siendo el porcentaje de exportación del 82,4%.

Los datos de los últimos meses arrojan datos influidos de forma clara por la COVID-19. Son los datos más devastadores a los que se ha enfrentado nunca la automoción, llegando a rozar el 0% tanto en producción como en exportación.

Gráfico 5: Producción y exportación en España



Fuente: ANFAC. Mayo 2020



Tras esta debacle en las nuevas matriculaciones, el gobierno tuvo que plantear entonces realizar unos planes para el sector de la automoción con el fin de incentivar la compra de vehículos. En España, los planes de renovación de vehículos se han venido dando desde el año 1994 con los entonces conocidos planes Renove, Prever y posteriormente PIVE.

Estas ayudas que ofrece el gobierno consisten en incentivar la compra de un vehículo nuevo a cambio de dar de baja y retirar de la circulación un vehículo antiguo. Los beneficiarios de esta ayuda pueden ser particulares, empresas, autónomos, pymes e incluso familias numerosas.

Los vehículos que están sujetos a estas ayudas son los denominados M1 (turismos de como máximo 9 plazas) y los N1 (vehículos comerciales ligeros de un máximo de 3.5 toneladas). En ambas categorías, el vehículo debía ser nuevo y debía estar matriculado en territorio nacional.

Las ayudas consistían en un montante que oscilaba entre los 2000 y los 3000 euros. 2000€ para particulares y empresas y 3000€ para personas con movilidad reducida o familias numerosas.

Los descuentos que se ofrecen vienen dados por el gobierno y por el propio fabricante de la marca que se desee comprar.

Estos planes a los que se hace referencia, aunque tuvieron muchísimo impacto y efectivamente cumplieron con su deber (que era el de subir considerablemente cifras de matriculación, tenían una segunda cara).

La parte de descuento que se atribuía al fabricante o vendedor estaba libre de impuestos. Sin embargo, la otra mitad, la que provenía del Estado, sí que tributaba, por lo que el descuento era bastante menor de lo que en un principio se ofrecía.

Los objetivos que persiguen siempre estos planes cuando se emiten, son tres:

1. Renovar el parque automovilístico español. Durante el comienzo de la crisis, nuestro parque automovilístico contaba con unos 20 millones de vehículos, de los cuales el 50% de forma aproximada superaba los diez años, según ANFAC.

2. Disminuir, en la medida de lo posible, los devastadores efectos que estábamos sufriendo debido a la crisis. La automoción era (y es) uno de los pilares fundamentales de la economía española y se intentaba por todos los medios que no se terminara de hundir.



3. Reducir las emisiones de CO₂. Aunque hace diez años no nos encontrábamos en la tesitura actual de vehículos eléctricos, híbridos... siempre ha sido una realidad que cuanto más antiguo sea el vehículo, más contaminante sería. De esta forma, renovando el parque móvil español, se podrían disminuir estas emisiones y contribuir con el medioambiente.

Destacan, durante los años de crisis estos tres planes: PIVE, 2000E y VIVE.

Tabla 1: Diferencias entre los distintos planes del gobierno para incentivar las matriculaciones.

	Plan PIVE	Plan 2000E	Plan VIVE
Ayuda	2.000 €	2.000 €	Intereses financiación
Pagador	1.000 € Estado 1.000 € Fabricante	1.000 € Estado 1.000 € Fabricante	Estado
Valor vehículo	25.000 €	30.000 €	30.0000 €
Vehículo subvencionado	Categoría A o B según IDAE	< 120 gr. CO ₂ .	Sin requisito
Entrega vehículo	> 12 años	> 10 años	No
Presupuesto	75 millones	100 millones	1.200 millones
Duración	11/2012 a 03/2013	05/2009 a 05/2010	11/2008 a 05/2009

Fuente: Motorpasion

El Plan VIVE fue el primer plan lanzado por el gobierno nada más comenzar la crisis, en noviembre de 2008 y estuvo vigente hasta mayo de 2009. La ayuda que se prestaba era en cuanto a intereses de financiación siempre que el valor del vehículo nuevo fuera de mínimo 30.000€, sin ningún requisito más. Para acogerse a este plan no era necesario hacer entrega de un vehículo antiguo. El presupuesto era de 1.200 millones de euros, el mayor de los tres planes.

El Plan 2000€ estuvo vigente desde mayo de 2009 hasta mayo de 2010. Los requisitos para la adquisición de vehículo nuevo fueron modificados y se hicieron más estrictos. En cuanto a la ayuda económica, ya no era en cuanto a intereses de financiación sino en importe monetario. 1000€ aportaría el fabricante y 1000€ el gobierno (por estos últimos habría que tributar en el IRPF, por lo que, al año siguiente durante la declaración de la renta, el comprador podía afrontar un pago de impuestos de entre 400 y 500€).



El importe del vehículo nuevo, de igual forma, debería tener un valor mayor o igual a 30.000€, con la salvedad de que no podría superar los 120gr de CO₂ y se habría de entregar un vehículo de más de diez años. El presupuesto fue de 100 millones de euros.

Por último, el Plan PIVE, vigente de noviembre de 2012 a marzo de 2013. Poseía la misma ayuda económica que el anterior plan, 2000€ repartidos a partes iguales entre el fabricante y el gobierno.

El vehículo nuevo, en este caso, podía ser de un importe de 25.000€ siempre que fuera categoría A ó B y se había de entregar un vehículo de más de 12 años. De los tres planes, este fue el que tuvo un menor presupuesto, contando solamente con 75 millones de euros.

Actualmente y tras la pandemia COVID-19 el gobierno ha vuelto a lanzar un plan para la renovación del parque móvil a la vista de la recesión que puede volver a sufrir el sector. En este caso, es denominado MOVES. La ayuda del fabricante debe ser de 1000€ también mientras que la ayuda del gobierno oscila en base a la antigüedad del vehículo entregado y del tipo de vehículo que se vaya a adquirir. Oscila entre los 400€ y 4000€.

Aunque todos los términos aún no están atados, se prevé que el vehículo nuevo deba tener unas emisiones inferiores a 120gr y que el vehículo antiguo que se entregue lleve más de un año a nombre del propietario que pretende comprar el vehículo nuevo.

El presupuesto para este plan se presume de 120 millones de euros.

2.3 LA NUEVA ERA. QUÉ HA SUPUESTO PARA EL FABRICANTE.

Antes de plantear cuál es la situación de los fabricantes ante la nueva era, vamos a seguir con el hilo transversal de este punto y situar primero su tesitura ante la crisis que sufrimos durante la pasada década y, por qué no, plantear cómo puede sucederse la situación durante la recesión económica que se veía venir desde hace meses, pero que ahora mismo está dando vueltas encima del sector como no lo ha hecho nunca con la llegada de la pandemia del COVID-19.

Los que están posicionados en la primera línea de fuego ante la crisis del automóvil son los fabricantes. Si ellos caen, generan un desplome que genera un efecto dominó y hacen caer todo aquello que baila a su ritmo.



El sector de la automoción se vio tan aquejado por la crisis que comenzó en 2008 por un claro motivo que se veía en la introducción de este punto: La sobrecapacidad.

Las fábricas no dejaban de construirse a lo largo y ancho de Europa y cuando la burbuja explotó, las ventas se desplomaron. De pronto, sobraba todo el personal de las fábricas y la producción de vehículos estaba situada fuertemente por encima de la demanda.

En territorio nacional, las fábricas se vieron aquejadas por un importante descenso tanto en trabajadores como en producción.

Vamos a analizar la situación de las fábricas de automoción en las distintas comunidades autónomas.

Gráfico 6: Fábricas afectadas por la crisis en España.



Fuente: CEA (Comisionado Europeo de Automóviles)

ANDALUCÍA

Andalucía posee en su territorio las fábricas de Jaén y Sevilla. La que más sufrió las consecuencias fue Jaén, donde se tuvo que firmar un ERE con sus empleados, el cual afectó a 363 de ellos.

Sevilla, sin embargo, no firmó ERE, pero sí que Renault anunció paradas temporales de actividad.

ARAGÓN

En la Comunidad de Aragón, más concretamente en Zaragoza (Figueroles) se encuentra una de las fábricas más importantes a nivel nacional.



Hoy en día pertenece al grupo PSA, pero cuando aconteció la crisis de 2008 y hasta 2017 cuando se realizó la compra, la planta pertenecía a General Motors.

Fue una de las más afectadas ya que englobaba un mayor número de trabajadores y una producción mayor que el resto de las fábricas del territorio nacional.

En este caso, desde primeros de noviembre se llevó a cabo un ERE en el que se vieron afectados 600 puestos de trabajo. Y no fue lo único. La producción se vio reducida en un espeluznante 20%.

CATALUÑA

En Cataluña se encuentran dos importantes fábricas: Nissan y Seat. Como las demás plantas, sufrió las consecuencias de la crisis.

Nissan avisó a los sindicatos el mismo día que quebró Lehman Brothers de que la planta corría grave peligro. Propuso un ERE para despedir a 1.680 empleados de su fábrica.

Por su parte, la fábrica de Martorell, la cual acoge la marca Seat, realizó un ERE temporal que suspendió hasta 4502 puestos de trabajo en la línea temporal que abarca desde noviembre de 2008 hasta julio de 2009.

Cataluña además vio como sufrían sus fábricas de componentes. Algunos de estos ejemplos son: Magneti Morelli, con 800 despidos, Ficosa con 868 despidos o Estampaciones Sabadell, con 226 rescisiones de contratos.

GALICIA

Vigo entró a la crisis de 2008 con una boyante fábrica de PSA. Su estrategia consistió en paralizar la producción todos los lunes y viernes con el fin de ralentizar la misma y poder situarse en línea con la demanda de vehículos.

De este modo, podrían volver a la normalidad y dejar de lado la sobreproducción, problema por el que más sufrieron todas las fábricas.

NAVARRA

La fábrica de Volkswagen situada en Navarra aprobó durante los últimos meses del año 2008 recortes en su producción. Esto obligó a prescindir de 700 empleados que se encontraban con contratos temporales.



PAÍS VASCO

En Vitoria, la fábrica de Mercedes-Benz programó una reducción en la producción de sus vehículos pasando de 102.400 a 90.000 unidades.

Hizo frente a este recorte de producción con un cierre de 40 días que hizo coincidir con las vacaciones de Navidad de los empleados.

VALENCIA

La planta de Ford planteó a los sindicatos un ERE temporal que se basaba en 21 días que tendrían lugar durante el primer semestre de 2009 y que afectó a un máximo de 5.177 trabajadores.

No obstante, la multinacional ya tenía en marcha anteriormente otro ERE para 900 empleados.

