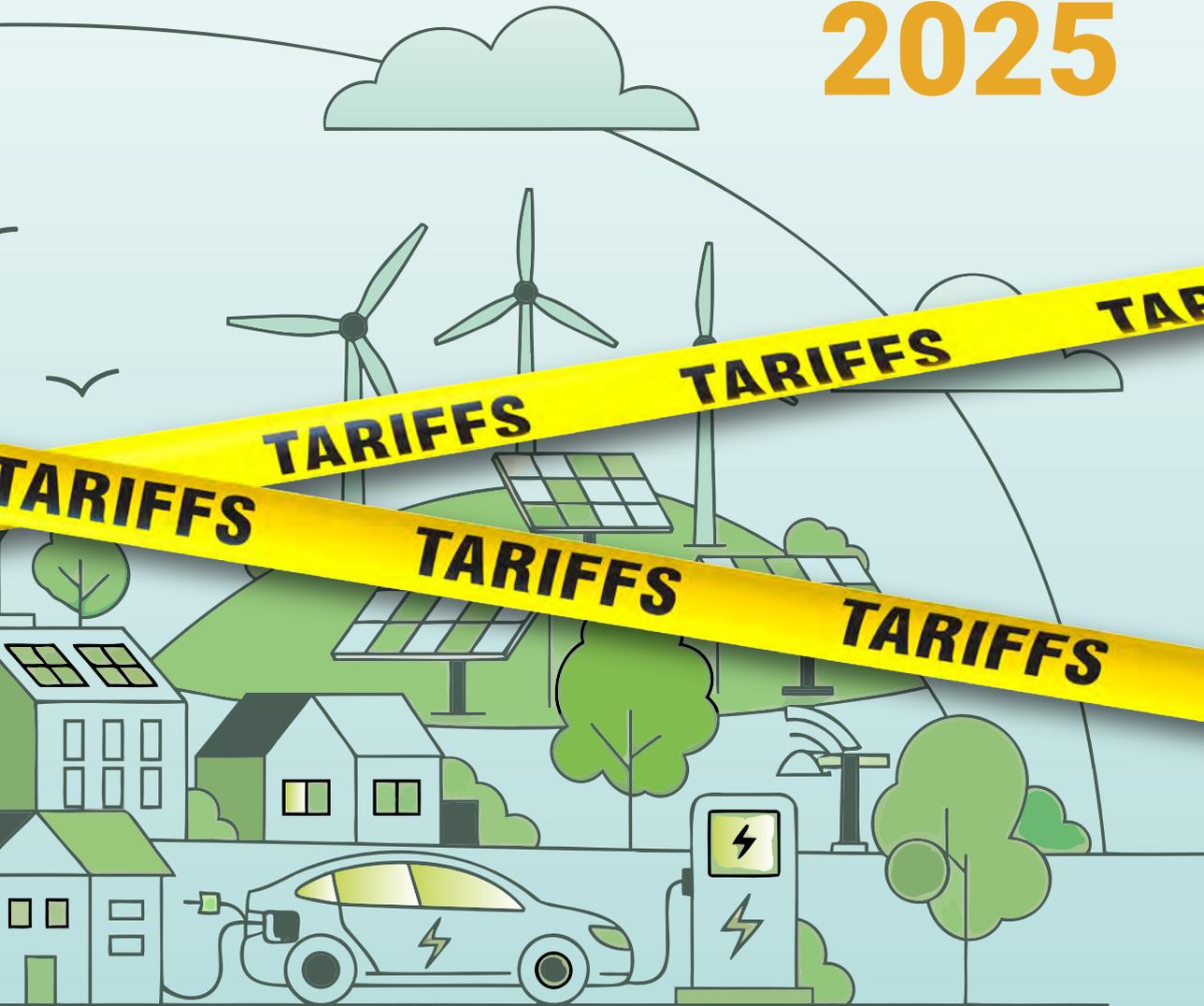


AUTO MOBILITY TRENDS 2025





DIRECTOR

Toni Fuentes

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Àngels Martín (datos), Elena Riber, Ana Montenegro, Sergio Piccione, Jordi Hereu, José López-Tafall, José Portilla, José María Riaño, Arturo Pérez de Lucía, José Ignacio Moya, Jaime Barea, José-Martín Castro Acebes, Joan Blancafort, Sergio Alcaraz, May López

PRODUCCIÓN

Maquetación: Jesús Alés
Ilustraciones: Adobe Stock
Impresión: Estugraf

EDITA

Ecofirma SL

Grupo Mobilitas (ATREVIA)

Presidente:

Antonio Fernández-Galiano

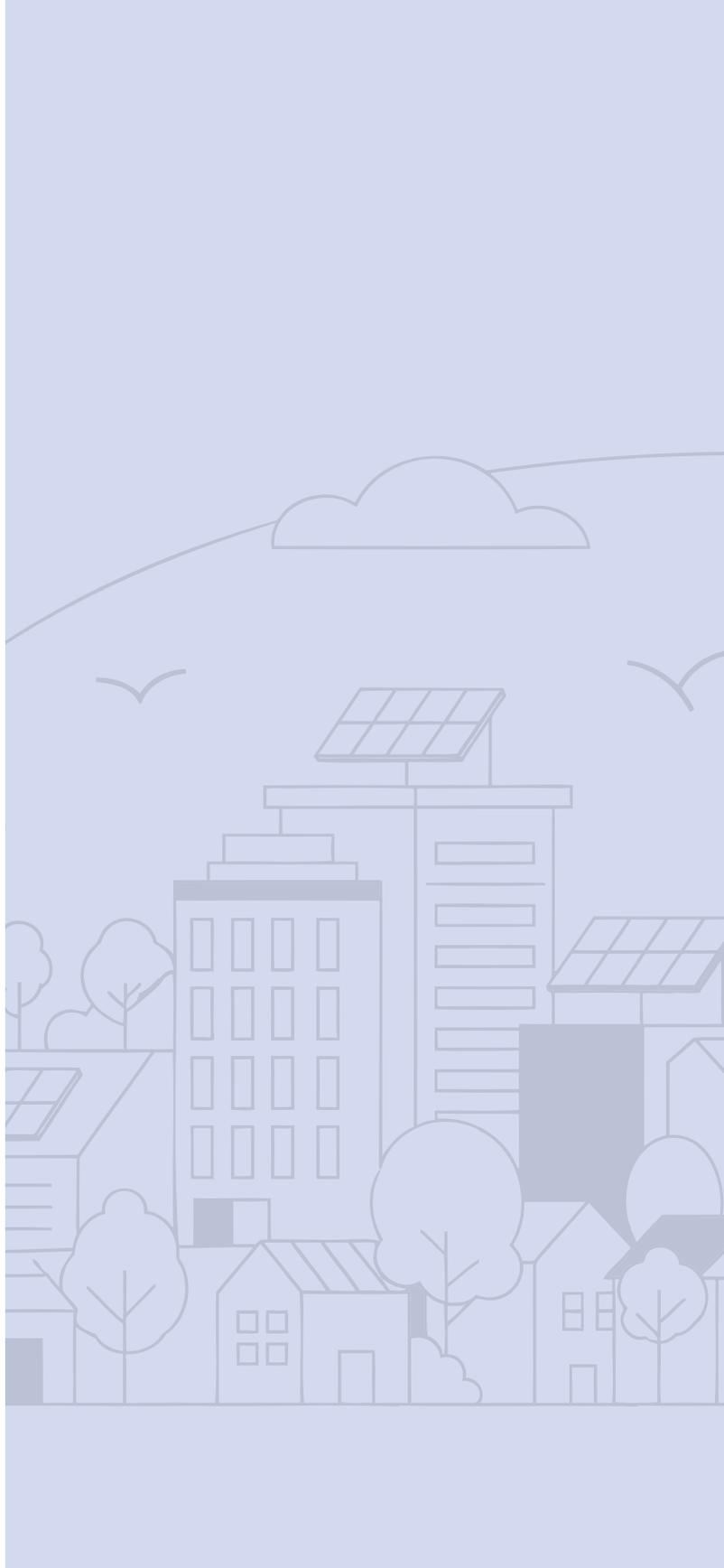
Director general: Juan Carlos Payo

COCHE GLOBAL

Travessera de les Corts, 55 planta 1
08028 Barcelona
Tel: +34 934190630

CONTACTO

administracion@cocheglobal.com
www.cocheglobal.com



2

La automoción modera su transformación ante los nuevos retos, según Auto Mobility Trends 2025

4

Las inversiones en automoción y movilidad se ralentizan más

El 44% de las empresas prevé aumentar su inversión este año, mientras crece la proporción de compañías que optará por recortarla

8

La apuesta por la nueva movilidad mantiene el protagonismo

El número de empresas que prevé aumentar sus inversiones en nuevas actividades de movilidad registra un sólido 40%, según Auto Mobility Trends 2025

12

El sector ve las marcas chinas con preocupación, pero también como una oportunidad

El temor al impacto de las marcas chinas sube del 47% al 67%, aunque casi un tercio no teme su llegada, según el Barómetro Auto Mobility Trends

16

Crece el temor al impacto de las barreras arancelarias

La preocupación por los efectos de los aranceles de EEUU se dispara en los fabricantes (50%) y los proveedores (40%), y llega al 33% en el caso de las barreras de la UE a China

20

El negocio crece pero pierde impulso y rentabilidad

Las perspectivas de cierre del ejercicio apuntan a una mejora de ingresos en casi un 44% de las empresas, frente a un 21% que espera descensos, según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025

26

La mayoría de las empresas opta por mantener las plantillas pero con señales de alerta

Un 25% de las empresas aumentará sus plantillas, aunque el 37,5% prevé estabilidad y un 31% espera recortes, según Auto Mobility Trends

30

Flexibilidad laboral y ajuste de inversiones para afrontar la coyuntura

La finalización de contratos temporales y la reducción de inversiones son las fórmulas más utilizadas por las compañías, según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025

35

El PERTE VEC atrae ya al 44% de las empresas

La participación de empresas del sector en el PERTE VEC pasa del 27,5% de 2021 al 44% en 2025, según Auto Mobility Trends

39

El sector pide una hoja de ruta clara: ayudas directas y menos trabas

El 54,2% de las empresas declara un impacto fuerte o muy fuerte por las medidas ambientales actuales, según Auto Mobility Trends

44

La automoción española, un gigante económico con deberes pendientes en reputación

Pese a su peso incuestionable en la economía, la reputación de la industria automovilística española queda rezagada a la cola frente a otros sectores, según el informe de ATREVIA / Merco



LAS CIFRAS CLAVE DE LA AUTOMOCIÓN

44%

CRECIMIENTO DE LA INVERSIÓN

Empresas que invertirán más en 2025

40%

APUESTA POR NUEVA MOVILIDAD

Compañías que aumentarán su inversión

67%

ELECTROMOVILIDAD

Firmas que invierten en vehículos eléctricos

31%

PREVISIÓN DE EMPLEO AL ALZA

Encuestados que aumentan la plantilla

La automoción modera su transformación ante los nuevos retos, según Auto Mobility Trends 2025

La sexta edición del Barómetro Auto Mobility Trends detecta una desaceleración de inversiones, con un 44% de empresas que prevén un aumento, y el recurso a medidas de contención y ajuste ante los retos de los aranceles y de China

La transformación de la automoción y la movilidad continúa en 2025, aunque con un crecimiento más racional y conservador ante los nuevos retos que han irrumpido en el camino. Las tensiones comerciales internacionales, tanto con EEUU como con China, han agitado todavía más el ecosistema y el camino hacia la transición energética. Así lo revela el Barómetro Auto Mobility Trends 2025 de Coche Global, medio que forma parte del Grupo Mobilitas de ATREVIA.

Desde su primera edición en 2019, el estudio se ha consolidado como una referencia en el

análisis del pulso real del sector, incluyendo a fabricantes, proveedores, distribuidores, talleres, startups y nuevos operadores de movilidad. La edición de este año muestra una desaceleración en el ritmo de la transformación con la aparición de señales de alerta.

SEÑALES DE FATIGA

Las inversiones se mantienen, pero se racionalizan. Un 44% de las empresas prevé aumentar su inversión global durante 2025, la cifra más baja en toda la serie que recoge el Barómetro en un claro síntoma de la inflexión en el sector. La electrificación sigue mar-

cando el rumbo de las inversiones, pero con menos intensidad.

Las señales de fatiga también se aprecian en el ámbito laboral, donde el empleo se estabiliza con un crecimiento más moderado como refleja el descenso hasta el 31% del porcentaje de empresas que prevé aumentar su plantilla este año. En paralelo, persiste la necesidad de incorporación de nuevos perfiles profesionales ligados a la transformación tecnológica y la sostenibilidad para un 38% de las compañías.

