

Sector del automóvil 2017 en España: crecimiento y cambio de tendencias

La fabricación de automóviles o de componentes para los mismos representa uno de los sectores industriales más dinámicos y mejor adaptado a los retos en una era global, digital y de vertiginosos cambios energéticos. Por otro lado, las ventas de vehículos en la provincia de Jaén son también un buen indicador para sopesar si se sale de la crisis y si se está creando empleo o aumentan créditos y consumo.

Óscar Arévalo

DIRECTOR DE MARKETING DEL GRUPO ÁVOLO

Sin echar la vista mucho más atrás (es mejor no hacerlo), **2016 supuso la consolidación del crecimiento en el mercado del automóvil en España.** Estamos alcanzando la normalidad en términos de mercado para un país como el nuestro, pero todavía existen muchas cuestiones deficientemente resueltas a las que debemos enfrentarnos en los próximos tiempos.

Bajo mi punto de vista, en un futuro a corto plazo, con mercados levemente crecientes, nos aguardan retos en términos de país, de distribución y de producto que debemos afrontar.

SOLUCIONES URGENTES

Como país debemos buscar soluciones a la siniestralidad, la contaminación y la congestión

Después de Grecia, tenemos el parque de coches más antiguo de la CEE con una media de edad de 11,9 años, con todo lo

que esto supone: coches más antiguos implican indefectiblemente, mayor contaminación y mayor tasa de accidentes.

A corto plazo debemos implantar de nuevo un Plan Renove que permita, en una cuenta positiva para todos los operadores, mejorar la calidad de nuestro aire, principalmente en las grandes ciudades, colaborar en la disminución de accidentes y dinamizar la economía nacional manteniendo, a su vez, el empleo en fábricas y puntos de venta.

Y todo esto se puede conseguir con **beneficios para todos:**

- El Estado, que obtiene un retorno de 3 euros por cada euro invertido.
- El consumidor, que se beneficia de una ayuda directa a la compra.
- La sociedad en general, pues nos favorecemos de un aire menos contaminado y una menor exposición a los accidentes.
- Los fabricantes y las redes de concesionarios, que ponen coches en el mercado y



El coche híbrido y eléctrico es ya un vehículo de hoy.



mantienen, por tanto, el empleo en fábricas y en los puntos de venta.

No hay excusa, todos ganamos: como usuario, consumidor, empresario y habitante de España reclaman la renovación urgente de un Plan Renove. Si se plantea bien, colaborará a dar respuesta a tres demandas clarísimas de nuestra sociedad: mantenimiento del empleo, el descenso de la siniestralidad y la mejora de la calidad de nuestro aire, sin olvidar un incremento de la recaudación para el Estado.

DISTRIBUCIÓN

En la era de Internet, con las tasas de comercio electrónico creciendo en nuestro país a dobles dígitos, la pregunta es obvia: los concesionarios oficiales, como canal de distribución, ¿siguen aportando valor al mercado?

Aunque estamos asistiendo a unos procesos de cambio y transformación, igual de obvia es la respuesta, contundentemente afirmativa. Y seguirá siéndolo a largo plazo pues no existe todavía un modelo de distribución más cualificado para la venta y reparación de automóviles.

Lógicamente, las redes oficiales deben adaptarse al mercado (no olvidemos que desde 2008 las redes oficiales han disminuido en más de un ¡40%!) y a las nuevas tendencias tanto de distribución como de producto, pero, en mi opinión, seguirán añadiendo valor tanto al fabricante como al consumidor final.

El proceso de concentración de los operadores en el punto de venta (concesionarios oficiales) en busca del volumen que les permita mantener sus cuentas de resultados seguirá imparable en los próximos años. A pesar de que hoy hay un 40% menos de concesionarios que en 2008, todavía veremos menos pero, eso sí, más grandes en términos de volumen y de territorio.

PRODUCTO

Es aquí donde asistiremos quizás a los cambios más fulgurantes en los próximos años. Las tendencias fluyen en cuatro vectores que se irán desarrollando, sin duda, a diferentes ritmos según estrategias de los fabricantes y necesidades de los usuarios: coche eléctrico, coche autónomo, coche

conectado y coche compartido.