CASTILLA Y LEÓN

Castilla y León no sigue el orden alfabético anterior ya que me gustaría hacer hincapié en nuestra Comunidad Autónoma, que como es sabido, tiene un gran peso en cuanto al mundo de la automoción se refiere.

La automoción fue durante el año 2008 el sector que más expedientes de regulación de empleo registró en Castilla y León. No solo sufrieron las fábricas de Renault, Nissan e IVECO, sino también todas aquellas empresas auxiliares que dan apoyo a dichas fábricas. Y hablamos de empresas de primer nivel como Bridgestone en Burgos, Michelin en Valladolid, Lear en Ávila o Ficosa en Soria.

La industria del automóvil ocupaba entonces 35.000 puestos de trabajo directos en la comunidad mientras que los puestos indirectos ascendían a 60.000. Se trataba del principal sector de la comunidad, con 189 empresas y con un tejido de autónomos importante a su alrededor.

En su conjunto, fueron casi 16.000 los trabajadores de 59 empresas distintas y de tamaños diferentes los que sufrieron su rescisión de contrato.



De los 171 ERE'S que se autorizaron durante ese tiempo, 77 de los aprobados correspondían al sector de la automoción, lo cual supuso un aumento del 141% respecto a los ERE's aceptados en 2007. (El Mundo, economía, 21 de enero de 2009).

➤ Valladolid: Valladolid cuenta con dos fábricas relacionadas directamente con el mundo del motor, Renault e IVECO, pero tras ellas se esconden un centenar de empresas auxiliares así como un gran tejido de autónomos al servicio de estas fábricas.

Valladolid fue perdiendo peso nacional en los años anteriores a la crisis, sobre todo por el fracaso del modelo Modus de Renault.

➤ Palencia: Fábrica de Renault. Reducción de producción y ERE's en plantilla. Para acomodar ambas decisiones se tomó la decisión de quitar un turno de trabajo.

➤ Ávila: Fábrica de Nissan. Al igual que el resto de fábricas, Nissan vio descender sus ventas por lo que redujo su plantilla y producción.

Una vez hecho un repaso por comunidades a lo que sucedió y yendo a un nivel más general, se debe comentar como aspecto muy importante, que los fabricantes están directamente afectados por factores macroeconómicos.

Cuestiones como el desplome del diesel, guerras comerciales entre países (por ejemplo, China y EEUU) e incluso el Brexit hacen que las fábricas caigan en su número de exportaciones, lo que supone un gran grueso del número de ventas.

Por consiguiente, los fabricantes se han tenido que adaptar a la nueva era. Han tenido que reducir la producción de vehículos diesel ya que las ventas han bajado de forma notable (principalmente por la desinformación y la incertidumbre creada en torno a dicho combustible) y hacen, desde hace dos años esfuerzos titánicos por crear modelos y motores que estén de acuerdo con las leyes impuestas en cuanto a emisiones de CO₂.

Hoy en día, los vehículos no pueden emitir más de 95 gramos de CO₂ por KM. Esta medida se impuso en 2018 y se dejó moratoria hasta diciembre de este mismo año, 2020.

Los fabricantes bailan a merced de lo que se dicta de forma general desde organismos como CEPE (Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas) y tienen que adecuar tanto sus fábricas como sus equipos a las nuevas normativas. Debe ser un trabajo rápido y eficaz.



Aunque ya se venía previendo un descenso de ventas progresivo desde el pasado año, la incertidumbre en la que nos estamos viendo envueltos a nivel mundial vuelve a preocupar a los fabricantes.

Ya no se trata sólo de adecuar todos los sistemas a las normativas vigentes, se trata de hacer frente a una situación de la que no conocemos aún la magnitud.

Hasta ahora, en España, (Expansión, motor, 30 de marzo de 2020) la pandemia que nos asedia ha afectado a 60.000 personas y ha supuesto una pérdida de producción que asciende a 237.806 vehículos.

Tan graves como significativos son los datos que arroja la tabla que ha hecho visible ANFAC¹. Se trata de la comparativa de matriculaciones entre marzo de 2019 y del presente año, así como los respectivos acumulados.

Tabla 2: Comparativa de matriculaciones marzo (2019-2020)

CATEGORÍA	MAR-20	MAR-19	% VARIACION	ACUMULADO 2020	ACUMULADO 2019	% VARIACION ACUMULADO
Gasolina	20.782	77.453	-73	120.010	194.220	-38,2
Diesel	9.341	33.018	-72	59.681	90.119	-33,8
Resto	7.521	12.188	-38	39.014	32.551	19,9
Total combustibles	37.644	122.659	-69	218.705	316.890	-31,0
Particular	16.871	51.979	-68	98.610	145.488	-32,2
Empresa	12.613	38.159	-67	77.500	102.277	-24,2
Alquiler	8.160	32.521	-75	42.595	69.125	-38,4
Total canales	37.644	122.659	-69	218.705	316.890	-31,0

Fuente: ANFAC. Abril 2020

¹ ANFAC: Asociación Española de fabricantes de automóviles y camiones
El nacimiento de un nuevo gigante automovilístico: Fusión FCA-PSA. Cambios en el modelo de negocio de la automoción.
Sara Morales Cañizares



2.4 CONCESIONARIOS. EL PESO DE UN VERTIGINOSO DESCENSO SOBRE UNA EMPRESA.

Si hay un eslabón que ha sido vapuleado por todo lo acontecido durante los años de crisis en el mundo de la automoción, ese ha sido el punto de venta, los concesionarios.

El concesionario, aunque pocas veces es valorado como debería, es el pilar fundamental para la columna vertebral que supone todo el sistema de la automoción. Desde que el vehículo entra, por piezas, en cadena de montaje, hasta su entrega personalizada al cliente final, el concesionario es el eterno sufridor.

Cierto es que, en época de bonanza, cuando los márgenes por venta de vehículo eran infinitamente mayores, los concesionarios hicieron buen acopio de beneficios, multiplicaron sus ventas, hicieron crecer a sus equipos de venta y les hicieron trabajar para que aún se multiplicaran más los beneficios. Se beneficiaron de rápeles, vehículos de cortesía y un sinfín de atípicos... es cierto.

Fue una buena época para el sector, igual que lo fue para la construcción, para el sector inmobiliario... para todos los españoles en general.

Pero la realidad es que la crisis golpeó con la misma dureza que la bonanza abrazó. La crisis hizo tambalearse al sector, como se explicaba en el punto anterior y los concesionarios fueron de los más damnificados.

Comenzaron a mermar las ventas y con ello hubo que tomar decisiones drásticas. Hubo que prescindir de la mayor parte de la fuerza de ventas, haciendo que quedaran dos vendedores donde anteriormente había seis.

Hubo que prescindir de muchos mecánicos que eran el apoyo de otros que eran especialistas, incrementando así el paro y la sobrecarga a aquellos que ahora veían que se tenían que ocupar de todo y seguir cumpliendo con los tiempos.

Hubo que prescindir de personal de recambios; ya que no había demanda suficiente de pedidos y con dos personas podían con el trabajo de cinco.

Recepción de vehículos se quedó con una persona, ya que los clientes postergaban en la medida de lo posible las revisiones, el arreglo de golpes, los fallos de luces... todo aquello que antes parecía un gasto superfluo y que ahora, con la incertidumbre y con la tesitura que se vivía, hacía que pareciera un mundo. Se prescindía de contables, de personal de chapa, pintura, lavaderos...



Aunque las bajas de los trabajadores fue algo muy significativo y además, que afectaba bilateralmente, tanto al trabajador como al concesionario, éste último también tuvo que hacer frente a las situaciones que venían dadas de la propia red.

Las ventas descendieron de manera estrepitosa y sin embargo, los fabricantes, seguían exigiendo unos objetivos de ventas que no se llegaban a cumplir.

Recordemos que los concesionarios, en su mayor parte, son pequeñas o medianas empresas regentadas casi siempre por familias. A la hora de la negociación con las marcas, sea la situación que sea, tienen poco poder de negociación ya que es el fabricante el que impone sus normas.

No cumplir objetivos puede parecer algo simple, pero la realidad es que acarrea un exceso de gasto en el concesionario ya que, los vehículos siguen llegando por camiones a la campa y el concesionario sigue teniendo que hacer frente a su pago.

Si estos vehículos no son vendidos, empieza a aumentar el activo en la campa que no tiene salida, por lo que tampoco reporta beneficios. Esto provoca que se tenga que aumentar (el que pueda) las líneas de crédito y se produzca un endeudamiento grave. Todo esto puede derivar, incluso, en que el fabricante efectúe la retirada de la concesión si así lo considera necesario.

Los concesionarios, acusaban directamente a los fabricantes cuando comenzó a hacerse notorio la crisis de 2008. En palabras de Antonio Romero-Haupold, antiguo presidente de FACONAUTO²: "Han producido más de lo que necesitaban y los coches se estocaban. En el momento que ha fallado la financiación para los clientes, la burbuja ha explotado" (El País, Economía, 25 de noviembre de 2008).

Los concesionarios durante este año 2020, ya se venían preparando para otro receso económico que se venía notando desde el pasado año. Se volvía a notar de nuevo un descenso en las ventas generales por fabricantes e incluso se ralentizaba la venta de vehículo de ocasión.

Las familias, prescinden de este tipo de gasto (considerado el segundo más importante después de una vivienda) ante el temor a un nuevo endeudamiento y también porque un automóvil, no se considera algo prioritario y mucho menos en tiempos de crisis.

² FACONAUTO es la patronal que integra las asociaciones de concesionarios oficiales de las marcas automovilísticas y de maquinaria agrícolas presente en el mercado español (www.faconauto.com)
El nacimiento de un nuevo gigante automovilístico: Fusión FCA-PSA. Cambios en el modelo de negocio de la automoción.
Sara Morales Cañizares



De esta forma, los concesionarios ven desde hace unos meses con pavor como se acerca de nuevo la sombra que encendió la mecha. Esa mecha que hace doce años arrasó con todo.

Pero ahora, debido a la pandemia del COVID-19, se espera otro desplome incluso aún peor que el que vivimos doce años atrás. Las exposiciones y talleres han permanecido cerrados durante meses. Sólo había una persona de fuerza de ventas encargada de coger llamadas y estar al tanto de mails y redes sociales.

Aunque los vehículos podían seguir siendo reservados por los clientes, no existe forma de darles salida.

El actual presidente de FACONAUTO, Gerardo Pérez asevera: "El canal de concesionarios ha perdido 45.000 ventas de coches nuevos y también 30.000 de vehículos usados desde el pasado 16 de marzo, primer día en vigor del estado de alarma. (El Español, Economía, 12 de abril de 2020).

Es difícil saber cómo se van a desarrollar los acontecimientos, pero sin duda, vuelven a venir tiempos difíciles para los eternos sufridores, los concesionarios.