Tanto la desaceleración del empleo como de las inversiones son

48%

CESE DE CONTRATOS TEMPORALES

Empresas que prescindirán de eventuales

67%

TEMOR A MARCAS CHINAS

Compañías que prevén impacto fuerte

33%

ARANCELES A ELÉCTRICOS DE CHINA

Grado de temor a aranceles a China

50%

ARANCELES QUE APLICA EEUU

Fabricantes que esperan impacto



Presentación de Auto Mobility Trends 2024 en Casa Seat

consecuencia del impacto de la coyuntura en los resultados. Un 46,7% de las empresas espera aumentar sus ingresos en 2025 y un 44% prevé mejorar su resultado operativo, pero la percepción general del entorno empeora: solo el 30,4% cree que el sector mejorará en conjunto.

Entre los nuevos desafíos destacan el desembarco de marcas chinas y las nuevas barreras arancelarias en un sector altamente globalizado. El 67% de las empresas percibe las marcas de China como una amenaza, aunque para otra parte suponen una oportunidad de negocio. En paralelo, los aranceles impuestos por la UE a los coches eléctricos chinos preocupan al 33% del sector, mientras que los establecidos por



Avance del Barómetro en Automobile Barcelona

EEUU tienen un impacto significativo especialmente en fabricantes (50%) y proveedores (40%).

MEDIDAS DE CONTENCIÓN Y FLEXIBILIDAD

Ante este escenario incierto, las empresas apuestan por medidas de contención y flexibilidad. Las más extendidas son la finalización de contratos temporales (47,6%) y la reducción o paralización de inversiones (24%). También se contemplan regulaciones temporales (ERTE) en un 17% y extinciones de contratos indefinidos (16%).

Este año el Barómetro amplía su alcance con el apoyo de asociaciones como Anfac, Sernauto, Faconauto, Ganvam, Aedive, Anesdor, CIAC, Fecavem, UGT y CCOO, y ahora también Empresas por la Movilidad Sostenible. Tras un primer avance en el marco de Automobile Barcelona con el apoyo de Grupo Adecco y Hyundai España, los resultados de Auto Mobility Trends se presentarán y analizarán en detalle en Casa Seat de Barcelona y el Cupra City Garage Madrid. ●

Las inversiones en automoción y movilidad se ralentizan más

El 44% de las empresas prevé aumentar su inversión este año, mientras crece la proporción de compañías que optará por recortarla

El impulso inversor en el sector de automoción y movilidad se mantiene firme en 2025, pero muestra signos de moderación respecto a los años previos de expansión acelerada. Según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025 elaborado por Coche Global, un 43,75% de las empresas planea aumentar sus inversiones globales este año (frente al 48% en 2024), mientras que un 18,75% prevé recortarlas, un 25% mantendrá su nivel actual y un 12,5% aún no tiene una definición clara.

Por tamaño, las empresas medianas lideran la apuesta inversora con un 66,7% que planea incrementar sus recursos este año, un dato muy por encima del 50% de las pequeñas y el 34,5% de las grandes compañías. Este resultado evidencia que las medianas están impulsando su transformación para ganar competitividad, mientras que las grandes mantienen un tono más prudente tras años de inversiones intensivas en electrificación y digitalización.

Según Auto Mobility Trends 2025, las empresas medianas lideran la apuesta inversora con un 66,7% que planea incrementarla

Por actividad, los concesionarios y talleres muestran un notable optimismo, con un 50% que prevé invertir más, frente a un 12,5% que reducirá y un 25% que mantendrá el nivel. Los fabricantes de vehículos también reflejan un perfil equilibrado, con un 35,7% que incrementará sus inversiones y un 21,4% que las recortará.

OPTIMISMO ASIMÉTRICO EN LAS INVERSIONES

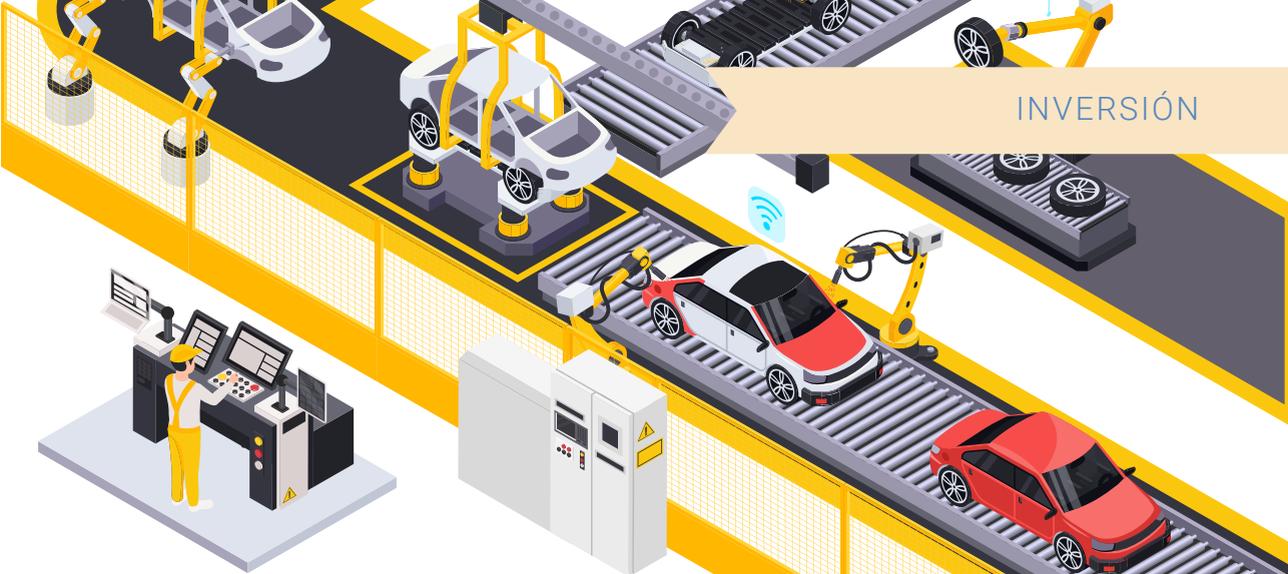
En cambio, los proveedores de componentes y servicios registran el peor balance inversor: un 31,6% planea aumentar inversio-

nes, pero un 26,3% proyecta recortes. Esta distribución refleja el impacto de la incertidumbre regulatoria, el ajuste de la producción global y la presión sobre precios que afrontan muchas compañías del sector auxiliar.

LA NUEVA MOVILIDAD SIGUE SIENDO EL MOTOR DE CRECIMIENTO

Las empresas centradas en nuevos servicios de movilidad mantienen su tradicional perfil expansivo, con un espectacular 85,7% que prevé incrementar inversiones en 2025, reflejo de su etapa de consolidación en el mercado y de la necesidad de ampliar flotas, desarrollar plataformas tecnológicas y ganar capilaridad comercial.

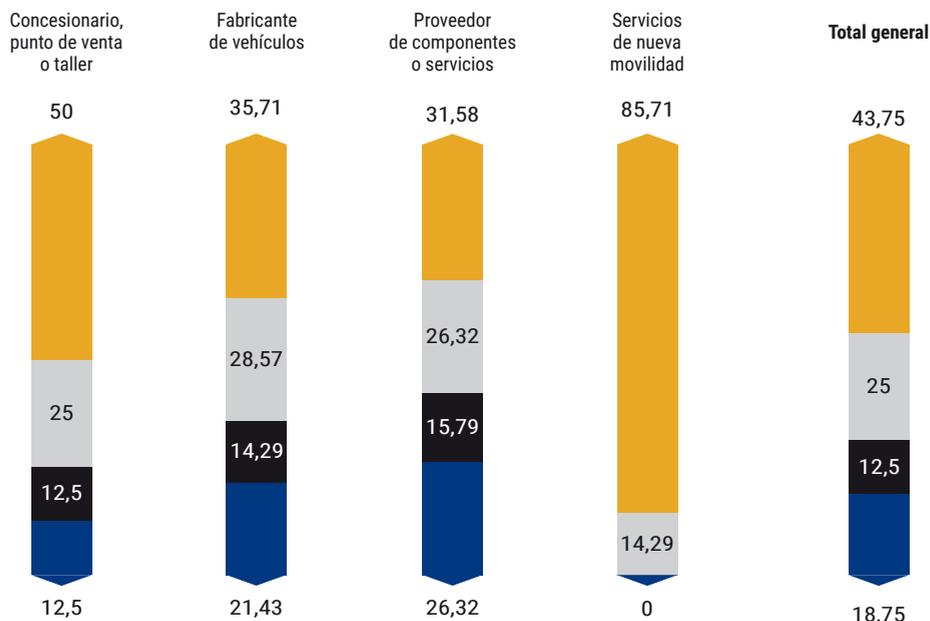
Estos datos confirman que el sector mantiene su esfuerzo inversor, aunque con menor intensidad que en los años de recuperación pospandemia. Las empresas parecen entrar en una fase de inversiones más selectivas y estratégicas, priorizando proyectos con



Silent Vector / Adobe Stock

EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES GLOBALES (en porcentaje)

Previsión de inversión global en 2025



retorno directo y contribución a la rentabilidad operativa.

El Barómetro Auto Mobility Trends 2025 constata así un nuevo ciclo inversor más racional, en el que la sostenibilidad financiera, la trans-

formación digital y la descarbonización seguirán siendo ejes clave, pero con un fuerte escrutinio de costes y un enfoque más prudente ante la ralentización global y la creciente competencia asiática y tecnológica. ●

LEYENDA



Un sector en modo Profit Warning

Los temidos avisos de un deterioro en el negocio se han convertido en la norma en las empresas de automoción y movilidad desbordadas por los últimos golpes de la permacrisis

La automoción y la movilidad están atravesando un momento decisivo. Tras años de transformación acelerada, el sector empieza a mostrar síntomas preocupantes de agotamiento financiero. Las advertencias de beneficios —los temidos Profit Warnings— ya no son la excepción, sino la norma. Fabricantes, proveedores e incluso algunas startups empiezan a reconocer abiertamente una caída sostenida de la rentabilidad, y los primeros balances en rojo ya están sobre la mesa.

Esta nueva coyuntura no llega por sorpresa. Es la consecuencia lógica de una tendencia que el Barómetro Auto Mobility Trends, que llega a su sexta edición en 2025, lleva varios años anticipando: una transformación estructural impulsada por la electrificación, la digitalización y la automatización, cuya factura económica se está



Toni Fuentes

Director de Coche Global

Auto Mobility Trends 2025 muestra que la transformación ya no puede financiarse con promesas. Necesita resultados tangibles.

cobrando más rápido de lo que llegan los beneficios. La rentabilidad, ese músculo que permitía resistir las oleadas de disrupción, se está debilitando ante el coste de adaptarse al futuro.

FRENO A LAS INVERSIONES

El Barómetro constata una ralentización clara en el impulso inversor del sector. Aunque el 44% de las empresas prevé aumentarlas, hay un 18,75% que ya anuncia recortes, y un 25% que opta por el inmovilismo. Las grandes corporaciones, más expuestas a la coyuntura global, lideran la contención: solo el 34,5% planea seguir invirtiendo más. La tendencia es clara: menos euforia, más cautela.

Este repliegue se observa también en las medidas internas de ajuste. Cerca del 25% de las empresas ha paralizado o reducido



Arie / Adobe Stock

inversiones, y un 47,6% ha terminado contratos temporales. Aunque no hay una destrucción masiva de empleo, sí se aprecia una estrategia de contención flexible ante la incertidumbre. Es un síntoma claro de que las tensiones económicas están condicionando las decisiones estratégicas a corto y medio plazo. La tormenta perfecta se está materializando: el retorno de las grandes inversiones en nueva movilidad es más lento de lo esperado, y los márgenes tradicionales se estrechan. Esta brecha entre inversión y retorno erosiona la rentabilidad.

GEOPOLÍTICA, LA ÚLTIMA GOTA

El contexto internacional ha echado sal en la herida. Las tensiones geopolíticas, especialmente los nuevos aranceles, han encarecido súbitamente los costes para

muchas compañías. Es la última gota que ha colmado el vaso y amenaza la transformación de la movilidad, una situación que ilustra la portada de esta revista con los resultados del Barómetro de 2025. Durante la última década, el sector ha demostrado una capacidad admirable para sobrevivir a lo que se ha definido como permacrisis: desde la COVID-19 hasta la guerra en Ucrania, pasando por la escasez de semiconductores o el encarecimiento de materias primas.

Pero esta vez es distinto. Lo que se tambalea ahora no es la logística o el suministro, sino el modelo de negocio. Las empresas han dejado de improvisar para resistir y empiezan a recortar para subsistir. La incertidumbre ya no es una fase transitoria, sino una condición estructural. Y eso obliga a redefinir prioridades, reformular

estrategias y reevaluar los plazos de retorno de cada inversión.