Estas nuevas tendencias nacen para tratar de dar respuesta a la crisis que ha representado el automóvil en tres líneas, principalmente: siniestralidad, contaminación y congestión.

El ritmo en el desarrollo y evolución de estas tendencias será determinante en la medida en que los gobiernos, los fabricantes, los usuarios y la sociedad, en general, sean conscientes de que es por ahí por donde indefectiblemente pasa la solución a estos problemas y, por tanto, impulsen su fabricación e influyan en los comportamientos de los usuarios.

En los próximos años asistiremos sin duda a una transformación vital en el sector del automóvil, principalmente desde el punto de vista de producto.

El automóvil fue, es y seguirá siendo, en mi opinión, una herramienta indispensable en el desarrollo de nuestras sociedades.

Las connotaciones negativas que hoy presenta desde el prisma de la contaminación, siniestralidad y congestión se irán poco a poco superando y el automóvil va a recuperar, a medio plazo, el lugar que merece como elemento insustituible de movilidad para el desarrollo de las sociedades y asociado a la libertad del individuo. □



"En los próximos años, asistiremos sin duda a una transformación vital en el sector del automóvil, principalmente, desde el punto de vista del producto"

"El automóvil fue, es y seguirá siendo, en mi opinión, una herramienta indispensable en el desarrollo de nuestras sociedades"

APRENDER DE LOS FRACASOS

El fracaso de Santana-Motor de Linares como fabricante destacado de nuestra provincia no puede quedarse en un triste lamento, acusándose entre sí a las partes implicadas, sino que debería suponer una revitalización de empresas que renueven el sector, como la empresa CAF fabricante de unidades de vagones para tranvías.

APRENDER DEL ÉXITO

La empresa Valeo de Martos ha dado un giro silencioso hacia la innovación que le ha llevado a producir cerca de tres millones de euros diarios y a ser referente mundial en su propia cadena de empresas por el mundo.

El secreto ha sido la labor de directivos e ingenieros para implementar proyectos de I+D+i con el concierto de la UJA y del Centro Tecnológico del Plástico (fotos de la siguiente página). Debemos aprender de su éxito porque es vital extrapolarlo.



Óscar Arévalo Chacón

(Madrid, 1971) Es licenciado en Derecho con especialidad Jurídico-Económica por la Universidad de Deusto, y completó su formación superior con un Máster en Marketing en la prestigiosa Universidad de Berkeley (California) y otro Máster en Executive MBA en el Instituto Internacional de San Telmo.

Entre sus actividades profesionales destaca la experiencia en marketing y su labor comercial en empresas afincadas en Estados Unidos y Madrid. Entre sus aficiones destacan el deporte y la marcha atlética.

Actualmente es secretario de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar (vinculada al Instituto de la Empresa Familiar), actividad que compagina, desde 2003, con su faceta profesional como empresario familiar de segunda generación en el sector de la distribución de automóviles (Grupo Ávolo), donde se da empleo a alrededor de doscientos empleados.



PROPUESTAS PARA UN DEBATE SOCIAL

1. **INCENTIVAR LA COMPRA:** Recuperar el Plan PIVE (Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente), un programa de incentivo a la compra que permite rejuvenecer el envejecido parque automovilístico español. Con su continuidad se obtendría un beneficio económico inmediato, además del beneficio social y económico del aumento de la seguridad vial.
2. **RENOVAR:** La antigüedad media del parque automovilístico deriva en un mayor impacto sobre el medio ambiente, además de seguir siendo una asignatura pendiente ¿Habría que poner límite? O mayores exigencias en los controles de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV).
3. **VEHÍCULOS MÁS SOSTENIBLES:** Apostar por un modelo de automoción sostenible, eficiente y seguro, por las nuevas tecnologías, los combustibles alternativos y los vehículos eléctricos, que empiezan a ser una realidad.