2.5 CAMBIOS EN LAS LEYES DE EMISIONES: DE LA NEDC A LA WLTP

El cambio de la ley de emisiones que se produjo el 1 de septiembre de 2018 fue un salto muy importante dentro del mundo de la automoción.

Los fabricantes de automóviles han ido buscando encarnizadamente un descenso en el nivel de emisiones de sus vehículos, sobre todo después del escándalo del Dieselgate³.

La antigua ley a la que estaban acogidos los vehículos desde los años noventa era la NEDC ("Nuevo ciclo de conducción europeo") la cual era muy permisiva con los niveles de emisiones y no daba unos datos completamente veraces. Tanto era así, que una persona que fuera a comprar un vehículo se podía encontrar con una diferencia de seis litros entre la ficha que se entregaba en el concesionario y la realidad que luego mostraba su vehículo en carretera.

³ En el año 2015 salió a la luz que Grupo Volkswagen había instalado de manera ilegal un software que alteraban los controles técnicos de emisiones contaminantes en más de diez millones de vehículos. En condiciones normales esos vehículos emitían cuarenta veces más de lo que se suponía.
El nacimiento de un nuevo gigante automovilístico: Fusión FCA-PSA. Cambios en el modelo de negocio de la automoción.
Sara Morales Cañizares



Sin embargo, el nuevo protocolo para medir las emisiones y los consumos de los vehículos es más estricta con los fabricantes, pudiendo dar así información más real al cliente final. Esta nueva ley de emisiones es la denominada WLTP ("Procedimiento de Ensayos de Vehículos ligeros armonizados a nivel mundial").

Como bien indica el nombre del nuevo protocolo, éste luchará por armonizar los procedimientos a escala global para conseguir la igualdad de condiciones de mercado. Este procedimiento fue desarrollado por la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEPE). No solo ha sido aceptado en los países de la Unión Europea, también en India, Japón y Corea del Sur.

Las mediciones que resulten de los ensayos de la WLTP se incluirán en los Certificados de Conformidad de los vehículos los cuales servirán para comprobar si el fabricante respeta o no los niveles de CO₂ que han sido fijados por la unión europea. Tanto es así, que en muchos de estos países se tendrán en cuenta a la hora de calcular los impuestos aplicables a la matriculación y a la misma propiedad de los vehículos.

Esta normativa exigirá que, en 2021, los vehículos no sobrepasen los 95gr de CO₂ por kilómetro.

Siguen a continuación las principales diferencias que existen entre el anterior ciclo (NEDC) y el nuevo (WLTP).

Distancia: Con el anterior ciclo se realizaban recorridos de no más de once kilómetros, mientras que con la ley WLTP son de hasta veintitrés kilómetros y medio lo que hace que el coche pueda lanzar unas mediciones más exactas.

Tiempo: De los veinte minutos de antes a los 30 minutos actuales.

Temperatura: Se realizaban a una temperatura de 20°C, la cual es idónea tanto para los coches eléctricos como para los de combustión. Sin embargo, actualmente se realiza a unos 14°C, menos favorable para los vehículos, que así podrán volcar datos más exactos sobre su rendimiento.

Variedad: Se realizaban simulaciones de uso únicamente en ciudad, carretera y mixto.



Hoy en día se hacen 4 simulaciones: en ciudad, interurbano, carretera y autopistas y estas simulaciones se realizan a distinta velocidad: baja, media, alta y muy alta.

Ciclos de frenada y aceleraciones: En la simulación del ciclo urbano durante las mediciones NEDC el vehículo pasaba más del 25% del tiempo parado, esto daba por resultado una ventaja demoledora a los vehículos con sistema start&stop, los cuáles paran sus motores por completo en parada una vez que han cogido temperatura.

En las mediciones de WLTP los vehículos pasan a estar parados durante aproximadamente un 13% del tiempo. Esto supone un 12% de diferencia, lo cual hará que no sea tanta la ventaja ficticia de estos vehículos.

Velocidad: Se pasa de los 121Km/h a los 131Km/h, una velocidad mucho más real en autopista y que da como resultado mediciones más veraces. De este modo, la media de velocidad entre ciclos aumenta de los 34,4Km/h a los 46,6Km/h.

Potencia: El ciclo NEDC hacía que los coches tuviesen que utilizar una porción mínima del rendimiento de sus motores. Los picos de exigencia apenas llegaban a los 34KW (45'5CV) y la media era de 4KW (5'3CV). Con el ciclo WLTP pasan a ser de 47KW (63CV) Y 7KW (9'4CV).

Equipamiento: Anteriormente no se hacía hincapié en el equipamiento que llevara el vehículo y era una medición homogénea para cada gama de forma indistinta. Ahora sí que se tiene en cuenta el equipamiento, incluso con diferentes tipos de extras que se pueden equipar al vehículo. Esto tiene especial relevancia, ya que el peso del vehículo dista bastante de un equipamiento a otro y por consiguiente, sus consumos y emisiones son distintas.

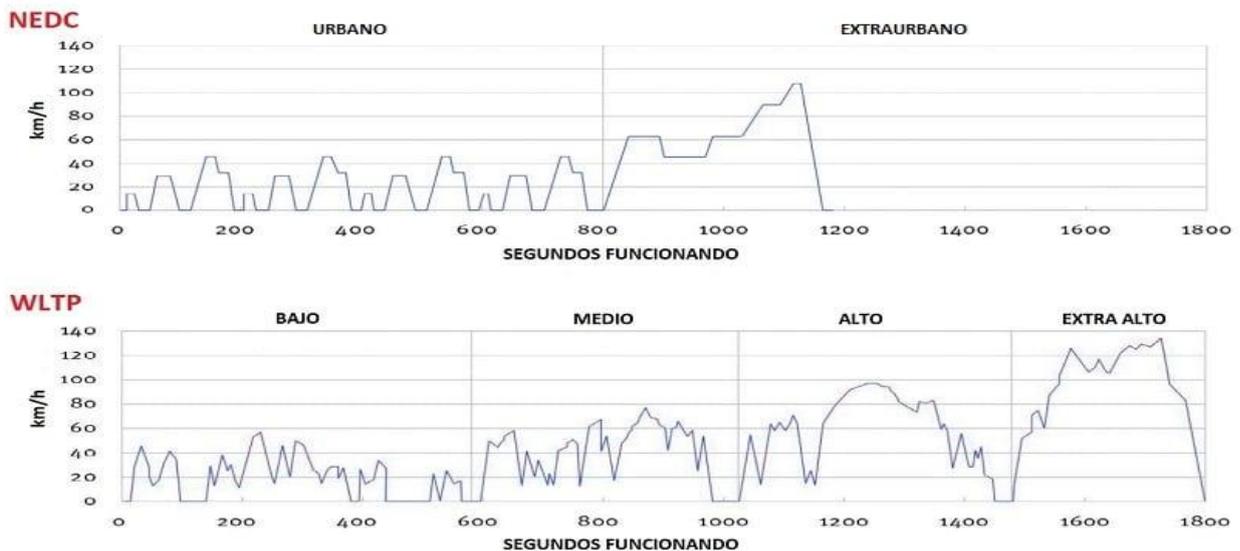
Tipo de tráfico: El ciclo NEDC únicamente se testaba en bancos de ensayo, mientras que ahora, los vehículos salen a tráfico real y con equipos de medición portátiles.



De todas las diferencias entre los ciclos NEDC y WLTP, las más representativas y visuales son: la variedad y la velocidad. En la imagen siguiente, se puede ver de manera detallada la diferencia entre velocidades, segundos que se encuentra el vehículo funcionando durante esa etapa y el aumento de etapas de velocidad durante la prueba, pasando de dos a cuatro.

Estos factores son los que hacen incrementar el consumo del vehículo y sus emisiones, por lo que los fabricantes se ven obligados a esforzarse en todos sus modelos y distintos motores para que rindan al nivel que exige la Unión Europea.

Gráfico 7: Comparativa entre ciclos NEDC y WLTP



Fuente: Actualidad Motor.

2.6 HIBRIDACIONES

El camino hacia la hibridación y la electrificación es fundamental en este tiempo para los fabricantes automovilísticos. Se están realizando esfuerzos titánicos para poder ofrecer vehículos que se adapten no sólo a las nuevas tecnologías, sino también en diseño y precio.

La competencia entre marcas cada vez es mayor y se busca que las hibridaciones sean capaces de soportar la máxima autonomía y a su vez, que tengan la suficiente versatilidad como para satisfacer la demanda y que puedan seguir una curva constante y creciente de matriculaciones.



El cliente tiene en cuenta que ha de adaptarse a la nueva era, donde cada vez más deberá enfocar su compra hacia la hibridación o electrificación. Nos encontramos ante la búsqueda “del todo” en un vehículo. Ahorro, medio ambiente y tecnología.

Se debe tener en cuenta que el abanico es tan amplio, que muchas veces el consumidor no entiende qué le conviene más y el por qué. Tampoco sabe si híbrido o eléctrico. Se van a intentar esclarecer estas preguntas a lo largo de los dos siguientes puntos.

Se procede a presentar los distintos tipos de hibridación.

HIBRIDACIÓN SUAVE, MICROHÍBRIDO O MYLD-HYBRID (MHEV)

Este tipo de hibridación es la más sencilla de todas las que existen actualmente en el mercado. El vehículo posee una batería auxiliar que va habitualmente entre los 12 y los 48 V) que ayuda al motor de combustión.

Esta ayuda que aporta hace que las emisiones descendan (en el punto del cambio del modelo NEDC AL WLTP se ha explicado por qué esto es importante) y de esta manera el vehículo pueda llevar una tarjeta ECO, lo que lleva de la mano todas las ventajas que esta representa: acceso al centro de las ciudades, reducción del impuesto municipal al 75% durante los primeros seis años, exención del impuesto de matriculación...

Y no sólo son las emisiones las que disminuyen, sino también el consumo del vehículo, donde el cliente verá un ahorro.

Hay que tener claro que este tipo de vehículos nunca irán funcionando de forma eléctrica, simplemente es una batería de ayuda.

También existen myld-hybrid cuya potencia de batería auxiliar es muy superior, de los 48 a 160 V las cuales pueden aportar un extra de energía ante la demanda instantánea de potencia (asistencia de par). La única diferencia es el tamaño de la batería, pero el funcionamiento es exactamente el mismo.

Es la hibridación más sencilla dado que la conducción es exactamente la misma para el propietario del vehículo.

Como ejemplo de híbrido suave, voy a poner el FIAT 500, modelo que conozco a la perfección ya que trabajo con él a diario.



FIAT 500 1.0 70CV HIBRIDO (MHEV)



Fotografía. Fiat 500. Fuente: Fiat Auto España

Este modelo de vehículo es el claro ejemplo de la sencillez que presentan los híbridos suaves.