UN MOMENTO PARA DECIDIR

El Auto Mobility Trends 2025 lanza una advertencia clara: el sector está en una encrucijada. La transformación sigue siendo inevitable, pero ya no puede financiarse con promesas. Necesita resultados tangibles. Necesita retorno. Frente a ello, las empresas deben asumir que el futuro no será necesariamente más rentable, pero sí más exigente. La rentabilidad no será un subproducto del cambio tecnológico, sino una condición para que ese cambio sea viable. En un mundo donde los beneficios tradicionales se agotan y los nuevos tardan en llegar, solo quienes encuentren un equilibrio entre inversión inteligente y gestión eficiente podrán sobrevivir a este nuevo capítulo de la automoción. ●

La apuesta por la nueva movilidad mantiene el protagonismo

El número de empresas que prevé aumentar sus inversiones en nuevas actividades de movilidad registra un sólido 40%, según Auto Mobility Trends 2025

Las inversiones en nueva movilidad mantienen su protagonismo en 2025, con un 39,6% de empresas que prevé incrementar sus recursos destinados a este tipo de actividades, según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025 elaborado por Coche Global.

Este dato consolida la tendencia del ejercicio anterior, en que se registró un 42% de intención elevar el esfuerzo inversor en nueva movilidad, y confirma que, pese a la tendencia a la moderación de los últimos años, la transformación hacia nuevos modelos de negocio sigue siendo estratégica para las empresas.

STARTUPS Y PEQUEÑAS EMPRESAS, EN CABEZA

Además del 39,6% de empresas que manifiestan que aumentarán sus inversiones en el proceso de transformación, el 29,2% las mantendrá, un 16,7% las reducirá y un 14,6% no tiene aún definida su estrategia, lo que refleja tam-

El vehículo eléctrico continúa siendo el foco prioritario de las inversiones, con un 67,4% de empresas que destinan recursos a impulsar esa electrificación

bién una amplia cautela ante la evolución de la demanda y la regulación.

Por tipo de empresa, las startups de nueva movilidad destacan con un 100% que aumentará su inversión en 2025, mientras que los fabricantes de vehículos registran un 35,7% de empresas con previsión de aumento y un 21,4% que planea recortes. Los proveedores

se mantienen prudentes, con un 21% únicamente que aumentará su apuesta y el mismo porcentaje que la reducirá.

El vehículo eléctrico continúa siendo el foco prioritario de las inversiones, con un 67,4% de empresas que destinan recursos a impulsar esa electrificación. Se trata de una apuesta consolidada tanto entre fabricantes como en startups y proveedores, para avanzar en la transformación de la industria y el mercado hacia la electrificación.

DÓNDE INVIERTEN LAS EMPRESAS EN NUEVA MOVILIDAD

A continuación, destacan las actividades de vehículo conectado y de plataformas de movilidad compartida, como carsharing y motosgharing, con un 17,4% de empresas, 4%; vehículo autónomo: 9%; combustibles sintéticos y biocombustibles: 8%; micromovilidad personal (patinetes, bicicletas eléctricas, etc.): 4,3%.

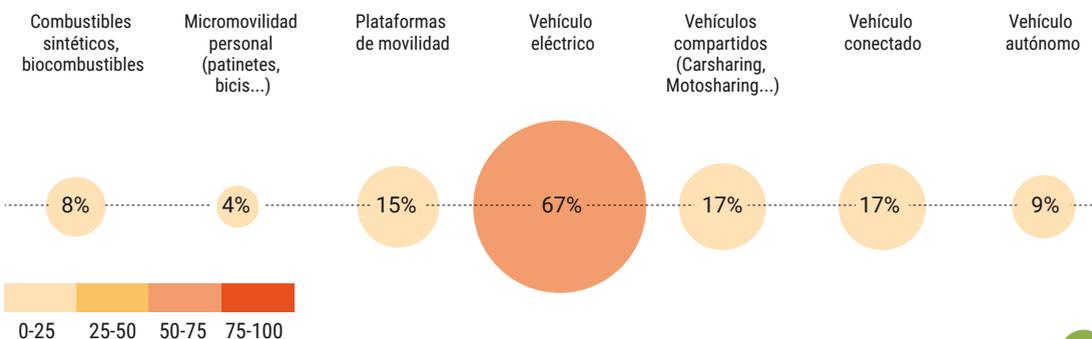
INVERSIÓN EN ACTIVIDADES DE NUEVA MOVILIDAD EN 2025

(en porcentaje de empresas que prevén un aumento)



PRINCIPALES ACTIVIDADES DE NUEVA MOVILIDAD

(en porcentaje de empresas que invierten)

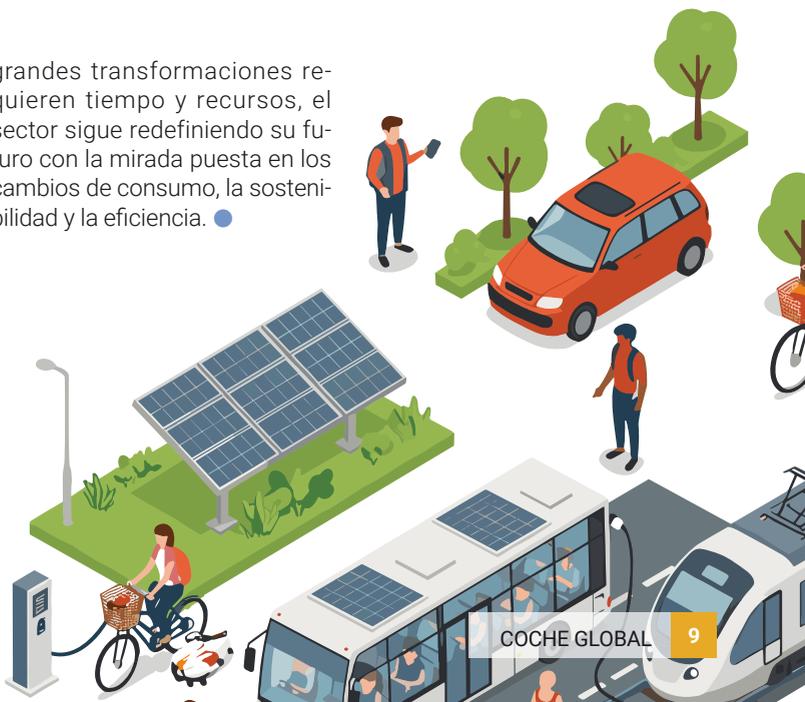


Estos datos reflejan un sector que avanza con firmeza hacia la nueva movilidad, aunque con inversiones más racionales y focalizadas en proyectos con retorno claro, especialmente en electrificación y digitalización, mientras tecnologías como el vehículo autónomo o la micromovilidad personal mantienen un ritmo de desarrollo más lento.

UN CRECIMIENTO SOSTENIDO, PERO MÁS SELECTIVO

El Barómetro Auto Mobility Trends 2025 confirma que, aunque las

grandes transformaciones requieren tiempo y recursos, el sector sigue redefiniendo su futuro con la mirada puesta en los cambios de consumo, la sostenibilidad y la eficiencia. ●



Vehículo privado no como problema: sí como llave de libertad y prosperidad

El automóvil se enfrenta a restricciones urbanas, desprecio institucional y una industria ensimismada que ha perdido el relato. España no puede renunciar al coche privado porque vertebró el 11 % del PIB y es una herramienta insustituible para la equidad territorial y el desarrollo humano

Durante más de un siglo, el automóvil ha sido sinónimo de progreso, cohesión social y libertad.

Hoy, convertido en chivo expiatorio, se enfrenta a restricciones urbanas, desprecio institucional y una industria ensimismada que ha perdido el relato. Pero España no puede renunciar al coche privado: no solo porque vertebró el 11% de nuestro PIB, sino porque representa una herramienta insustituible para la equidad territorial y el desarrollo humano. Ha llegado la hora de pasar de la queja a la acción. Y de la nostalgia a la estrategia.

El vehículo privado ha dejado de ser un bien aspiracional para muchos y ha pasado a ser percibido, desde el poder, como un enemigo a batir. El coche ha sido arrinconado con peajes, restricciones y políticas urbanas que celebran su desaparición como si se tratase de un gesto ético. Las ciudades lo expulsan, los jóvenes lo cuestionan, y algunos líderes políticos lo tachan de lujo prescindible. Pero en esa narrativa falta algo esencial: realidad. Porque la movilidad



Juan Carlos Payo

director general de Negocio
de Grupo Mobilitas

privada sigue siendo, para millones de personas en la España real, no solo una opción, sino una necesidad. Es una herramienta de libertad, de acceso a oportunidades laborales, educativas, sanitarias... En la España vaciada, donde la densidad de transporte público es baja o inexistente, prescindir del coche no es sostenible: es discriminatorio.

Sin embargo, mientras esta realidad persiste, la industria automovilística europea parece haber entrado en modo defensivo, atrapada entre el cortoplacismo regulatorio y la nostalgia del margen de beneficio perdido. Pero el au-

tomóvil no necesita compasión, necesita un propósito renovado. Lo que está en juego no es una hoja de resultados trimestral, sino su legitimidad como solución de movilidad en un mundo que exige sostenibilidad, pero también capilaridad y libertad de elección. Y esa legitimidad solo se gana si la industria da un paso al frente. Ahora o nunca.

¿Cómo? Tejiendo alianzas estratégicas reales, no solo tecnológicas. Con energéticas, para extender redes de recarga en entornos rurales y secundarios. Con aseguradoras y bancos, para desarrollar productos financieros que faciliten la transición. Con universidades y startups, para recuperar el imaginario del coche como símbolo de innovación y autonomía personal. Con constructoras, para lograr, por ejemplo, que toda vivienda nueva tenga obligatoriamente asociadas varias plazas de aparcamiento preparadas para la movilidad eléctrica. O con esas mismas constructoras, proponiendo y ejecutando ideas de infraestructuras transformadoras.



La industria automovilística europea parece haber entrado en modo defensivo, atrapada entre el cortoplacismo regulatorio y la nostalgia del margen de beneficio perdido

Pero para todo esto, lo primero que hace falta es rehacer el relato. El coche debe dejar de ser el villano de la película y convertirse en lo que fue y puede seguir siendo: el aliado del progreso. No se trata de blindar el statu quo del siglo xx, sino de reimaginar el vehículo del siglo xxi: eléctrico, conectado, compartido si hace falta... pero también accesible, presente en toda geografía, y pensado para dar libertad y oportunidades, no para sumar restricciones.

No podemos pedir a los jóvenes que abracen la movilidad privada si solo les ofrecemos prohibiciones, sobrecostes y campañas de culpabilización. Hay que ofrecerles soluciones integradas, vehículos diseñados para su forma de vida, programas de microcréditos verdes, facilidades de prueba en entornos urbanos y universitarios... Hay que volver a enamorarse. España, como segundo productor europeo de vehículos y país con un entramado logístico y territorial desigual, tiene la responsabilidad —y la oportunidad— de liderar esta reinención. No es un capricho. Es una cuestión de supervivencia industrial, de equilibrio territorial y de justicia social.

La nueva Ley de Movilidad Sostenible sitúa el vehículo privado en un lugar terciario. Grave error. Porque ni el transporte público puede llegar a todos los rincones ni el progreso puede sustentarse

sobre restricciones. Si la industria quiere salvar al coche, debe dejar de actuar como víctima y convertirse en catalizadora del cambio. No más lamentos: acción estratégica, inversión inteligente, y sobre todo, una narrativa que devuelva al vehículo privado su condición de símbolo de libertad. No la libertad del despilfarro, sino la del acceso.

El automóvil no es el problema. Puede —debe— seguir siendo la solución. Si lo condenamos sin reinventarlo, perdemos más que una industria: perdemos autonomía, desarrollo y justicia social. Y eso, sencillamente, no nos lo podemos permitir. ●

El sector ve las marcas chinas con preocupación, pero también como una oportunidad

El temor al impacto de las marcas chinas sube del 47% al 67%, aunque casi un tercio no teme su llegada, según el Barómetro Auto Mobility Trends

La presencia de marcas chinas en el mercado automovilístico europeo ya no es un escenario hipotético, sino una realidad palpable que está reconfigurando las reglas del juego. Así lo revela el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, que confirma la división del sector entre las empresas que muestran un notable aumento de la preocupación ante la irrupción del automóvil chino y las que lo ven como una oportunidad.

Según los datos del estudio, un 67% de las empresas del ecosistema de movilidad y automoción prevé un impacto fuerte o muy fuerte derivado de la entrada de nuevas marcas chinas. Este porcentaje convierte al fenómeno en la mayor inquietud comercial para el sector, superando incluso a otras tensiones globales como los aranceles europeos o estadounidenses aplicados en buena parte como respuesta proteccionista.