El cliente no tendrá la sensación de que está conduciendo un híbrido, dado que la conducción es exactamente igual que en un vehículo que no posee esta tecnología.

La única diferencia respecto a un vehículo habitual radica en que el Fiat 500 incorpora un generador eléctrico denominado BSG (Belt Starter Generator) que ayuda al motor de combustión en momentos clave como es el momento de arranque del vehículo cuando entra en acción el start&stop.

Le aporta unos CV más, por lo que el vehículo realiza menos esfuerzo y de este modo consume menos. Este generador incluso puede desconectar el propulsor a velocidades de hasta 30km/h, por lo que el coche iría a vela y gastando cero litros.

HÍBRIDO COMBINADO (HEV)

Este tipo de hibridación es la conocida como "hibridación pura" o normal. El vehículo, (del mismo modo que veíamos en el modelo anterior) no necesita enchufarse a ninguna toma de corriente para recargarse, ya que lo hace por sí mismo cuando el vehículo está en condiciones para ello. Del mismo modo, el repostaje del vehículo se hace exactamente igual que en un vehículo de combustión.

La diferencia con el anterior modelo de híbrido radica en que este tipo sí que puede circular durante unos kilómetros únicamente en eléctrico ya que su motor eléctrico es lo suficientemente grande.



Como decía, el híbrido combinado puede funcionar como un eléctrico puro, pero en la mayoría de los casos es una tecnología destinada a su movimiento por ciudad ya que en cuanto se le imprime algo de fuerza al acelerador o pasamos a una velocidad superior a los 100k/h, comenzará a funcionar el motor térmico.

Se calcula que el ahorro de combustible es muy notable en recorridos cortos e incluso se estima una reducción del 35% en el consumo de CO₂.

Como ejemplo de este tipo de vehículo propongo el Honda CR-V



Fuente: km77.com

El Honda CR-V Hybrid es un híbrido no enchufable (convencional) que cuenta con la particularidad (como veíamos en las características) de poder funcionar como coche eléctrico casi todo el tiempo de rodaje debido a la capacidad de su batería. El motor térmico, sirve de generador y únicamente se conecta a la transmisión cuando el vehículo empieza a rodar a alta velocidad.

Honda ha sabido lanzar un vehículo que adecúa su eficiencia tanto en ciudad como en carretera.

HÍBRIDO ENCHUFABLE (PHEV)

En este tipo de hibridación observamos que el actor principal ha pasado a ser el motor eléctrico. Las baterías que poseen este tipo de vehículos son 10 veces más grandes que las que puede tener un híbrido combinado, por lo que, aunque le pidamos algo más de rendimiento al vehículo, seguirá obviando el motor térmico y seguirá rodando en eléctrico.



Este tipo de hibridación tiene sus ventajas e inconvenientes también. Por un lado, es una gran compra, puesto que la carga es mucho más rápida que la de un vehículo totalmente eléctrico y, en caso de realizar un gran trayecto no tenemos que preocuparnos del punto de carga ya que, de no existir ninguno de ellos a lo largo de todo el recorrido, el vehículo rodará con el motor de combustión y repostaremos de forma normal como con un vehículo que no posee este tipo de tecnología.

Como inconveniente, son más caros y no mucho más eficientes que un híbrido combinado. El elevado coste de adquisición hace que sea más complicado de amortizar. Además, para que el coche pueda rendir el máximo en eléctrico necesita ser recargado diariamente y esto, dependiendo de la infraestructura eléctrica de cada hogar puede tomar hasta cinco horas.

Un ejemplo de este tipo de hibridación es el Peugeot 508 enchufable



El Peugeot 508 posee este tipo de tecnología. Se puede recargar su batería (la cuál es capaz de recargarse en aproximadamente en una hora y cuarenta y cinco minutos con un equipo Wallbox⁴) de manera cómoda y sencilla, mientras que, si en un trayecto de largo recorrido no tuviéramos donde recargarlo, podríamos rodar de manera habitual con el motor de combustión.

Tras haber sido sometido a la evaluación del ciclo WLTP, el Peugeot 508 enchufable ha conseguido unas cifras de autonomía de 54 kilómetros en eléctrico. Este vehículo entonces disfruta del orgullo actual de llevar etiqueta cero emisiones de la DGT.

⁴ Equipos de recarga o cargadores para vehículos eléctricos puros o enchufables cuyo soporte se encuentra en una pared.



Este modelo posee una arquitectura híbrida que combina con un motor de combustión (gasolina). Las emisiones que vuelca este vehículo son de 29 g/km.

La marca del león ha diseñado para este vehículo cuatro modelos de conducción que va desde el eléctrico puro, pasando por el modo Hybrid (equilibrio entre prestación y eficiencia) hasta el Sport (ambos motores funcionan a la vez para entregar el máximo de potencia disponible).

HÍBRIDO EN SERIE/ELÉCTRICO DE AUTONOMÍA EXTENDIDA (EREV)

Esta tipología de híbrido es el más complicado de comprender debido a sus escasas diferencias con el tipo de hibridación anteriormente visto, el híbrido enchufable (PHEV). Del mismo modo, en muchas ocasiones se le considera erróneamente vehículo eléctrico.

Es por este motivo por el que voy a comenzar citando la definición de híbrido según el SAE (Society of Automotive Engineers) para a partir de ahí ir desglosando y dando luz a este tipo de hibridación y sus diferencias respecto a los vehículos enchufables.

"Híbrido es todo aquel vehículo que se pueda impulsar con dos o más fuentes diferentes de energía ya sea de forma conjunta o independientemente".

Podemos concretar después de esta definición, que el vehículo de autonomía extendida (EREV) es un tipo de hibridación ya que puede circular tanto con energía proveniente de sus baterías como impulsado por el motor de combustión.

Este sistema es uno de los grandes olvidados cuando se habla de las nuevas motorizaciones híbridas siendo una solución muy competente para la transición al eléctrico ya que no es necesario, como en otros casos que se han visto, disponer de un punto de carga.

El motor de combustión es utilizado para generar energía que alimente al motor eléctrico y de este modo recargar las baterías para que aumente la autonomía del coche eléctrico.

Es entonces cuando surge la duda de dónde está el límite que separa el tipo de hibridación que nos ocupa respecto a un vehículo enchufable (PHEV).

Una de las diferencias que existen es la autonomía del motor eléctrico.



Otra de las diferencias es distinguir quién es el responsable de mover el vehículo. Si las ruedas son movidas por los motores eléctricos entonces estamos hablando de un vehículo de autonomía extendida (EVER), mientras que, si el motor de combustión puede ejercer impulso directamente sobre el tren de rodaje, entonces estamos hablando de un híbrido enchufable (PHEV).

Por último, podemos distinguir ambos tipos de hibridación observando la parte de combustión y la parte eléctrica que conforman el vehículo. Si la parte eléctrica tiene más peso, entonces estamos hablando de un EREV (autonomía extendida) mientras que si es el motor de combustión el que tiene más relevancia, estamos ante un PHEV (híbrido enchufable).

En los EREV, de forma inicial se usa el motor eléctrico hasta que la carga de la batería llega al 30% aproximadamente. Será en este momento, cuando el motor de combustión entre en escena y comience a generar electricidad. Este motor de combustión funciona a un régimen muy bajo por lo que los consumos de combustible se mantienen del mismo modo, muy bajos. Al no entregar la máxima potencia como sucede en otro tipo de híbridos, la energía sobrante queda almacenada en la batería.

Es por este bajo consumo por lo que el vehículo eléctrico de autonomía extendida tiene mucho sentido para ser un vehículo de ciudad. Un vehículo de combustión interna consume mucho más en ciudad que en carretera y, la mayoría de los trayectos realizados por los usuarios de vehículos (aunque con excepciones) son en entornos urbanos o semi urbanos.

Un ejemplo de este tipo de vehículos es el BMW I3



Fuente: Autopista.es



El BMW i3 es uno de los modelos más llamativos de la marca BMW.

El BMW i3 en su versión de vehículo de autonomía extendida monta un motor gasolina de dos cilindros de 650 CC, el cual actúa como generador y una batería de 33 kWh. La autonomía de este vehículo según el fabricante es de 450km, mientras que, en numerosas pruebas de conducción, los pilotos afirman que su autonomía real en condiciones normales se quedaría alrededor de los 180 km.

2.7 VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

Por definición, un vehículo eléctrico es "un vehículo de combustible alternativo impulsado por uno o más motores eléctricos" (Electromovilidad.net).

La tracción de estos vehículos puede ser proporcionada por ruedas o hélices impulsadas por motores eléctricos o en otros casos por:

- Motores no rotativos
- Motores lineales
- Motores inerciales

Toda su energía proviene de la red y es necesario cargarlo para su funcionamiento. Su suministro viene dado exclusivamente por baterías (bien de iones de litio, ácido de plomo o hidruro metálico de níquel). Muchos de estos vehículos pueden autocargarse con el frenado del vehículo.

Su funcionamiento es sencillo ya que encontramos tres elementos principales:

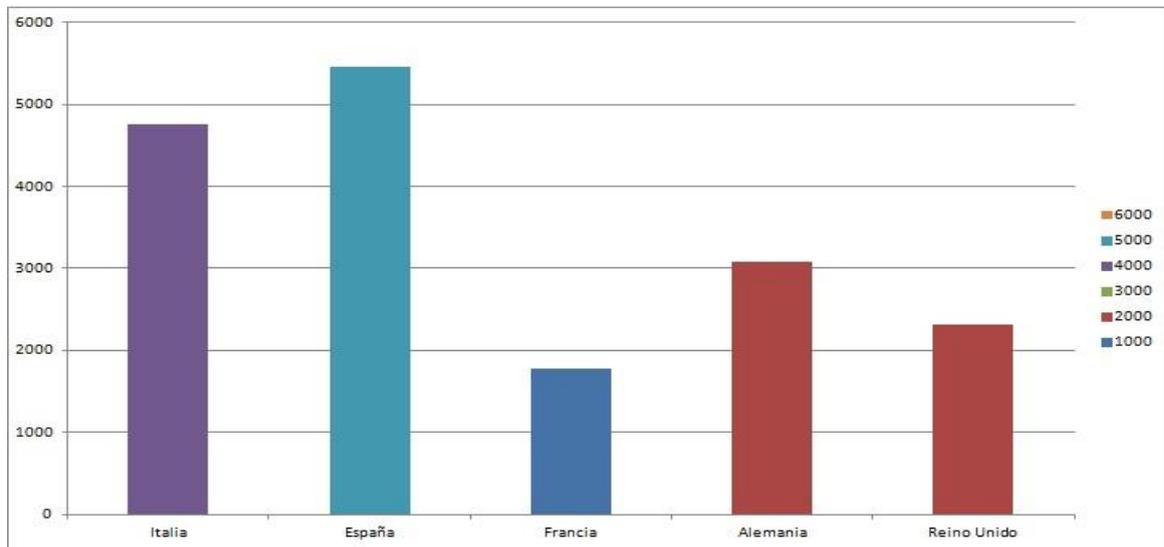
- Motor eléctrico
- Controlador
- Batería

Cuando se procede al encendido del automóvil, la corriente pasa de la batería al controlador, el cual toma la potencia y la pasa al motor eléctrico.

Según Red Eléctrica de España: " En España hay 5.000 puntos de carga, cuatro veces menos que en Francia y cinco veces menos que en Alemania". A pesar de esta situación, España se convirtió durante el año 2019 en el país que registró mayor crecimiento en entregas de vehículos eléctricos de los cinco primeros mercados europeos.



Gráfico 8: Entregas de vehículos eléctricos en los cinco primeros mercados europeos.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ABC Economía (4/09/2019)

A partir de los datos recabados en ABC Economía, se puede apreciar que España vendió un total de 5.452 unidades con una progresión del 141.5%. Le sigue Italia con 4.762 unidades (progresión del 123.6%).

Por debajo de una progresión del 100% encontramos a las tres restantes. Alemania, con un 80.1% lo cual suponen 3.086 unidades, Reino Unido con un 60.3% y 2.323 unidades y en último lugar Francia, con un 46% y 1.772 unidades.

Como ejemplo de vehículo eléctrico tenemos el Kia Soul EV:



Esta nueva versión del Kia Soul únicamente se encuentra en el mercado Europeo en su versión totalmente eléctrica, la cual fue lanzada a mediados de 2019.



Veíamos anteriormente tres tipos de baterías que podían llevar los vehículos eléctricos. En este caso, lleva un pack de baterías de iones de litio con una capacidad de 64 kWh y cuenta con un motor eléctrico de 150kW (204CV).

Ofrece (bajo las pruebas de ciclo WLTP) 450km de autonomía.

3. PRESENTACIÓN GRUPO FCA

Corría el año 2014 cuando Fiat Chrysler Automobiles (FCA) vio la luz, resultado de la compra que realizó el grupo Fiat de la compañía Chrysler.

Ya en 2009, Fiat firmó un acuerdo de alianza estratégica con el grupo estadounidense en el que se hacía con el derecho de aumentar su participación en Chrysler de forma periódica si se iban sucediendo una serie de requisitos financieros y técnicos.

El consejo de administración de la sociedad italiana dictaminó que su sede social se encontraría en Holanda, mientras que el domicilio fiscal se ubicaría en Reino Unido.

Este enlace supuso la unión de dos grandes sociedades, con gran bagaje en el automovilismo y con unos puntos de fuerza geográficos muy diferentes, pero al mismo tiempo muy complementarios.

El consejero delegado del nuevo grupo en primera instancia fue Sergio Marchione, el cual definió el momento de unión entre sociedades como uno de los más álgidos de su carrera hasta entonces.

Según lo que dejaba ver Marchione en sus por aquel entonces innumerables ruedas de prensa, trabajaron de forma incesable y tenaz en un proyecto que pretendía transformar las diferencias en puntos fuertes y donde se pretendía romper la frontera nacionalista y cultural que separaba ambos grupos. Dieron a conocer un nuevo fabricante mundial de coches que aunaba experiencia y conocimientos, por lo que elevaron de forma muy significativa su nivel de competencia.

Para poder situarnos más en estos vertiginosos años, se explica cuáles han sido sus pasos más importantes a lo largo de estos años.

Fue en enero de 2014 cuando el grupo Fiat se hizo con el total de la propiedad de Chrysler. No fue hasta octubre cuando se llevó a cabo la fusión de ambas empresas, lo que, como veíamos en la introducción, pasó a denominarse grupo FCA.



Las acciones de este nuevo grupo comenzaron a cotizar en la bolsa de Nueva York, así como en la de Milán.

En términos de modelos del grupo, fue durante este año cuando Jeep lanzó su nuevo modelo, Renegade, lo que suponía el primer SUV pequeño de la marca y el primer vehículo de FCA diseñado en Italia, pero producido en EE. UU. Hoy en día, este modelo se sigue vendiendo.

Alfa Romeo, por su parte, regresó de entre las sombras. Estuvo desaparecida durante unos veinte años y volvió con más fuerza que nunca, lanzando el agresivo y brutal Alfa Romeo 4C Coupé.

Por su parte, la familia Fiat, dio a conocer su nuevo crossover: El 500X. Este modelo también se sigue vendiendo actualmente y cada poco tiempo tiene una nueva actualización de gama. Los últimos en salir han sido los modelos 120th aniversario y el Sport.

Durante el año 2015 tuvo lugar la inauguración del complejo industrial de Jeep en Brasil, más concretamente en la ciudad de Goiana. Se convirtió en la instalación más grande del grupo FCA con una capacidad de producción de más de 250.000 vehículos al año y con una flexibilidad de producción que permitía producir tres modelos distintos.

Por otro lado, comenzó la producción del Jeep Cherokee, primer modelo producido localmente de la marca. Actualmente también es vendido, aunque se ve muy acongojado por el resto de sus hermanos.

Alfa Romeo siguió dando de qué hablar y lanzó al mercado el nuevo sedán Giulia, el primero de la nueva generación de modelos de la marca. También es un vehículo que se vende hoy en día con distintas gamas y, si se me permite la intromisión, a mi parecer es una de las berlinas más lujosas, con estilo y empaque del mercado actual.

El año 2016 fue un año importante y que empezó con energía desde el primer momento. Durante los primeros días de enero FCA completa su escisión de Ferrari. Aunque esto fue sobre todo teoría ya que, en la práctica, los socios de FCA se quedaron con el 80% de las acciones y la dirección de la compañía seguiría estando en manos de la familia Agnelli (se ha de recordar que los Agnelli son desde sus comienzos, accionistas mayoritarios de Fiat, siendo Giovanni Agnelli uno de los fundadores de la empresa en 1899).



En cuanto a productos, fue un año muy agitado ya que consiguieron entrar en seis nuevos segmentos de producto.

Maserati, lanzó su primer SUV, el Levante.

Alfa Romeo lanzó el nuevo Giulia y Fiat por su parte, se aventuró a lanzar cuatro modelos que pretendían ser el buque insignia de cada uno de sus segmentos. Estos modelos fueron: Fiat Tipo, Toro, Fullback y 124 spider.

Chrysler, precursora en el concepto minivan, lanzó el nuevo Pacífica y Pacífica Hybrid. Esta furgoneta, por cierto, fue la primera electrificada de toda la industria. Por entonces, no se esperaba que el mercado fuera a girar de forma tan clara en dirección a la hibridación y a la electrificación.

Durante 2017, Alfa Romeo siguió apostando por lanzar nuevos modelos. En esta ocasión fue el Stelvio. Anunciaron durante el transcurso del año su vuelta a la Fórmula 1 para la temporada del campeonato 2018. Fue un gran paso hacia delante para la marca, ya que llevaba relegada de esta competición más de treinta años.

Jeep, por su parte comenzó la producción de la Brújula en India, llevando la producción de la marca a un total de seis países a lo largo de todo el mundo.

Fiat comenzó a producir el nuevo sedán Cronos en Argentina, cuya distribución fue únicamente para el mercado de América Latina.

FCA como grupo, firma un memorando de entendimiento con BMW Group, Mobiley e Intel para desarrollar una plataforma de conducción autónoma de última generación.

El año 2018 estuvo marcado, sin duda, por el fallecimiento del hasta entonces líder del grupo, Sergio Marchionne. Fue entonces cuando Mike Manley, el 21 de julio de este año es nombrado director ejecutivo.

RAM lanzó el nuevo 1500, el cual ganó dos de los premios más prestigiosos de América Del Norte:

1. El camión del año de América Del Norte (NACTOY)
2. El camión del año de Motor Trend.



Jeep lanza el nuevo Jeep Gladiator, el camión mediano denominado "más capaz" de todos los tiempos. Ambas marcas durante este año alcanzaron ventas mundiales récord.

FCA seguía intentando hacer las cosas lo mejor posible por lo que anunció inversiones por valor de 5.000 millones de euros en Italia para el período 2019-2021 para de este modo, respaldar la renovación de la gama de productos así como el desarrollo de nuevas soluciones de tren motriz enfocadas a las emergentes tecnologías híbridas y eléctricas.

Es durante el año cuando FCA y Groupe PSA acuerdan una fusión 50/50 que creará una empresa líder mundial en movilidad y, como bien aventuraba el título de este trabajo, desata el nacimiento de un nuevo gigante automovilístico.

FCA sigue afianzando inversiones. En esta ocasión, de 4.500 millones de euros para expandir así la capacidad de producción en Michigan y hacer crecer las marcas principales, además de electrificar los vehículos de Jeep.

Como novedad de cara al futuro se puede destacar que tanto Samsung como Google se presentarán en todos los nuevos vehículos del grupo en todo el mundo para 2022.

Jeep lanza el nuevo Comander PHEV (híbrido enchufable) el primero de sus vehículos de nueva energía para el mercado chino. Para el mercado europeo, se esperan para finales de 2020, la hibridación de los modelos Jeep Wrangler y Jeep Renegade.

2019 también fue un año de celebraciones de cumpleaños automovilísticos. Fiat, cumplió 120 años (fue fundada en el año 1899 en Turín) por lo que sacó al mercado una edición limitada del 500X denominada 120th aniversario, vehículo que hoy en día aún queda en stock en los concesionarios, aunque en poco número de unidades.

Abarth, un poco más joven que su hermano, cumplió 70 años y se celebró de igual forma sacando ediciones limitadas, donde todos los modelos portaban una placa identificativa del 70 aniversario, así como los asientos más exclusivos serigrafiados con ese mismo escrito.

Una vez hecho el repaso a la historia de FCA, pasemos a ver qué marcas representa el grupo.



3.1 MARCAS QUE REPRESENTA

FCA se conforma por tres divisiones automovilísticas

Tabla 3: Desglose del Grupo FCA por divisiones

FCA ITALY	FCA US	MARCAS DE LUJO
Fiat	Chrysler	Ferrari
FiatProfessional	Dodge	Maserati
Alfa Romeo	Jeep	
Lancia	RAM	
Abarth	SRT	

Fuente: Elaboración Propia

Italia es inherente al diseño, por lo que, de forma clara, la división de FCA que proviene del país de la bota son los que aportan elegancia al grupo.