Un año antes, el Barómetro de 2024 mostraba que un 47% de las empresas temía un efecto fuerte o muy fuerte por la llegada

Un 31% de las empresas considera que la entrada de marcas de China tendrá un efecto reducido

al mercado de competidores chinos, que en ese momento estaba justo en el inicio del desembarco, acelerado en 2025.

Más allá de las cifras, la percepción general apunta a que la expansión de fabricantes como BYD, MG, Chery o Xpeng no solo supone una amenaza competitiva por su relación calidad-precio,

sino que también introduce un cambio de paradigma en cuanto a velocidad de innovación, modelos de negocio y estrategias de distribución. El dato más revelador es que un 50% de las empresas considera que la entrada de estas marcas tiene un impacto muy fuerte en su propia actividad. Un año antes, ese porcentaje era mucho más bajo, del 21%.

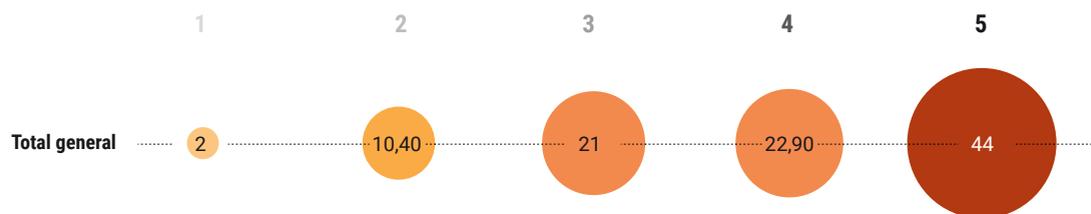
El auge de China no se percibe, sin embargo, como una amenaza absoluta. Un 31% de las empresas cree que su impacto será suave o muy reducido, lo que refleja que parte del tejido empresarial está sabiendo ver también las oportunidades. Este es especialmente el caso de concesionarios que, ante el crecimiento de la oferta asiática, han optado por incorporar nuevas enseñanzas a su portfolio, beneficiándose del creciente reconocimiento de algunas marcas chinas, ya posicionadas entre las más vendidas en Europa.



Público en el stand de BYD / AUTOMOBILE BARCELONA

¿QUÉ IMPACTO TIENE LA LLEGADA DE MARCAS CHINAS DE VEHÍCULOS EN EL NEGOCIO DE LA EMPRESA?

Porcentaje de respuestas en cada nivel. 1= Nulo impacto 5= Mucho impacto



La polarización entre amenaza y oportunidad marca el tono general del sector. Las marcas chinas no solo compiten en precios: lo hacen también en conectividad, electrificación y autonomía. En este nuevo tablero, muchas em-

presas europeas se enfrentan al reto de adaptarse a un ritmo de transformación impuesto desde fuera de sus fronteras.

En definitiva, la llegada de las marcas chinas al mercado euro-

peo ha dejado de ser una tendencia emergente para convertirse en un fenómeno estructural que obliga a toda la cadena de valor de la automoción a replantearse sus estrategias de adaptación y supervivencia. ●

Liderando la movilidad del futuro

Además de su peso, la automoción cobra especial relevancia por su capacidad de transformación, su apuesta decidida por la innovación y su liderazgo en la transición hacia una movilidad más sostenible, conectada y eficiente, tal y como recoge el Barómetro Auto Mobility Trends

Quiero empezar esta reflexión reconociendo la labor de todos los actores implicados en el sector de la automoción que, cada día, trabajan para innovar, generar empleo y valor en la economía española. Estas empresas que hacen posible que España siga siendo uno de los actores más relevantes de la automoción a nivel europeo y mundial.

La automoción en nuestro país representa, según datos del propio sector, alrededor del 9 % del empleo y cerca del 10 % del PIB, lo que lo convierte en un pilar fundamental de nuestra economía. Se trata de un sector que moviliza una extensa cadena de valor industrial y tecnológica, con presencia en todo el territorio nacional: 17 plantas de fabricación repartidas en 10 comunidades autónomas. Más de 1.000 empresas de fabricantes de equipos y componentes. Y un total de 15 centros tecnológicos y 10 clústeres de automoción. Pero además de su peso, lo que hoy cobra especial relevancia es su capacidad de transformación, su apuesta decidida por la innovación y su liderazgo en la transición hacia una movilidad más sostenible, conectada y eficiente, tal y como



Jordi Hereu

Ministro de Industria y Turismo

recoge el Barómetro Auto Mobility Trends.

ELECTRIFICACIÓN, EJE CENTRAL

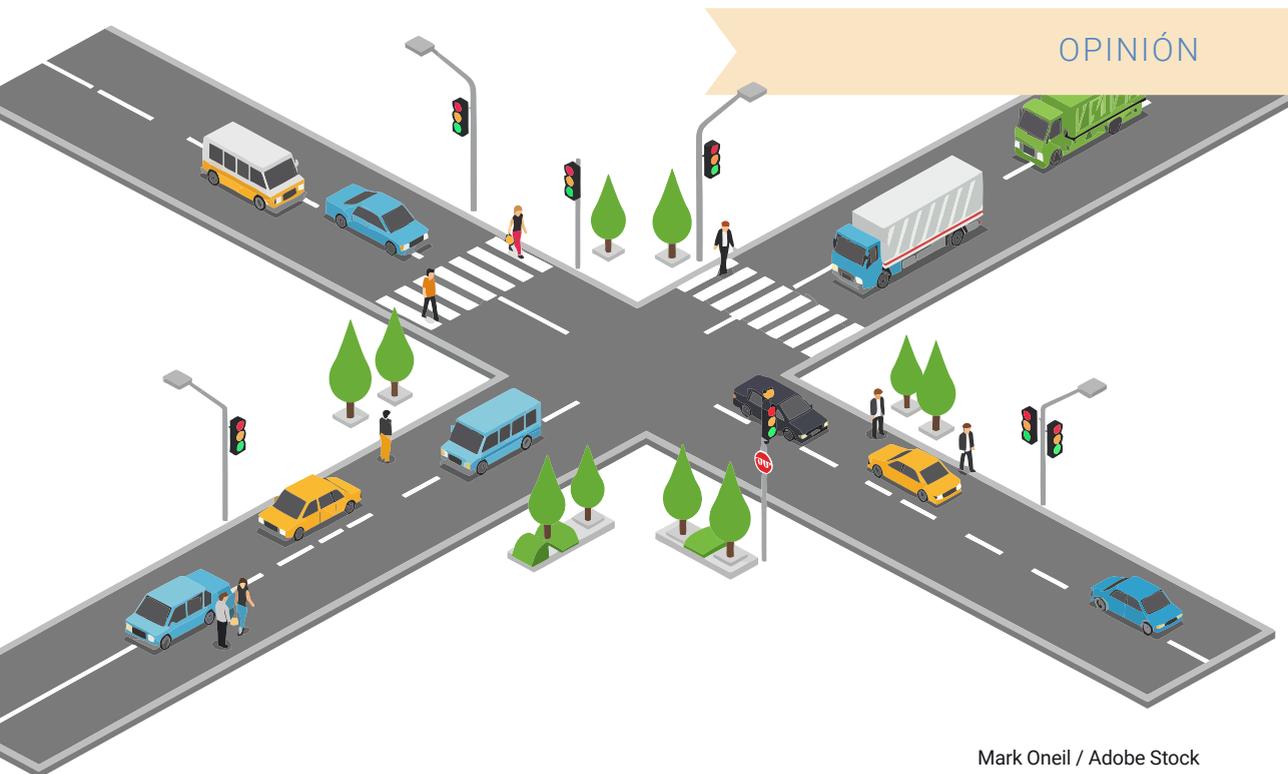
Sin duda, el sector de la automoción en España parte de una buena posición: un tejido industrial consolidado, una amplia red de infraestructuras, vocación exportadora y capacidad tecnológica. Pero queremos y necesitamos ir más allá, para asegurar su futuro. Y la electrificación se ha convertido en el eje central de esta transformación. Y España está llamada a ser un referente en este ámbito.

Quiero decirlo con claridad: el vehículo eléctrico no es una moda ni una tendencia pasajera; es el coche del futuro y una pieza clave para avanzar en la descarbonización. Y prueba de que el proceso no tiene marcha atrás son proyec-

tos como la gigafactoría de baterías de PowerCo en Sagunto, que visité el pasado mes de julio, la de Stellantis en Figueruelas o la de Envision en Navalalmoral de la Mata.

Desde el Ministerio de Industria y Turismo estamos firmemente comprometidos con dicho proceso de transformación, a través de diferentes líneas de ayudas, como el PERTE del Vehículo Eléctrico y Conectado. Hasta el momento, el PERTE VEC ya ha adjudicado casi 2.500 millones de euros a cerca de 300 empresas a través de las primeras tres convocatorias y estamos gestionando ya la cuarta convocatoria a través de SEPIDES.

Junto a las medidas para apoyar la transformación del sector, estamos adoptando otras para seguir impulsando la demanda del vehículo eléctrico y dar confianza a los usuarios. El pasado abril, aprobamos la prórroga del Plan MOVES, para facilitar la adquisición de vehículos eléctricos y seguir ampliar la infraestructura de recarga. En total, 400 millones de euros para compras efectuadas desde el pasado 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2025 que se suman a los más de 1.300 millones con los que ha contado



Mark Oneil / Adobe Stock

hasta ahora el Plan MOVES III. Este plan de incentivos directos ha facilitado, hasta el momento, la adquisición de más de 140.000 vehículos eléctricos y la instalación de más de 113.000 puntos de recarga.

RETOS IMPORTANTES

El panorama es alentador pero no nos tenemos que relajar porque vienen retos importantes, como la situación de los aranceles en EEUU o la irrupción de los coches chinos en nuestro mercado. A esto se añade el descenso de la demanda extranjera en la compra de vehículos, lo que está afectando a los niveles de producción. Por ello, necesitamos que Europa reaccione y empiece a impulsar planes que estimulen la demanda de vehículos, facilitando así una transición efectiva hacia una

movilidad más eficiente, sostenible y asequible.

Desde el Gobierno de España hemos estado, y vamos a seguir estando, firmemente comprometidos con la consolidación de nuestro país como un hub industrial y tecnológico de referencia. Siempre al lado del sector de la automoción, facilitando recursos, apoyando inversiones y promoviendo una colaboración eficaz a lo largo de toda la cadena de valor. Y también protegiendo a la industria frente a posibles impactos, directos o indirectos, derivados de las medidas arancelarias de otros países.

Además de las medidas adoptadas a nivel nacional, estamos impulsando iniciativas europeas de apoyo al sector de la automoción, como el Plan de Acción para

impulsar la innovación, la sostenibilidad y la competitividad en el sector del automóvil promovido desde la Comisión europea.

En definitiva, todos somos conscientes de que la automoción española se enfrenta a un desafío mayúsculo, pero también a una oportunidad histórica para seguir liderando la movilidad del futuro. Aprovechar esta oportunidad requiere de un compromiso colectivo y de colaboración público-privada. Solo así podremos construir un modelo de automoción y movilidad sostenible que cumpla con nuestros compromisos climáticos y, al mismo tiempo, fortalezca una industria competitiva, innovadora y generadora de empleo de calidad. Desde el Ministerio de Industria y Turismo estamos plenamente volcados en este proceso. ●

Crece el temor al impacto de las barreras arancelarias

La preocupación por los efectos de los aranceles de EEUU se dispara en los fabricantes (50%) y los proveedores (40%), y llega al 33% en el caso de las barreras de la UE a China

Los aranceles se han convertido en un factor clave dentro del tablero geopolítico de la automoción, y las empresas del sector, acostumbradas a una política comercial abierta, lo están sintiendo de forma creciente. Así lo constata el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, que muestra cómo las tensiones comerciales internacionales están impactando directamente en fabricantes, proveedores y distribuidores.

En este sentido, el informe señala que el 33% de las empresas muestra preocupación por los aranceles que la Unión Europea ha impuesto a los coches eléctricos chinos, una medida con la que Bruselas busca proteger la industria local frente a lo que considera competencia desleal por parte del gigante asiático. No obstante, este porcentaje es menor si se compara con el 67% que prevé un fuerte impacto por la entrada de marcas chinas en sí, lo que evidencia que el temor es más estructural que coyuntural.

Según Auto Mobility Trends 2025, un 23% de las compañías cree que los aranceles de Trump tendrán un impacto fuerte o muy fuerte

MÁS PREOCUPACIÓN EN LA INDUSTRIA

Más significativo aún es el caso de los aranceles estadounidenses, que han sido reactivados y endurecidos por la administración de Donald Trump de forma abrupta como una forma de forzar acuerdos. Según el Barómetro, un 23% de las compañías españolas del sector cree que estos aranceles tendrán un impacto fuerte o muy fuerte sobre su actividad.

La preocupación se dispara cuando se analiza el impacto por tipo de empresa: los fabricantes son los más afectados (50%), seguidos de los proveedores (40%), ya que muchas de sus operaciones están integradas en cadenas de valor globales que se ven alteradas por las barreras comerciales. En este contexto, los aranceles no solo encarecen los productos, sino que también alteran los flujos logísticos, los tiempos de entrega y los acuerdos de suministro. En última instancia, repercuten en la rentabilidad de las compañías.

En ese contexto, la mayoría de las empresas mantuvo sus exportaciones en 2024 (51%) y un 32% logró una mejora frente a un 16% que redujo sus ventas en el extranjero. De cara al cierre de 2025, aumenta la incertidumbre y el riesgo con una fragmentación de las previsiones con un empate del 30% que espera mantener su volumen de exportación, aumentarlas o reducir las.

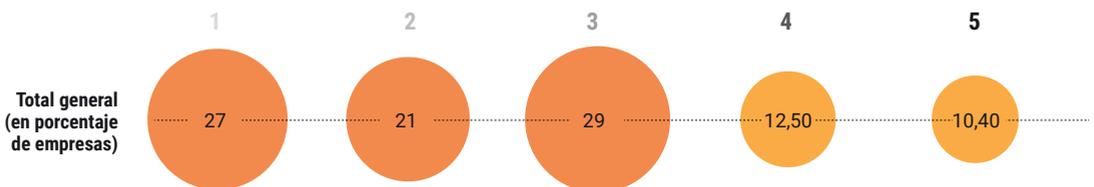


Vehículos de Omoda listos para exportar / CHERY

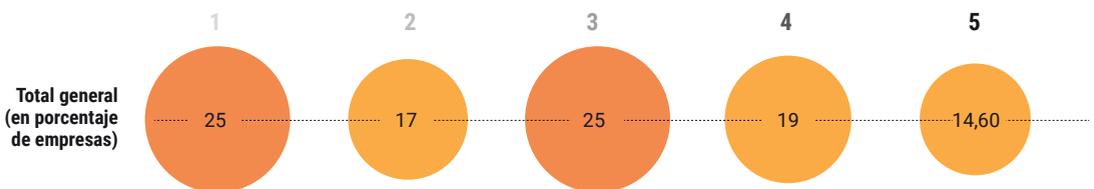
¿QUÉ EFECTO TIENE EN LA EMPRESA LA GUERRA COMERCIAL?

Porcentaje de respuestas en cada nivel. 1= Nulo impacto 5= Mucho impacto

Impacto de los aranceles de EEUU



Impacto de los aranceles de la UE a los eléctricos de China



Pese a ello, una parte del sector considera que estas tensiones podrían actuar como una oportunidad para reindustrializar Europa y reforzar su autonomía estratégica. Sin embargo, el corto plazo está marcado por la incertidumbre. Las empresas deben navegar entre decisiones proteccionistas,

cambios regulatorios y la constante amenaza de represalias cruzadas que encarecen la movilidad eléctrica y ralentizan la transición ecológica.

La combinación de aranceles con la llegada masiva de vehículos eléctricos chinos añade un

doble desafío: por un lado, la presión competitiva directa; por otro, la volatilidad regulatoria y comercial. En este escenario, el Barómetro Auto Mobility Trends confirma que el sector necesita más que nunca políticas industriales coordinadas y una visión estratégica a largo plazo. ●

«Hicimos historia, creamos futuro», 75 años impulsando la movilidad desde España al resto del mundo

Hoy, 75 años después de su nacimiento, SEAT S.A. lidera un nuevo reto: electrificar el país y convertirse en referente europeo en movilidad sostenible

En 1950, SEAT S.A. nació con una misión clara: democratizar la movilidad y poner a España sobre ruedas. Aquella visión transformó la vida de millones de personas y sentó las bases de una industria clave para la economía. Hoy, 75 años después, la compañía lidera un nuevo reto: electrificar el país y convertirse en referente europeo en movilidad sostenible.

En un contexto social, económico y ambiental en constante evolución, SEAT S.A. vive la mayor transformación de su historia, que abarca desde sus procesos industriales hasta su cultura corporativa. El nacimiento de CUPRA en 2018 marcó un paso decisivo: una marca que desafía lo convencional y acelera la evolución de la compañía hacia un futuro más emocional, eficiente y comprometido con la electrificación.

Este año, celebra su 75 aniversario con la mirada puesta en el fu-

En un contexto social, económico y ambiental en constante evolución, SEAT S.A. vive la mayor transformación de su historia, que abarca desde sus procesos industriales hasta su cultura corporativa

turo. Porque el futuro es eléctrico, y SEAT S.A. está al volante de un proyecto clave en la transformación del sector: el Future: Fast Forward, una iniciativa estratégica junto al Grupo Volkswagen, PowerCo y otros socios. Con 10.000 millones de euros de inversión, impulsa la electrificación y fortalece la industria nacional, con un impacto estimado de

más de 21.000 millones y oportunidades para más de 145.000 personas.

MARTORELL, EPICENTRO DE LA TRANSFORMACIÓN

Ese futuro se construye, día a día, en Martorell. La planta, con más de 13.300 personas, se prepara para producir vehículos 100% eléctricos a partir de 2026. SEAT S.A. lidera dentro del Grupo Volkswagen el desarrollo de la plataforma del coche urbano eléctrico que dará paso al primer modelo 100% eléctrico producido en Martorell: el CUPRA Raval, un urbano eléctrico y rebelde que nace para democratizar la electromovilidad desde España.

Para hacer realidad esta nueva generación de eléctricos, Martorell cuenta con una nueva planta de ensamblaje de baterías: 64.000 m² de innovación y 300 millones de euros de inversión. Con capacidad para producir una

HICIMOS HISTORIA



CREAMOS FUTURO



batería cada 40 segundos, esta infraestructura convierte a Martorell en un hub europeo de electromovilidad.

En paralelo, la electrificación también ha traído consigo la modernización de las instalaciones de Martorell: la nueva prensa PXL, capaz de estampar 4 millones de piezas al año; el nuevo horno KTL, el primero 100% eléctrico del Grupo Volkswagen; y se han reorganizado las líneas de producción —incluyendo el traslado del SEAT Ibiza y Arona a la línea 3— para dar paso a los nuevos modelos eléctricos. Cada paso

ha sido estratégico, cada avance, una pieza más del futuro que se está construyendo.

LAS PERSONAS, EL MOTOR DEL CAMBIO

Nada de esto sería posible sin las personas. En el centro de esta transformación, la mayor en la historia de SEAT S.A., están sus equipos, que han abrazado una cultura de aprendizaje continuo para liderar el cambio. Un impulso guiado por un ambicioso plan hacia la electrificación destinando 500.000 horas de formación en 4 años. Una apuesta firme por

el talento humano, que prepara a sus empleados para el futuro y fomenta una mentalidad más sostenible y comprometida.

DEL PASADO AL FUTURO, CON PROPÓSITO

SEAT S.A. no solo ha sido testigo de la evolución de la movilidad en España: ha acompañado a generaciones y marcado hitos. Hoy, la compañía lleva la electromovilidad desde Barcelona al resto del mundo. Porque hacer historia no es solo mirar atrás, sino tener el coraje de imaginar —y construir— lo que está por venir. ●

El negocio crece pero pierde impulso y rentabilidad



Las perspectivas de cierre del ejercicio apuntan a una mejora de ingresos en casi un 44% de las empresas, frente a un 21% que espera descensos, según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025

El sector de la automoción y la movilidad mantiene un tono de moderado optimismo en 2025, aunque con un crecimiento menos intenso que en ejercicios anteriores. Según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, un 43,75% de las empresas prevé cerrar el año con un aumento de ingresos, mientras que un 20,83% anticipa un descenso, un 25% espera mantener su volumen de negocio actual y un significativo 10,42% no lo tenía claro.

En cuanto a la magnitud del crecimiento previsto, un 40% de las empresas espera aumentos de hasta el 10%, mientras que un 6,7% confía en superar esa cifra, reflejando un clima de expansión contenida y más prudente que en la etapa postpandemia.

LA RENTABILIDAD SUFRE

En el capítulo de la rentabilidad, el 35,42% de las empresas prevé mejorar su resultado operativo en 2025, frente a un 27,08% que anticipa un empeoramiento, un

18,75% que espera mantener el nivel de beneficios y un 14,58% que no se pronuncia. Estos datos confirman un ejercicio de polarización entre las empresas que esperan un deterioro en sus ganancias y las que prevén una mejora o, como mal menor, el mantenimiento en 2025.

POLARIZACIÓN ENTRE GANADORES Y PERDEDORES

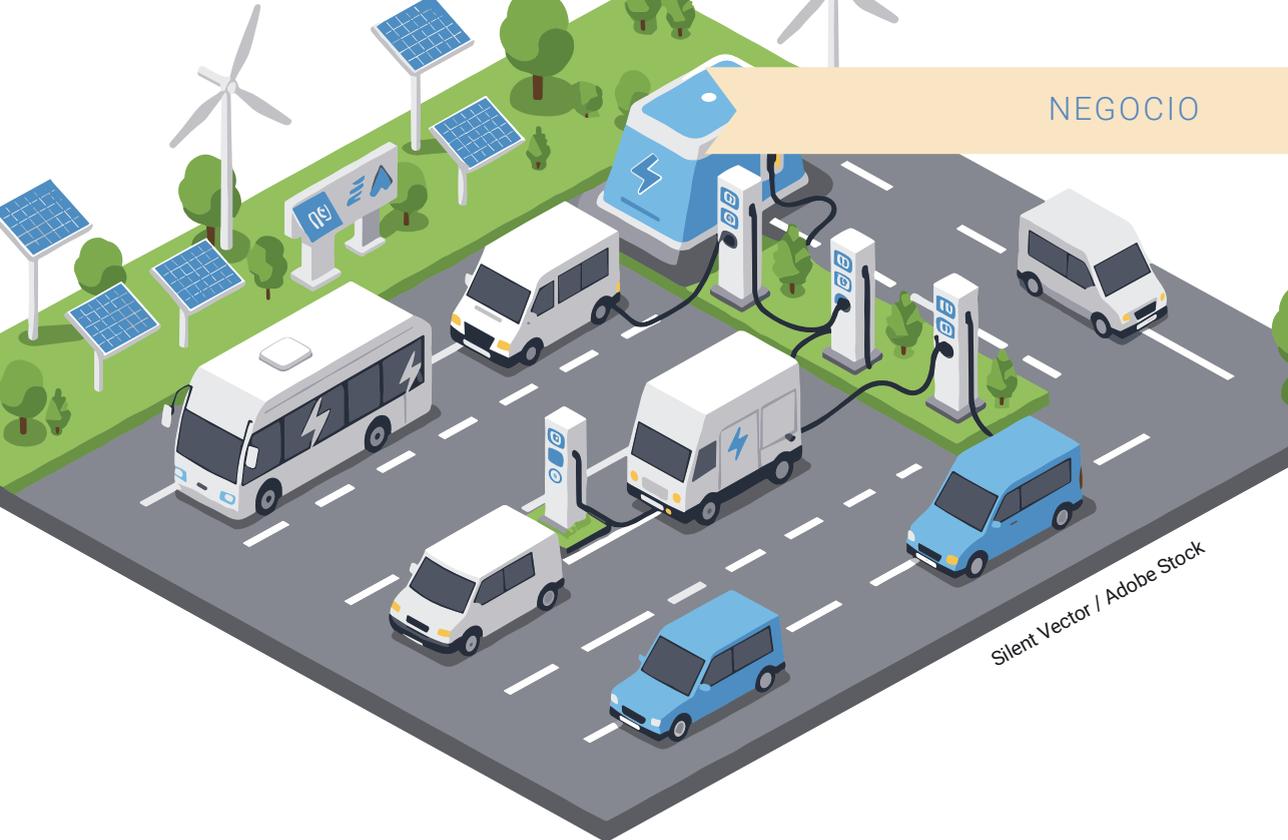
Las alertas de una pérdida de rentabilidad se concentran en las grandes empresas (31%), así como en los proveedores (42%) y proveedores de componentes y servicios (29%), seguidos por los concesionarios con un 12,5% de pesimistas.

Respecto a la visión general sobre la evolución del sector de automoción y movilidad en 2025, el clima se mantiene equilibrado aunque con un mayor peso del pesimismo: un 25% de las empresas espera un mantenimiento de la situación, mientras que un 31,25% prevé una mejora y

un 39,58% anticipa un empeoramiento. Un 4,17% no se pronuncia. Los proveedores se muestran como las empresas más pesimistas con casi un 58% que temen una evolución negativa del sector, seguidos de los concesionarios (37,5%) y los fabricantes (28,6%).