Dentro de esta división encontramos:

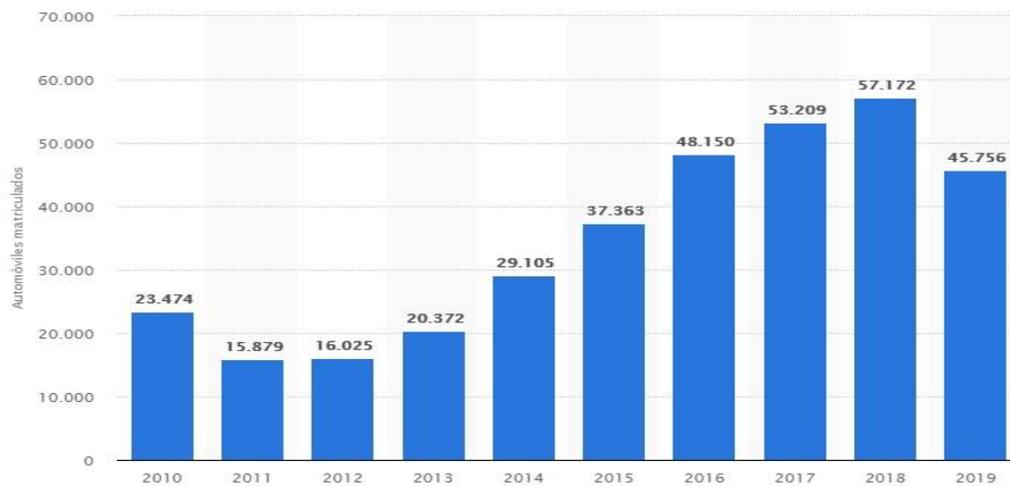
Fiat. Es una marca que se divide en productos emocionales por un lado (por ejemplo, el Fiat 500, que evoca tiempos mejores y el mantra "dolce vita" y funcionales (como por ejemplo el Fiat Tipo, vehículos sin grandes lujos, pero de bajo coste).

Son vehículos que se compran por la reacción que generan en el cliente, siendo igualmente importante que el precio es asequible y entra dentro del juego de las marcas generalistas, donde podemos encontrar otras marcas como: Opel, Hyundai, Ford, Skoda...

Durante el año 2019 Fiat matriculó 45.756 vehículos, lo que supuso una disminución de 11.416 unidades matriculadas respecto al año 2018.



Gráfico 9: Número de ventas de Fiat (2010-2019)



Fuente: Statista.com

Fiat es la marca que matricula más vehículos dentro del Grupo FCA, la cual tuvo su mayor número de matriculaciones de la década en el año 2018 con 57.172 matriculaciones.

Fiat Professional. Es la división industrial de la marca, furgonetas, furgones, vehículos para camperizar, chasis cabina... Del mismo modo que Fiat Turismos, a un precio relativamente asequible y que entra en disputa de forma constante con otras marcas generalistas.

Alfa Romeo. Elegancia, potencia y lujo son palabras que la definen. Vehículos de elevado precio con calidades de auténticos vehículos premium.

Tal vez por este motivo no consigue despegar en el mercado europeo. Durante el año 2019 la marca no estuvo a la altura de lo esperado, lo cual supuso un desplome total de las ventas y un descenso respecto al año anterior de un escalofriante 17.3%.

Alfa Romeo, además fue una de las marcas que más tuvo que utilizar la automatriculación para llegar a objetivos. (El Periódico,2018)

Lancia no es una marca, es un símbolo. Es un icono para todo aquel que ame el mundo del motor y el mundo del rally.

Lancia se dejó de comercializar en Europa en 2017 con la salvedad de su país de origen, Italia, dado que su grueso de ventas con los modelos utilitarios que sacó (como el Ypsilon o el Dedra) no fueron suficientes.



Abarth es la marca deportiva de FCA, sección de competición de Fiat. Coches que atraen por su estética y que cautivan a cualquier apasionado de la automoción por sus motores, su sonido y la sensación que aporta al cliente en cuanto arranca y presiona el pie contra el acelerador.

Tras hablar de la división que proviene de Italia, pasemos a la división proveniente de Estados Unidos. Son vehículos más rudos tanto motriz como estéticamente, que se fabrican para darles otro tipo de uso diferente al que damos a un utilitario o a una berlina de lujo y están dedicados a otro perfil de comprador.

Chrysler es reconocida por crear el segmento del monovolumen en la década de los 80, lo cual supuso la creación de un segmento completamente nuevo e innovador que cambió la movilidad de las grandes familias.

Dodge fue originalmente llamada Dodge Brothers Motor Vehicle Company (1900-1927). Chrysler adquirió la compañía Dodge en 1928 la cual sigue formando parte del grupo FCA en su división US.

La marca a día de hoy sigue ofreciendo una línea de vehículos de alto rendimiento, así como SUV, los cuales ofrecen potencia, tecnología y sobre todo capacidad.

Jeep es un icono a nivel mundial gracias a sus excepcionales todoterrenos y a la capacidad real que tienen para adaptarse a cualquier medio. De las marcas que encontramos en esta división es la que más progresión ha tenido y a la que se le está dedicando más inversión.

Posee diez plantas de fabricación en seis países distintos, vende unidades en ciento cuarenta países y tiene en marcha la electrificación progresiva de la marca, cuyos primeros modelos híbridos (PHEV) llegarán a finales del año en curso (Wrangler y Renegade). Esto hará que alcancen un nivel de sofisticación que nunca antes habían tenido.

Durante el pasado año 2019 Jeep vendió 18.553 unidades, de las cuales 4981 vehículos fueron automatriculación (el 26.8% del total). (El periódico).

RAM se separó de Dodge en 2009 y se quedó para distinguirse con el característico carnero como marca. Su mercado objetivo es todo el continente americano.

SRT es la encargada de desarrollar mejoras deportivas a los modelos del grupo. De forma original, era una empresa que se dedicaba únicamente a las mejoras, pero, tras adquirir Fiat al grupo Chrysler, SRT se elevó al rango de marca.



3.3 ANÁLISIS DAFO DE SUS COMPETENCIAS

Debilidades: Una de las debilidades más patentes del grupo FCA es que, en comparación a otros grupos automovilísticos, no introduce demasiados modelos nuevos al mercado, haciendo parecer que deja perecer marcas que hoy en día prácticamente se han dejado de comercializar, como Lancia, la cual únicamente se comercializa en Italia.

Del mismo modo, el nivel de unidades producidas y las matriculaciones están por debajo de la media de grupos, aún teniendo muchas más marcas en posesión en el mercado. Algunas de estas, como Alfa Romeo, tienen un índice casi abusivo de automatriculaciones, lo que no genera buena imagen de marca en el sector.

En cuanto a tecnología, sus vehículos han empezado ahora a tomar un ligero cambio hacia la hibridación y la electrificación, mientras que el resto de los grupos tienen modelos en el mercado de ese segmento desde hace más tiempo.

Amenazas: Las amenazas más cercanas a FCA son las marcas generalistas. Marcas que, poseyendo los mismos segmentos de vehículos, consiguen más tecnología a menor precio. También es una amenaza constante tener en activo tantas marcas que no llegan a ser del todo rentables.

Fortalezas: Las fortalezas de este grupo radican sobre todo en los márgenes inmensos que consiguen en el mercado latinoamericano. Notorio es también que están muy asentados en el mercado americano con marcas como Jeep, RAM y Dodge. El americano es un mercado complicado y FCA es uno de los grupos que se desenvuelve bien allí.

El diseño es otra de las grandes fortalezas de este grupo. El diseño italiano es muy valorado por el comprador y, este mismo diseño lo han sabido adaptar de manera muy inteligente y sutil no solo a su división italiana, sino también a la americana. Vehículos que han sido siempre considerados “de campo” ahora tienen un toque más elegante que hacen que el mercado objetivo sea mayor para ese tipo de vehículos.

Oportunidades: La mayor oportunidad del grupo FCA se presenta de la mano del Grupo PSA y la fusión que han llevado a cabo. Van a poder entrar sin pedir permiso a países de Europa donde no son conocidos y tendrán libre acceso a toda la tecnología híbrida y eléctrica del grupo PSA, mientras que ellos están empezando con los primeros modelos. Del mismo modo, se espera que en un futuro próximo puedan compartir plataformas de vehículos, lo que generará una fabricación más rápida y una reducción de costes.



4. PRESENTACIÓN GRUPO PSA

Hasta la fusión con grupo FCA, grupo PSA arropaba las marcas Citroën, DS Automobiles, Peugeot, Opel y Vauxhall. Pero hasta llegar a esta familia numerosa de marcas tuvieron que pelear para formarse como grupo.

Aunque la familia Peugeot lleva creando vehículos desde 1891 (fue la primera marca en fabricar un vehículo en serie, el Peugeot Tipo 3, con 64 unidades fabricadas) no fue hasta 1965 cuando se convirtió en lo que se conoce como Peugeot tras transferir la anteriormente denominada "Société des Automobiles Peugeot". Entre los pioneros mundiales del mundo del automóvil, es de los pocos que hoy en día siguen contando con descendientes de los fundadores en su capital y en su dirección.

En 1976 se llevó a cabo la integración con la también automovilística francesa Citroën, lo que dio lugar al Grupo PSA Peugeot-Citroën. Hasta 2016 mantuvieron ese nombre hasta dar lugar a Grupo PSA.

Durante 2017 Grupo PSA acordó con el fabricante General Motors adquirir su división europea, las marcas Opel y Vauxhall por una grandiosa cuantía, 1.300 millones de euros. Se hizo efectiva la compra en 2017, convirtiéndose de esta forma en el segundo mayor fabricante de vehículos de Europa, únicamente por detrás de Volkswagen.

La marca DS Automobiles, por su parte, se separó de Citroën en 2014, la cual comercializa modelos de alta gama y deportivos.

Grupo PSA cuenta con plantas de producción en doce países diferentes, lo cual es de suma importancia por el tema de este trabajo, la fusión con el grupo FCA.

Este grupo automovilístico tenía un peso del 8.6% del PIB (teniendo únicamente en cuenta a fabricantes de coches y componentes).