Este reparto confirma un optimismo más moderado que en años anteriores, con compañías que mantienen sus planes de transformación y crecimiento, pero con la mirada puesta en un contexto de incertidumbre regulatoria, tensiones de mercado y la presión de la competencia china y tecnológica como palanca que presiona hacia la previsión de una coyuntura peor. ●

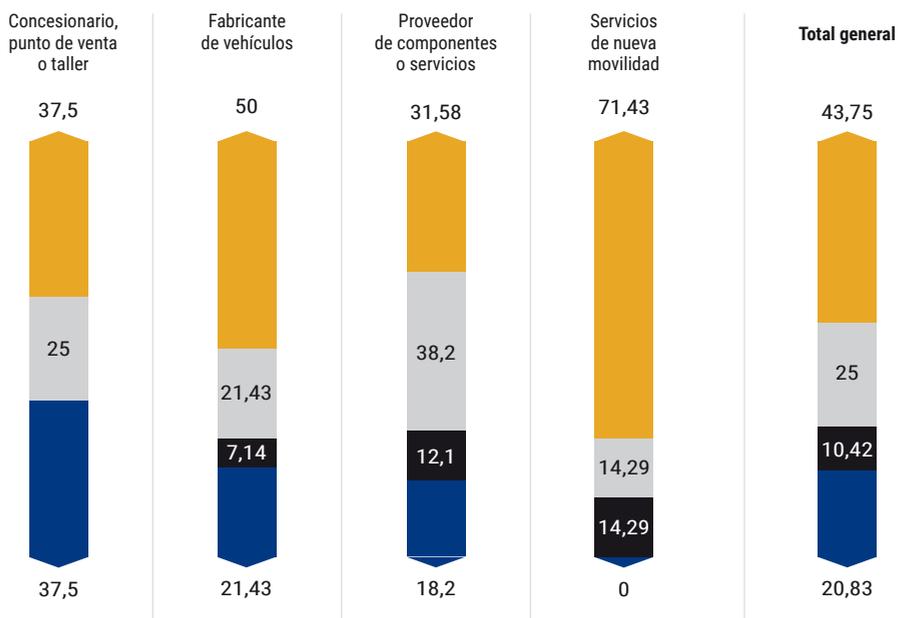




Silent Vector / Adobe Stock

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO (en porcentaje)

Facturación en 2025 respecto a 2024



El Hyundai IONIQ 9 lo tiene todo

El nuevo IONIQ 9 es el buque insignia eléctrico de Hyundai y redefine el concepto de SUV de gran tamaño al unir comodidad, innovación y cero emisiones

Hundai eleva su apuesta en la movilidad eléctrica con un modelo que lo tiene absolutamente todo: tamaño, autonomía, lujo, tecnología y un diseño futurista que cautiva. El nuevo IONIQ 9 es el buque insignia eléctrico de la marca coreana y redefine el concepto de SUV de gran tamaño al unir comodidad, innovación y cero emisiones en un mismo vehículo.

Con sus más de cinco metros de longitud y hasta tres filas de asientos, el IONIQ 9 se presenta como el SUV eléctrico más grande de Hyundai, construido sobre la plataforma E-GMP y disponible en versiones de seis y siete plazas.

GRAN AUTONOMÍA Y CARGA ULTRARRÁPIDA

La autonomía es otro de sus grandes argumentos: la batería de 110,3 kWh ofrece hasta 620 km WLTP en la versión de tracción trasera y apenas menos en la de tracción total.

Gracias a su arquitectura de 800V, puede cargar del 10 al 80% en solo 24 minutos con cargadores de 350 kW, añadiendo hasta

300 km en 15 minutos adicionales, lo que convierte al IONIQ 9 en un auténtico devorador de kilómetros en viajes largos.

DISEÑO FUTURISTA Y EFICIENCIA AERODINÁMICA

Su diseño «aeroestético» combina líneas limpias y detalles tecnológicos como los faros LED pixelados, los espejos digitales y llantas tipo turbina. Todo ello genera una silueta impactante y elegante, completada con diez colores exteriores exclusivos.

INTERIOR: UN SALÓN DE LUJO SOBRE RUEDAS

El habitáculo es un auténtico salón rodante, con un suelo completamente plano y asientos reclinables con reposapiés. Destaca la opción de asientos giratorios en la segunda fila y la nueva consola deslizante central, pensada para un uso polivalente por parte de todas las plazas.

El confort acústico está a nivel de las berlinas premium, gracias a su sistema de Cancelación Activa de Ruido en Carretera (ANC-R), cristales acústicos y neumáticos es-

peciales, creando un espacio de silencio absoluto que se ve potenciado por el equipo de sonido Bose de 14 altavoces que ofrece una experiencia digna de un auditorio.

PRESTACIONES Y SEGURIDAD DE ALTO NIVEL

En su versión Performance, desarrolla 320 kW (435 CV) y acelera de 0 a 100 km/h en 5,2 segundos, combinando potencia y suavidad gracias a la vectorización de par y la suspensión autonivelante. Incluye modos específicos para nieve, barro o arena, y un completo arsenal de ADAS, desde el asistente de colisión frontal hasta el aparcamiento remoto y cámaras 360° con detección de ángulo muerto.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERSONALIZACIÓN

El IONIQ 9 es el primer Hyundai que integra un asistente basado en IA generativa con GPT-4, capaz de ofrecer navegación avanzada, control por voz natural e incluso integración con sistemas de domótica del hogar. Basta decir «Hey Hyundai» para acceder a funciones inteligentes inéditas hasta ahora en la marca.



El IONIQ 9 es un modelo que lo tiene absolutamente todo: tamaño, autonomía, lujo, tecnología y un diseño futurista que cautiva

El IONIQ 9 estrena la plataforma Features on Demand (FoD), que permite activar nuevas funciones mediante la app Bluelink Store: gráficos personalizados en el cuadro digital, patrones de iluminación exterior o incluso un simulador de cambio virtual con sonido de motor en la versión Performance.

Con un precio que parte de 70.000 euros, el IONIQ 9 no es un SUV eléctrico más, sino un auténtico referente que acerca la experiencia premium a la movilidad cero emisiones. Un coche que demuestra que el futuro ya está aquí, y que Hyundai está lista para liderarlo. ●



La movilidad es cosa de todos



José López-Tafall

Director general de ANFAC

En la última década, hablar de automoción implica hablar de la transición hacia la nueva movilidad. Una transformación industrial que el sector lleva tiempo acometiendo, enfrentando retos como las incesantes exigencias regulatorias, tensiones geopolíticas o, más recientemente, guerras comerciales que trascienden a la propia industrialización y que tienen al sector como una de las piezas clave a ganar. Atrapado entre la presión activista y el incesante debate social y político sobre qué tecnología liderará la movilidad cero emisiones, en estos años el sector europeo ha logrado redefinirse para que, junto innovación y tecnología, la sostenibilidad forme ya parte de nuestro ADN.

2024 fue un año agridulce. Mientras el mercado volvió a superar el millón de ventas de turismos, la producción sufrió un importante retroceso por los mercados europeos a la baja y los trabajos en curso en varias fábricas. En electrificación, 2024 cerró con una cuota del 11%, inferior a la registrada en el año anterior y por debajo del ritmo europeo del 21%, y en 2025 ha metido una marcha más y ya supera el 17%. Buenas noticias, pero que no deben invi-

tar al conformismo porque en el marco regulatorio europeo del Fit for 55 hay que crecer al ritmo vertiginoso exigido. Así que el sector insiste en impulsar medidas para consolidar un mercado que se está asentando. Porque para España, su industria y empleo, esta lucha no es trivial, sino vital: está en juego todo nuestro sector de automoción, una de las bases de la economía.

España tiene potencial para ser un hub europeo de electromovilidad. Contamos con más de 380 modelos electrificados, una industria innovadora y más de 40.000 puntos de carga pública. Y ese es el objetivo de ANFAC: pelear por seguir siendo el segundo fabricante europeo en el nuevo paradigma post combustión. Para ello, proponemos actuar en tres frentes. Una política industrial que refuerce nuestras capacidades, la de toda la cadena de valor. Una política de demanda que acompañe (y rentabilice) el esfuerzo industrial con planes de ayuda eficientes, sostenidos en el

tiempo; una fiscalidad que incentive, y no penalice; y una política de gestión de la recarga coordinada a nivel nacional y con objetivos y responsables claros. Y un entorno positivo hacia la industria y el vehículo privado, que avance en la sostenibilidad ambiental, pero no olvide de la competitividad y productividad y permita también avanzar en nuevas oportunidades (como el vehículo autónomo).

Si queremos mantener una industria que aporta a España el 9% del empleo, 16.000 millones de saldo positivo a la balanza comercial y es el 2.º mayor productor europeo de vehículos debemos trabajar con una visión de 360º, y hacerlo desde la óptica europea, pero con una estrategia española. Porque si algo ha quedado claro del reciente escenario geoestratégico y comercial es que la automoción es el objeto de deseo que todos quieren. Por ello, ANFAC impulsa junto al Ministerio de Industria el Plan España Auto 2030-2035, un proyecto-país con una hoja de ruta compartida e inclusiva en el que se alineen descarbonización, reindustrialización, innovación y empleo de calidad. El sector está preparado, pero no puede afrontar este reto solo. Toca remangarse a todas las partes. ●

La automoción española está preparada para competir, pero necesita condiciones para ganar

Desde SERNAUTO, insistimos en que esta transición requiere una política industrial firme, ambiciosa y estable, que apoye a las empresas, especialmente pymes, en su adaptación tecnológica

La industria de automoción en España avanza en su transformación con compromiso y determinación, pero también con señales de alerta que no pueden ignorarse. Los resultados del estudio Auto Mobility Trends 2025 muestran que una parte significativa de las empresas del sector prevé aumentar sus inversiones este año. Esto refleja su voluntad de innovar, pero también la urgencia de generar condiciones que mantengan a España como destino atractivo frente a una competencia global cada vez más exigente.

En este contexto, el sector de proveedores de automoción, formado por más de 1.000 empresas que generan 325.200 empleos y representan más del 75% del valor del vehículo, constituye un pilar estratégico que también sigue apostando por la I+D+i y la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Pese a los márgenes ajustados, los volúmenes bajos de produc-



José Portilla

Director General de SERNAUTO

ción, la incertidumbre regulatoria y la creciente competencia global, en 2024 el sector de componentes mantuvo su facturación por encima de los 41.000 millones de euros y destinó más de 2.700 millones a invertir en capacidades productivas e I+D+i, aunque con ligeros descensos respecto al año anterior que evidencian la necesidad de una respuesta institucional clara. En términos de empleo, el sector proyecta estabilidad y la incorporación de nuevos perfiles profesionales más tecnológicos.

Desde SERNAUTO, insistimos en que esta transición requiere una

política industrial firme, ambiciosa y estable, que apoye a las empresas, especialmente pymes, en su adaptación tecnológica. Es fundamental reforzar la colaboración público-privada, activar la demanda mediante planes de renovación del parque, mejorar márgenes operativos, agilizar el acceso a financiación y avanzar hacia una autonomía estratégica real en Europa.

Asimismo, necesitamos un marco regulatorio realista y coherente que no solo aporte certidumbre, sino que además atraiga inversiones que impulsen la innovación y aseguren la competitividad de nuestras empresas.

Nuestra industria ha demostrado su resiliencia, pero no podemos dar por sentado su liderazgo. Para consolidarlo, es urgente poner en marcha medidas eficaces y coordinadas que refuercen el posicionamiento de los vehículos y componentes «Made in Spain» como motor de empleo, innovación y sostenibilidad. ●

La mayoría de las empresas opta por mantener las plantillas pero con señales de alerta

Un 25% de las empresas aumentará sus plantillas, aunque el 37,5% prevé estabilidad y un 31% espera recortes, según Auto Mobility Trends

La evolución del negocio en el sector de la automoción y la movilidad en 2025 mantiene un tono moderadamente optimista, pero con señales de alerta en materia de empleo. Según los resultados del Barómetro Auto Mobility Trends 2025, un 25% de las empresas prevé acabar el año aumentando su plantilla, mientras que la mayoría, un 37,5%, espera mantenerla estable. Sin embargo, crece el peso de aquellas que anticipan recortes, hasta alcanzar el 31,3% del total.

PREVISIONES DE EMPLEO POR TIPO DE EMPRESAS

Un año antes, el Barómetro mostraba que un 35,6% de las empresas habían ampliado sus plantillas, frente al 25% actual, lo que confirma una tendencia de contención tras años de recuperación acelerada. El sector parece priorizar la reorganización de recursos antes de afrontar nuevas expansiones de personal, en línea

con la prudencia que también se observa en las decisiones de inversión.

Por tipo de empresa, el mayor dinamismo se da entre las startups de nueva movilidad, donde un 42,9% prevé aumentar plantilla en 2025. Les siguen los fabricantes de vehículos con un 28,6% de previsión de crecimiento, aunque un preocupante 35,7% de ellos también anticipa recortes.

PERSISTE LA APUESTA POR NUEVOS PERFILES PROFESIONALES

En el lado más conservador, los concesionarios y talleres muestran una fuerte estabilidad: un 62,5% mantendrá sus plantillas y solo un 12,5% reducirá personal. El caso más preocupante es el de los proveedores de componentes, donde el 47,4% de las empresas prevé recortes, frente a apenas un 21,1% que ampliará plantilla.

Pese al freno en el crecimiento de empleo global, el Barómetro confirma que la transformación del sector sigue empujando la demanda de nuevos perfiles profesionales relacionados con la electrificación, la digitalización y la movilidad como servicio. En 2025, un 38,5% de las empresas prevé incorporar nuevos perfiles, mientras que un 39,6% mantendrá los actuales y un 16,7% no contempla cambios.

Entre las startups, el 71% planea contratar nuevos perfiles, mientras que entre los fabricantes la proporción baja al 28,6%. En concesionarios y talleres, un 25% impulsará la incorporación de nuevos profesionales, y entre los proveedores, un 26,3% lo hará, aunque la mayoría optará por mantener (44,7%) o reducir (18,4%) estos puestos.

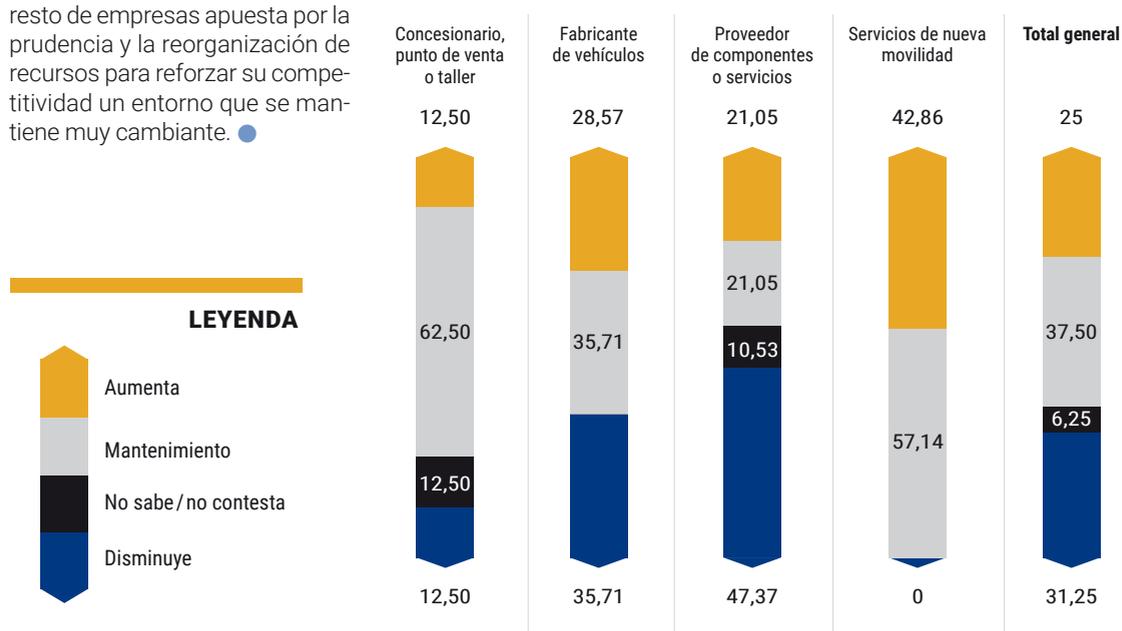
Estos datos confirman un 2025 marcado por la estabilidad en las plantillas, con un crecimiento mo-



Un trabajador manipula baterías de vehículos / PAWCZAR / ADOBE STOCK

derado impulsado principalmente por las startups y las nuevas actividades de movilidad, mientras el resto de empresas apuesta por la prudencia y la reorganización de recursos para reforzar su competitividad un entorno que se mantiene muy cambiante. ●

EVOLUCIÓN DEL EMPLEO EN 2025 EN RELACIÓN A 2024 (en porcentaje de empresas)



LEYENDA



Motores, datos y personas: el nuevo desafío de los RRHH en automoción

Aunque el sector de la automoción avanza a ritmo acelerado, los expertos en los recursos humanos, estamos decididos a ser parte activa de esa transformación

Si me hubieran dicho hace diez años que mi mayor reto en automoción sería reclutar ingenieros de software y perfiles de ciberseguridad, habría pensado que se equivocaban de sector.

Y, sin embargo, aquí estamos. Aunque el sector de la automoción avanza a ritmo acelerado, los expertos en los recursos humanos, estamos decididos a ser parte activa de esa transformación.

El reciente informe Auto Mobility Trends 2025 lo confirma: seguimos creciendo, pero con la cabeza más fría. Las inversiones no paran, pero se racionalizan, y las empresas medianas son las más valientes a la hora de apostar por el futuro. Y ese futuro tiene un apellido claro: tecnolo-



Elena Riber Muñoz

**Directora Sector Automotive
& Mobility en el Grupo Adecco**

gía. Electrificación, plataformas digitales, vehículos conectados y autónomos... Todo esto está redefiniendo no solo el producto, sino sobre todo el tipo de talento que necesitamos.

EL MAYOR RETO

Y ahí viene nuestro mayor reto desde RRHH: pasar de buscar mecánicos y operarios especializados en líneas de producción, a tener que conquistar a perfiles digitales, que muchas veces ni se

habían planteado trabajar en «la industria del motor». Para buena parte de los jóvenes, el sector de la automoción mantiene todavía una imagen muy ligada a la industria clásica. Tenemos que romper ese cliché. Estamos hablando de un sector que maneja inteligencia artificial, big data, energías limpias y nuevos modelos de negocio como la suscripción o el car sharing. En resumen, todo lo que resulta puntero y apasionante en el mundo laboral... lo tenemos en nuestro sector.

Pero ojo: no basta con atraer talento. Hay que integrarlo en culturas corporativas que siguen siendo, en gran parte, tradicionales. La convivencia entre el «ADN metalúrgico» y el «chip digital» es uno de los retos más apasionantes (y a veces desesperantes) que vivimos en RRHH. Tenemos



Una trabajadora en uno de los nuevos empleos de la automoción

a profesionales acostumbrados a jerarquías muy marcadas, procesos robustos y toma de decisiones lentas... mientras los nuevos perfiles digitales exigen agilidad, participación y propósito. Aquí no hay varitas mágicas, pero sí algo claro: o las empresas se abren a formas más flexibles de trabajar, o se quedarán sin el talento que necesitan.

Me preocupa también la «fatiga del cambio». Llevamos años hablando de transformación, y las plantillas empiezan a estar exhaustas. Aunque el 31,3% de las empresas planea aumentar su plantilla en 2025, la realidad es que casi la mitad se quedará como está. Esto genera in-

certidumbre. Y en tiempos de incertidumbre, las personas buscan seguridad. Desde RRHH debemos cuidar más que nunca la comunicación interna y el acompañamiento emocional. La transformación es tecnológica, sí, pero también profundamente humana.

ACOMPañAR A LAS PERSONAS EN LA TRANSICIÓN

Otro factor que no podemos ignorar es la competencia china. El informe refleja que un 67% de empresas prevé un impacto fuerte o muy fuerte por la entrada de marcas chinas. Esto no es solo un asunto comercial: para RRHH significa posibles ajustes, rees-

tructuraciones, y sobre todo la necesidad de formar a nuestras plantillas para competir en un mercado global cada vez más exigente.

En definitiva, el motor sigue rugiendo, pero ya no es solo de combustión. Es eléctrico, conectado y cada vez más digital. En RRHH tenemos el enorme privilegio —y la enorme responsabilidad— de acompañar a las personas en esta transición. No solo se trata de construir coches nuevos. Se trata de construir, sobre todo, equipos capaces de imaginar el futuro... y de hacerlo realidad.

¿Estamos listos? Yo creo que sí. Pero toca correr. Y mucho. ●

Flexibilidad laboral y ajuste de inversiones para afrontar la coyuntura

La finalización de contratos temporales y la reducción de inversiones son las fórmulas más utilizadas por las compañías, según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025

La compleja coyuntura que afronta el sector de automoción y movilidad en 2025, marcada por la ralentización económica, la incertidumbre regulatoria y la presión competitiva, ha obligado a las empresas a activar medidas de ajuste y flexibilidad para adaptarse al nuevo escenario. Según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, la finalización de contratos temporales es la medida más utilizada, aplicada por un 48% de las compañías encuestadas.

En segundo lugar, la paralización o reducción de inversiones es la medida adoptada por un 24% de las empresas, reflejando un clima de cautela inversora tras años de fuerte crecimiento y ante la necesidad de priorizar proyectos con retorno inmediato.

Le siguen los ERTE por causas económicas, utilizados por un 17% de las compañías. A conti-

Las empresas medianas y los proveedores son los que más recurren a la finalización de contratos eventuales

nuación, la extinción de contratos indefinidos se sitúa como la cuarta medida más aplicada a muy poca distancia, con un 17% de las empresas que han optado por esta vía para ajustar costes estructurales. En quinta posición como medida más utilizada por las empresas se encuentra el aumento de la financiación, que en esta edición se reduce hasta el 14%, confirmando una menor dependencia de recursos externos respecto a años anteriores.

Ajustes más selectivos en un contexto de transformación

En la parte baja del ranking, un 9,5% de las empresas han recurrido a ERTE por causas de fuerza mayor, mientras que los permisos retribuidos recuperables apenas son utilizados por un 7% de las compañías como fórmula de flexibilidad interna para adaptar la producción y la actividad a las necesidades fluctuantes del mercado.

Estos datos evidencian un 2025 en el que las empresas priorizan la flexibilidad laboral y la contención de inversiones para reforzar su estabilidad financiera, mientras la búsqueda de nueva financiación pierde peso como medida prioritaria respecto a ejercicios anteriores. Paralelamente, el Barómetro muestra el enfriamiento de las inversiones. El sector sigue avanzando en su transformación, pero con un enfoque más pru-



Fábrica de BMW en México / BMW

¿QUÉ MEDIDAS APLICA LA EMPRESA ANTE LA COYUNTURA ACTUAL?

(en porcentaje)

Finalización de contratos temporales

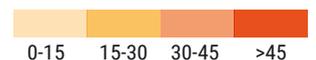
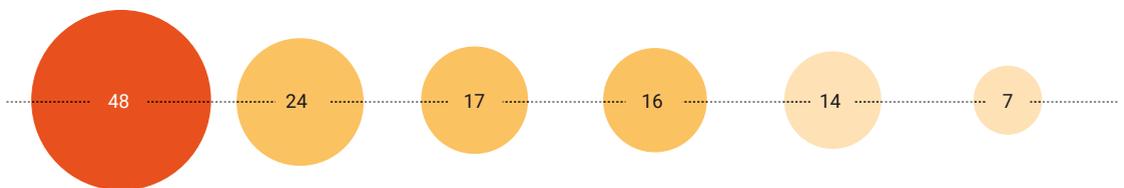
Paralización o reducción de inversiones

ERTE por causas económicas y/o productivas

Extinción de contratos indefinidos

Aumento de la financiación

Flexibilidad de jornada / Permisos retribuidos



dente, selectivo y realista, adaptándose a la demanda real y a las exigencias de la transición tecnológica y ambiental que marcan el ritmo de su evolución. ●

El superventas Kia Sportage gana en diseño, tecnología y comodidad

El nuevo Kia Sportage llega, fabricado en Europa, con un claro objetivo: elevar su propuesta en diseño, tecnología y confort para mantener su liderazgo entre los SUV compactos

Con más de 7 millones de unidades vendidas a nivel global, el Kia Sportage se ha consolidado como el auténtico superventas de la marca surcoreana. Ahora, en su nueva generación, el SUV compacto más emblemático de Kia llega, fabricado en Europa, con un claro objetivo: elevar su propuesta en diseño, tecnología y confort para mantener su liderazgo en un segmento tan competitivo.

DISEÑO RENOVADO

La filosofía de diseño «Opposites United», que ya caracteriza a los últimos lanzamientos de Kia, se plasma en un Sportage más elegante, moderno y robusto. Su frontal adopta una parrilla Tiger Nose revisada y una imponente firma luminica LED Star Map que le otorga una mirada sofisticada y tecnológica. La silueta destaca por líneas suaves y superficies tersas combinadas con formas musculosas, ofreciendo un equilibrio perfecto entre elegancia urbana y presencia aventurera.

El nuevo Sportage incorpora un arsenal tecnológico orientado a la conectividad y el confort

Los nuevos paragolpes y llantas –disponibles en 17, 18 y 19 pulgadas, con versiones exclusivas para el acabado GT-Line– refuerzan esa imagen dinámica que tanto atrae a los clientes europeos. Además, se ha reducido la distancia entre ejes para adaptarse mejor a las carreteras del Viejo Continente, sin sacrificar espacio interior.