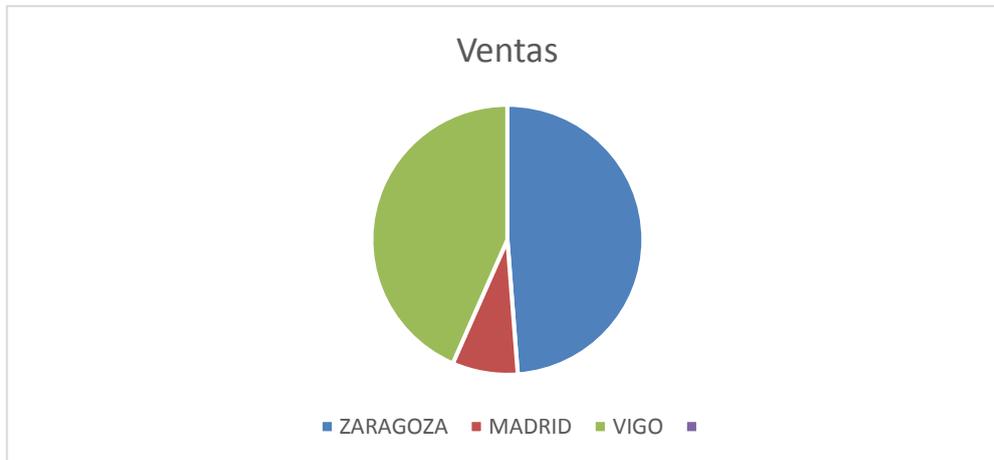
Ha sido el mayor fabricante de nuestro país, así como el mayor vendedor, el cual generaba como grupo único 14.000 empleos directos, siendo la cifra en todo el mundo de 21.000 empleados.

En España este mercado lo levantan tres fábricas, ubicadas en Zaragoza, Madrid y Vigo, donde producen doce modelos distintos. Doce son también las plantas que el grupo posee en Francia.



Durante el año 2018, PSA fabricó 916.820 vehículos en España los cuales se repartieron de la siguiente forma entre las fábricas anteriormente citadas:

Gráfico 10: Reparto de ventas PSA en sus fábricas españolas.



Fuente: Elaboración propia.

Encontramos a Zaragoza a la cabeza con un 48.8% de ventas, lo cual supone 447.514 unidades vendidas. Le sigue de cerca Vigo, con un 43.44% y 398.333 unidades vendidas. En último lugar se encuentra Madrid con un 7.8% y 70.973 unidades. Madrid tiene la exclusiva mundial para la fabricación del Citroën C4.

Desde 2019 comenzaron las cábalas con grupo FCA para fusionarse, lo cual veremos en el siguiente punto del trabajo.

4.1 MARCAS QUE REPRESENTA PSA

Grupo PSA como decíamos anteriormente en la introducción, se conforma de las siguientes marcas.

Peugeot, Citroën, DS Automobiles, Opel y Vauxhall.

Peugeot: Peugeot es la marca "alpha" del grupo, siendo la precursora de este con más de doscientos años de historia. Se caracteriza por sus vehículos dentro de lo económico y siempre están a la última en cuanto a tecnología, lo que los ha llevado en numerosas ocasiones a recibir premios por sus modelos de vehículos. En concreto ha sido seis veces coche del año en Europa, nueve veces en España, cinco en Italia y dos en Irlanda.



Peugeot logró alcanzar durante el año 2019 una penetración del 8.9% en el mercado nacional, lo que supuso tres décimas más que en el ejercicio anterior. Las matriculaciones que se registraron contando turismos y vehículos comerciales fueron 131.108 (cocheando.es).

Citroën: Marca francesa de automóviles que forma parte del grupo PSA desde 1976. Es la única marca fabricante de automóviles que ha ganado tres campeonatos oficiales distintos de la Federación Internacional del Automóvil (Rally Raid, Campeonato Mundial de Turismos y Campeonato Mundial de Rally). Durante el pasado año, Citroën logró superar el 7% de cuota de mercado en el mercado total (turismos más vehículos industriales), llegando a 103.389 matriculaciones, lo cual no ocurría desde el año 2014. (citroen.es)

DS Automobiles: Se escindió de Citroën en 2014 dando lugar a una nueva marca. Son el segmento premium de Citroën y comercializan modelos de alta gama y deportivos. Durante el pasado año, matricularon 4.399 vehículos, con un incremento del 1.7% respecto al año anterior. Los datos reportan que tiene una mayor progresión que el resto de mercado premium (que cae un 2.4%) alcanzando DS una cuota de mercado del 2%.

Con estos datos, DS escala dos posiciones en el ranking situándose de esta manera en la octava marca premium más vendida de España. (mobilitycity.es)

Opel: Empresa de origen alemán que forma parte del Grupo PSA desde 2017. Es conocida por ser una marca generalista y de volumen de matriculaciones dentro del grupo, aunque desde 2016 ha ido disminuyendo su número de matriculaciones siendo en estos últimos años de 89.403 (2016), 86.929 (2017), 80.343 (2018) y la peor cifra de estos años la del pasado 2019 con un total de 73.420 matriculaciones. (Statista, 2020).

Vauxhall: Fabricante inglés de automóviles. Casi todos sus modelos son modelos de Opel renombrados y con un frontal distinto.

4.3 ANÁLISIS DAFO DE SUS COMPETENCIAS

Debilidades: Una de las debilidades de este grupo radica en que es poco reconocido fuera de las fronteras europeas. Tiene además una fuerte orientación a la fabricación de vehículos de bajo coste, acotándose así la venta en otro tipo de mercados objetivos.

Amenazas: Aunque en principio no se prevé el cierre de fábricas, es cierto que el Grupo PSA tiene exceso de capacidad, lo que, en un período no muy largo de tiempo podría ocasionar problemas y el cierre de alguna planta.



Fortalezas: Una de las mayores fortalezas del grupo PSA ha sido contar con Carlos Tavares como director ejecutivo (el cual también estará al frente de la empresa resultante de la fusión). Carlos Tavares ha pasado toda su vida trabajando en el sector de la automoción, y, desde su llegada al grupo PSA, consiguió aumentar su productividad y ha realizado movimientos arriesgados pero que finalmente han salido bien. Entre ellos encontramos la compra de Opel en 2017 y la última, el éxito en la negociación para la fusión con grupo PSA.

Otra de las fortalezas de este grupo, radica en la capacidad tecnológica y versatilidad a la hora de sacar nuevos vehículos. Tienen un amplio abanico de opciones en cuanto a hibridación y electrificación.

Oportunidades: La fusión con el Grupo FCA va a llevar por fin a los galos a conquistar el mercado estadounidense, hasta ahora inescrutable para ellos.

Además, es un grupo que está preparado para adaptarse a la posible compartición de fábricas para elaboración de distintos modelos ya que hasta ahora ha estado colaborando con otros fabricantes en el desarrollo de motores, ensamblaje y tecnologías eléctricas (como con Toyota, por ejemplo).

5. LA FUSIÓN. EL NACIMIENTO DEL CUARTO FABRICANTE MUNDIAL AUTOMOVILÍSTICO.

5.1 EL POR QUÉ DE LA FUSIÓN

La movilidad del futuro viene marcada por una disminución en la contaminación y por la creación de vehículos autónomos y más conectados y esta movilidad es inherente a poderosas inversiones económicas.

Es por este motivo que nace la fusión entre ambos grupos, por la necesidad de ganar tamaño para afrontar los retos de movilidad que se vienen presentando. La integración de ambas compañías suma catorce tipos distintos de marcas, abarcando con ellas todos los segmentos.

FCA ya llevaba tiempo buscando un compañero para emprender esta ardua tarea de ponerse al día dentro del mercado. Dentro de esta búsqueda, fracasó en su intento de fusionarse con Renault, por lo que esta fusión no sorprendió a nadie dentro del mundo del sector. A FCA se le esperaba con un compañero de batallas de manera inmediata.



En octubre de 2019 se anunció que se iba a llevar a cabo una fusión entre grupos, pero no fue hasta diciembre de 2019 cuando Grupo PSA y FCA oficializaron el acuerdo vinculante.

Durante estas declaraciones, explicaron que la integración de los grupos no supondría el cierre de fábricas, lo cual alivió a los 14.000 empleados que forman parte de FCA y PSA en España (la mayoría pertenecientes a este último).

PSA (tal y como veíamos anteriormente en la presentación del grupo) tiene tres fábricas activas en España (Vigo, Madrid y Zaragoza). Durante el pasado año, se posicionó como primer productor de vehículos del país con un total de 916.820 unidades de las marcas Peugeot, Citroën y Opel, de las cuales fueron exportadas del país 788.465, lo que supone el 86%.

Según lo pactado, la empresa matriz estará sita en los Países Bajos y cotizará en Euronext (París), en la Borsa Italiana (Milán) y en la Bolsa De Nueva York.

El consejo de administración de la empresa resultante de la fusión estará integrado por once miembros y quedará dividido de la siguiente forma. Cinco miembros del Grupo FCA (incluido John Elkann, presidente del resultado de la fusión) y seis miembros del Grupo PSA.

Dentro de estos últimos, encontramos a Carlos Tavares (número uno de PSA), quien será el Director Ejecutivo del nuevo grupo y el cual ostentará este cargo durante un período de cinco años.

Para FCA ha sido una manera de conmemorar el objetivo del anterior director ejecutivo del Grupo, Sergio Marchionne, fallecido en 2018, quién durante años insistió en que el mundo del automóvil tendría que basarse en la consolidación de empresas automovilísticas, las cuales tendrían que aunar fuerzas y compartir el peso de las inversiones futuras. (Cinco días, noviembre 2019).

En lo que compete a España, por el momento, se debe estar tranquilo ante la situación de la fusión dado que no tenemos presencia fabril del grupo FCA. La fusión se hará efectiva, según apuntan los informes, en diciembre del presente año.

A fábricas del Grupo PSA en España esta fusión le pilla en una buena tesitura. La fábrica de Opel de Figueruelas, por ejemplo, está cerca de utilizar plenamente su capacidad productiva.



En 2019 registró su segundo dato anual de producción más elevado en sus treinta y siete años de historia con 471.142 vehículos, por lo que, se espera que en 2020 pueda batir el récord de fabricación que se logró en 2007 (485.857) y llegar a superar incluso el millón de unidades.

Esta integración dará resultado al nacimiento del cuarto fabricante mundial de vehículos.

Tabla 4: Datos resultantes de la fusión FCA-PSA

Capitalización	45.000 millones de euros
Facturación	170.000 millones de euros
Beneficio Actual	11.000 millones de euros
Ventas	8.700.000 automóviles
Valor estimado del acuerdo	3.700 millones de euros/año
Marcas	14
Empleados	Más de 400.000
Centros de producción	137

Fuente: Motor.es

La tabla anterior representa la suma de ambos grupos, para que el lector se pueda hacer a la idea de la importancia económica que ostenta la fusión de ambos grupos. Con estos datos, adelantan a marcas como Ford, (hasta ahora siempre en mejor puesto que los integrantes de la fusión por separado), la cual posee un beneficio neto de 4.351 millones de euros (Motor.es, 2017).

Es un salto en posiciones no solo cuantitativo, sino también cualitativo, el cual pone entre las cuerdas al resto de fabricantes, los cuales tendrán que luchar por dar competencia al nuevo grupo que se postula, en principio, como el cuarto gigante automovilístico.



5.2 CÓMO AFECTARÁ A AMBOS GRUPOS

En toda fusión cada parte expone sus intereses y en este caso no ha sido diferente.

Por parte de FCA, su mayor necesidad era no perder ritmo en la innovación tecnológica que está sufriendo la industria automotriz, orientada hacia la conducción autónoma y hacia la electrificación.

Aunque FCA ya había anunciado sus nuevos modelos híbridos de Jeep, de Fiat y el nuevo Fiat 500 eléctrico (la cual ha supuesto la remodelación de la planta de Mirafiori) han tenido muy presente que debían aliarse con un grupo que estuviera mejor posicionado que ellos y lo han encontrado en el Grupo PSA.

En contraposición PSA tiene la nueva y única oportunidad de hacerse notar en el mercado norteamericano, donde siempre han pasado desapercibidos.

FCA es un grupo fuertemente posicionado en el mercado norteamericano (representado por Chrysler, Dodge, Jeep y RAM) donde PSA flaquea de forma visible, por lo que los franceses salen ganando también obteniendo presencia en un mercado que no han terminado de cautivar de la mano de uno de los más fuertes.

De este modo, se prevé que el 46% de las ventas procederán de Europa, mientras que un 44% procederá de América Del Norte.

5.3 QUÉ PESO SE PRETENDE ALCANZAR A NIVEL ECONÓMICO

La integración de ambos grupos dará como resultado el nacimiento de un nuevo fabricante mundial de automóviles.

Ambas compañías sumarán unas ventas anuales de 8.7 millones de vehículos (lo que alcanza el 10% de las ventas anuales globales), unos ingresos combinados de 170.000 millones de euros y una plantilla que superará los 400.000 trabajadores.

Tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla, por delante del resultado de la fusión se situarán grupo Volkswagen con 10.9 millones de coches vendidos anualmente, Renault-Nissan-Mitsubishi, con 10.8 millones y Toyota, con 10.6 millones.

Con estos números, dejarán atrás al actual número cuatro en el ranking, General Motors, con 8.4 millones de ventas anuales.



Se debe tener en cuenta que de no hacerse efectiva la fusión FCA quedaría en octavo lugar mientras que PSA ocuparía el noveno puesto de la posición.

Gráfico 11: Ventas de los distintos grupos automovilísticos (en millones de unidades)

COMPAÑÍA	MILLONES DE UNIDADES
Volkswagen	10,83
Alianza Nissan-Renault	10,76
Nissan	5,66
Renault	3,88
Mitsubhishi	1,22
Toyota	10,56
FCA+PSA	8,7
FCA	4,83
PSA	3,87
General Motors	8,77
Hyundai	7,55
Ford	5,73
Honda	5,27
Suzuki	3,21
Mercedes-Daimler	2,74
BMW	2,49
Geely Group	2,29
Mazda	1,63
Tata	1,3
Total	86,00

Fuente: El Economista

Para lograr la consecución de estos números, es necesario equilibrar el valor bursátil de ambas compañías. Los números de PSA son de 23.500 millones mientras que los de FCA datan en 19.500 millones.



Para lograrlo, PSA otorgará a sus accionistas una bonificación estimada en un total de 3.000 millones de euros, mientras que los accionistas de FCA tendrán que repartirse 5.000 millones de euros, más aquellos ingresos que reporte la venta de "Comau", compañía especializada en el campo de la robótica.

En cuanto al ahorro que supone unir el cómputo de fuerzas se podría llegar a lograr un sustancial ahorro de 3.700 millones de euros al año (a corto plazo) mediante el intercambio de plataformas, fábricas, motores y tecnologías. Antes de llegar a este ahorro deberán reorganizarse para así conseguir este prometedor ahorro. (motor.es,2018)

5.4 MARCAS VESTIGIALES DENTRO DEL GRUPO. ¿REALIDAD O PÁNICO INICIAL?

Cuando surgen fusiones a este tipo de nivel, es lógico pensar que, siendo tantas las marcas que poseen ambos grupos, alguna resulta vestigial.

Marcas como Alfa Romeo o Abarth, que presentan un índice de ventas pequeño respecto a sus hermanas, se alzaban como candidatas para despedirse de estar en la fusión.

Lejos de ser así, Carlos Tavares, director ejecutivo del gigante francoitaliano, ha dejado clara la siguiente premisa: "El mayor activo intangible de una empresa de automóviles es su cartera de marcas".

Sobrevivirá incluso Lancia, teniendo en cuenta que solo vende su modelo Ypsilon en el mercado italiano.

El mayor problema que se plantea ante esta situación y la que ha dado alas a la idea de que algunas de las marcas podrían ser vestigiales es la sobrecapacidad de las fábricas. Teniendo en cuenta que la unión de los dos grupos se inclinará a realizar economías de escala para de esta forma poder reducir costes y dar mayor rentabilidad y márgenes a sus unidades, cabe pensar que alguna marca que arroje poco volumen podría llegar a desaparecer, aunque hayan indicado lo contrario.

Hasta que no transcurra un tiempo y la recesión por la que estamos pasando se estabilice en la medida de lo posible, no se podrá saber a ciencia cierta cual es el plan de actuación de la empresa resultante de la unión.



6. CONCLUSIONES

Tras aportar una visión global dentro del sector de la automoción repasando diferentes ámbitos del mismo y tras ver cómo dos grandes grupos, como son FCA y PSA pueden llegar a fusionarse y crear un gigante automovilístico, se pueden sacar las siguientes conclusiones.

El sector de la automoción es un pilar fundamental dentro de nuestra industria, siendo de vital importancia para nuestra economía ya que supone una gran parte dentro de las exportaciones de nuestro país y una parte fundamental de nuestro PIB. Del mismo modo conforma gran parte del tejido laboral y hace que proliferen las empresas satélites, generando aún más empleo.

Pero este sector también está en riesgo constante. Se encuentra expuesto a las fluctuaciones económicas y es capaz de quebrar en cuestión de meses si todo no está perfectamente engranado (se ha podido observar a la perfección durante los últimos meses, en pleno fervor del coronavirus, donde ha sido uno de los sectores más aquejados).

La automoción no depende únicamente del número de unidades producidas y las matriculaciones que se realizan de manera anual, sino que también depende de su propia competencia, de la innovación tecnológica, de la capacidad de renta de la población en momentos determinados y de la buena praxis de todos aquellos que conforman un sector tan amplio como es este (fabricantes, concesionarios, empresas adyacentes, financieras...). Es el cómputo de todos estos factores los que hacen que sea un sector que genera tanta expectación y en ocasiones miedo.

Los fabricantes, por ende, se están viendo obligados a dar pasos al frente sin estar muy seguros del terreno que pisan, lo cual desata el desconcierto. Por este motivo, los grupos que en cierto modo se sienten inseguros con sus cifras y su capacidad de hacer frente a los tiempos venideros, buscan un apoyo para poder combinar fuerzas y salir reforzados de esta situación. Es tiempo de fusiones y adquisiciones transeuropeas. Y es muy necesario.

Es el caso de los grupos FCA y PSA. Cada uno de ellos se encontraba falto de cualidades que el otro posee. El primero por no tener unas marcas perfectamente asentadas en cuanto a ventas y encontrarse rezagada en cuanto a hibridaciones y vehículos eléctricos y la segunda porque fuera del continente europeo prácticamente no existe. La fusión ha sido, es y será una victoria.



Ha sido una victoria en cuanto a buscar un compañero de viaje que no eclipse a los demás, sino que les hagan brillar con más fuerza aunando fábricas, presupuestos y personal cualificado (no sólo en cuanto a personal técnico sino también con un equipo directivo con un gran bagaje en el sector).

Es una victoria porque, aunque la industria en este momento se ha visto envuelta en una nueva recesión, ya pueden volver a la actividad haciendo lo que otros grupos ahora mismo no pueden, reducir costes aunando fuerzas. Tener una capacidad fabril mayor, un capital mayor y una capacidad tecnológica mayor, hace que, en tiempos difíciles, sea prácticamente imposible no salir victorioso.

Y será una victoria porque, aunque los términos en cuanto a producción y comercialización no estén disponibles públicamente, creo que pueden generar una demanda, un nivel tecnológico, una capacidad productiva y unos márgenes financieros que, pocos grupos podrán igualar. Sólo acaban de fusionarse y se han postulado como el cuarto gigante automovilístico. En unos años, igual estamos ante el segundo.

7. BIBLIOGRAFÍA

Asociación Española de Fabricantes De Automóviles y Camiones (2019). Informe Anual. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <https://anfac.com/wp-content/uploads/2019/07/Informe-Anual-ANFAC-2018-ESP.pdf>

Asociación Española de Fabricantes De Automóviles y Camiones (2020). Notas de matriculación. Recuperado el 15 de abril de 2020 de <https://anfac.com/notas-de-matriculacion/>

Coches eléctricos. Motor.es (2020). Recuperado el 18 de mayo de 2020 de <https://www.motor.es/tag/coches-electricos>

Coches Híbridos. Motorpasión (2020). Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <https://www.motorpasion.com/categoria/coches-hibridos-alternativos>

Crisis global y automoción. ¿La Tormenta Perfecta?. La reciente evolución del sector a escala mundial. José Antonio Bueno. Europraxis. Recuperado el 23 de marzo de 2020 de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/376/37.pdf>



El Economista (2020). Recuperado el 15 de junio de 2020 de <https://www.economista.es/ecomotor/motor/noticias/10604885/06/20/El-Gobierno-anunciara-manana-un-plan-para-la-automocion-dotado-con-3750-millones-de-euros.html>

Evolución del número de matriculaciones en España. Statista (2020). Recuperado el 30 de marzo de 2020 de <https://es.statista.com/estadisticas/531787/espana-matriculaciones-de-nuevos-turismos/>

FCA. Fiat Chrysler automóviles. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <https://www.fcagroup.com/en-US/Pages/home.aspx>

La automoción se prepara para una gran pelea entre fábricas. Expansión (2020). Recuperado el 14 de junio de 2020 de <https://www.expansion.com/empresas/motor/2020/06/17/5ee9ed8fe5fdea27068b45ff.html>

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015). Internacionalización de la Industria Española de Componentes de Automoción. Recuperado el 18 de mayo de 2020 de <https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2015/Paginas/20151014-internacionalizaci%C3%B3n-industria-componentesautomoci%C3%B3n.aspx>

PSA Groupe España. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <https://site.groupe-psa.com/espana/es/groupe-psa-espana/>

Radio Televisión Española (2020). Coronavirus. Recuperado el 18 de mayo de 2020 de <https://www.rtve.es/noticias/20200615/plan-automovil-gobierno-renovacion-parque-inversiones/2017793.shtml>

Radio Televisión Española. La crisis se ceba con el sector del automóvil (2008). Recuperado el 17 de abril de 2020 de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/376/37.pdf>