INTERIOR PREMIUM Y SOSTENIBLE

El habitáculo del Sportage ha dado un salto cualitativo. Destacan sus dos pantallas panorámicas de 12,3 pulgadas y el nuevo Head-Up Display de 10 pulgadas,

creando una atmósfera digital envolvente. El volante estrena diseño de dos radios y el salpicadero, con salidas de ventilación ocultas, ofrece un acabado minimalista y refinado. La calidad percibida se eleva gracias a nuevos tejidos y tapicerías y materiales sostenibles. El espacio sigue siendo una de sus grandes bazas: más de un metro de espacio para las piernas en la segunda fila y un maletero que alcanza hasta 1.776 litros con los asientos traseros abatidos, garantizando versatilidad para el día a día y escapadas largas.

TECNOLOGÍA: CONECTIVIDAD Y COMODIDAD SIN RIVAL

El nuevo Sportage incorpora un arsenal tecnológico orientado a la conectividad y el confort. Además de Apple CarPlay y Android Auto inalámbricos, el sistema Kia Connect permite planificar rutas, comprobar el estado del vehículo o gestionar funciones a distancia. La plataforma Feature-on-Demand (FOD) introduce servicios como juegos o strea-



ming de vídeo directamente en la pantalla, mientras que la Digital Key 2.0 permite abrir el coche con el smartphone y compartir la llave digital con familiares o amigos. El Sportage también ofrece cámara de visión periférica 3D, cargador inalámbrico, sistema de audio premium Harman Kardon y un innovador sistema de pago integrado (Kia In-Car Payment) para abonar aparcamientos directamente desde el coche.

MOVILIDAD ELECTRIFICADA PARA TODOS LOS PERFILES

Fiel al compromiso de Kia con la movilidad sostenible, el Sportage se comercializa con una gama completa de motorizaciones electrificadas: híbrido ligero (MHEV), híbrido (HEV) e híbrido enchufable (PHEV). Este último alcanza los 288 CV combinados y, como novedad, ofrece también versión de tracción delantera,



ampliando su accesibilidad. Las versiones híbridas mejoran la eficiencia y la suavidad de marcha gracias a la nueva generación de cajas de cambio.

Además, incorpora los últimos asistentes avanzados a la conducción de Kia, como la frenada de emergencia con detección de peatones, ciclistas y vehículos, la asistencia de conducción en carretera (Highway Driving Assist 2) con cambio de carril asistido, y el control de crucero inteligente adaptativo con aprendizaje de rutas habituales. ●



Un regusto pesimista

Se percibe mucha más prudencia que en años anteriores. Lo que es normal porque la incertidumbre continúa. Incluso aumenta



Sergio Piccione

Periodista

Un vistazo a las conclusiones de la encuesta Auto Mobility Trends sobre el ejercicio 2025 deja más bien un regusto pesimista que alentador. Las cifras que se ofrecen parecen ser positivas, pero analizándola con detenimiento se percibe mucha más prudencia que en años anteriores. Lo que es normal porque la incertidumbre continúa. Incluso aumenta.

Hemos pasado de un momento en que se refería a un cambio tecnológico (el motor de combustión interna o ICE substituido por el eléctrico de baterías, es decir los BEV) a otro en el que no se sabe qué es lo que viene por delante. Los grandes grupos fabricantes que anunciaban un futuro todo eléctrico a partir de 2025, están dando marcha atrás, con nuevas perspectivas para vehículos

de combustión interna. Incluso marcas especialistas en los BEV, como BYD, anuncia un aumento de la producción de sus modelos con motores híbridos (HEV y PHEV híbridos enchufables), que no dejan de llevar motores ICE, para atender la demanda de los mercados europeo y norteamericano.

Pese a los titulares en la prensa a que dieron lugar los aranceles con que el presidente Trump iba a castigar a los fabricantes europeos, en España, las empresas del sector están más preocupadas con lo que pueda pasar con los aranceles que la Unión Europea (UE) aplique a los fabricantes chinos de coches que empiezan a tener gamas de modelos cada vez más adecuadas al mercado local. Unos porque ven en su llegada una oportunidad de nego-

cio, de momento más en la parte comercial que industrial, y otros porque les consideran una amenaza para el que ya tienen.

Tampoco son buenas las perspectivas para el empleo, pero esta es una tendencia que se advertía desde hace algún tiempo. Las previsiones indican que el año se cerrará con una baja cifra de producción, inferior a la mitad de la que se había conseguido en años récord. Y lo peor es que se mantenga la tendencia en años sucesivos. Porque no se ve en el horizonte algo que pueda cambiarla ya que el Gobierno está empeñado en imponer coche con una tecnología que la gente rechaza en vez de preocuparse por sacar de las calles coches con una media de 15 años de antigüedad, altamente contaminantes. ●

EL PERTE VEC atrae ya al 44% de las empresas

La participación de empresas del sector en el PERTE VEC pasa del 27,5% de 2021 al 44% en 2025, según Auto Mobility Trends

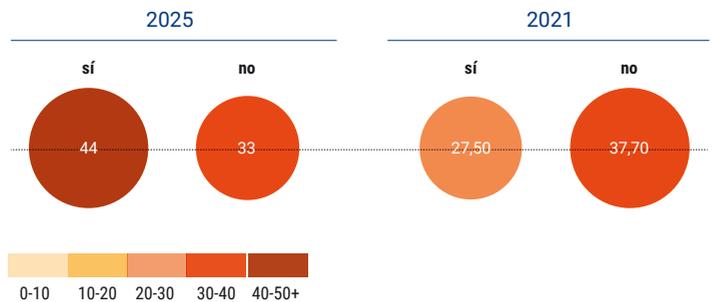
La transformación de la automoción española hacia la movilidad eléctrica y conectada avanza con el respaldo cada vez más sólido de los fondos europeos Next Generation EU. Según el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, el 44% de las empresas del sector declara estar participando actualmente en algún proyecto apoyado por estos fondos, entre los que destaca el programa del Vehículo Eléctrico y Conectado (PERTE VEC).

La cifra del 44% representa un salto notable respecto al 27,5% de participación registrado en 2021, cuando se acababan de lanzar los PERTE. La evolución confirma la progresiva integración del tejido industrial español en las oportunidades que brinda el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Los datos del barómetro reflejan también que el porcentaje de empresas que no participa en ningún proyecto Next Generation ha descendido al 33%, frente al 38% de 2021. Esta tendencia a la baja señala una mayor penetración de las ayudas en el ecosistema in-

¿PARTICIPA LA EMPRESA EN EL PERTE VEC?

(en porcentajes)



El porcentaje de empresas que no participa en proyectos Next Generation ha descendido al 33%

dustrial, aunque todavía persiste una parte del sector ajena a estos mecanismos de financiación.

El PERTE VEC ha alcanzado en 2025 su cuarta convocatoria y moviliza hasta 1.250 millones de

euros, combinando préstamos en condiciones ventajosas con subvenciones directas. El objetivo es facilitar inversiones industriales estratégicas que refuercen la competitividad de España como plataforma de producción automovilística en el nuevo escenario tecnológico.

Entre los proyectos emblemáticos ya beneficiados por el PERTE destacan las gigafactorías de PowerCo (Volkswagen y Seat) en Sagunto, la de CATL y Stellantis en Figueruelas, o la de Envision en Extremadura, ejemplos de cómo estos fondos están activando transformaciones industriales y atrayendo nuevas capacidades productivas. ●

Avanzamos juntos hacia una movilidad más sostenible y tecnológicamente más avanzada



José-Martín Castro Acebes

presidente de la Asociación
Española de Renting
de Vehículos

Los resultados del último Auto Mobility Trends 2025 confirman que el sector de la movilidad sigue avanzando hacia la sostenibilidad y la conectividad. Sin embargo, también surgen nuevos desafíos: desde la competencia de marcas chinas hasta las crecientes tensiones comerciales globales. Como señala el estudio, «la rentabilidad, sostenibilidad y adaptación tecnológica marcan el ritmo de la automoción y la movilidad».

Desde la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER), compartimos plenamente esta visión. El renting representa un modelo de movilidad sostenible y racional, alineado con las claves del nuevo ecosistema y que apuesta por la digitalización y la tecnología. Además, si bien en sus inicios estaba reservado a empresas, hoy se ha convertido en una fórmula accesible para todo tipo de clientes.

Al mirar atrás, podemos constatar cómo ha evolucionado este modelo. En 2015, las grandes empresas concentraban el 65,26% del parque de renting, mientras que las personas físicas apenas alcanzaban el 2,35%. Una década después, en el primer semestre de 2025, las grandes empresas representan el 44,79% y las personas físicas (autónomos y particulares) ya suponen el 13,77%. Si atendemos al número de clientes, incluso se ha alcanzado la paridad. Esto demuestra que el renting ya no es exclusivo del ámbito empresarial; es una solución de movilidad sostenible al alcance de todos y una prueba es que, desde 2015, el parque total se ha duplicado y el número de clientes se ha multiplicado por cinco.

Otro indicador clave es la evolución de las propulsiones. En 2015, el 87,89% de las matriculaciones de renting correspondía a vehículos diésel. A junio de 2025, esa cifra ha descendido al 25,88%. Si hablamos de electrificación, el renting cuenta con un parque de más de 130.000 vehículos electrificados —de los cuales unos 43.000 son eléctricos puros— y se consolida como el principal impulsor de la electromovilidad en España. Todo ello con una inversión que superó los 4.200 millones de euros en el primer semestre de este año.

Más allá de estos datos, es esencial destacar que el renting forma parte de un ecosistema que impulsa una movilidad más sostenible, inclusiva, segura y equilibrada desde perspectivas ambientales, sociales y económicas. Una transformación que debe ser compartida por todos los actores que lo hacemos posible. ●

¡No todo son enchufes!

La neutralidad tecnológica es fundamental. Tendemos a olvidar cuál es el verdadero objetivo, que no es la electrificación, sino la sostenibilidad



José María Riaño Sebastián

Secretario General de ANESDOR

La moto eléctrica es una gran herramienta para la movilidad urbana. Responde bien a las tres preguntas que se plantean los clientes para decidir su compra: ¿Tendrá autonomía suficiente? Sí, cuando el objetivo es la movilidad urbana las motos eléctricas ofrecen autonomía de sobra. ¿Podré recargarla? Además de la red de cargadores disponible, las baterías extraíbles en muchos modelos y las opciones con conector schuko (enchufe convencional), facilitan mucho la tarea. ¿Es más cara? No necesariamente. Y el orden de magnitud de precios de una moto no es el del coche. Si hay diferencia, no es tan abultada. Estas tres respuestas positivas explican que el mercado de la moto eléctrica esté creciendo.

Ahora bien, no todo es eléctrico. La categoría L engloba desde ciclomotores hasta cuadríciclos.

Vehículos distintos diseñados para cubrir propósitos muy diferentes. Las dos se llaman «moto», pero entre un scooter urbano y la gran motocicleta que utilizan los agentes de la Agrupación de Tráfico hay grandísimas diferencias. La tecnología actual de las baterías no permite el nivel de prestaciones que requiere la Guardia Civil en la carretera. Se necesitaría una batería con un peso y un volumen que una moto, con límites claros en esos aspectos, no puede albergar. Y las hibridaciones tampoco tienen mucho sentido en esta categoría, pues implican una doble motorización, y la eficiencia ganada se pierde por el incremento de peso y volumen.

Atendiendo al principio de neutralidad tecnológica tenemos soluciones complementarias a la electrificación. Ya tenemos com-

bustibles ecológicos que resuelven esas otras motos y vehículos ligeros que no se pueden electrificar. Y otras soluciones, actualmente en desarrollo, terminarán por llegar al mercado.

La neutralidad tecnológica es fundamental. Tendemos a olvidar cuál es el verdadero objetivo, que no es la electrificación, sino la sostenibilidad: descarbonización, mejora de calidad del aire y reducción de la congestión del tráfico.

En esos objetivos verdaderos, los vehículos de categoría L son y serán cada vez más estratégicos. Sean eléctricos o no, por consumo de materias primas, por su reducido tamaño y peso, son el vehículo motorizado con la huella ambiental más reducida. Satisfacer un amplio rango de necesidades de movilidad con una huella ambiental mínima, eso sí es importante. ●

¿Se acabó el pastel?

La situación actual recuerda un poco cuando las fábricas textiles de Europa empezaron a cerrar en cadena. De Asia y China llegan ya coches como antes lo hacían calzoncillos y camisetas, más baratos y con una renovación sorprendente



Ana Montenegro

Periodista

La industria de automoción fue en la segunda mitad del siglo xx el generador de empleos más importante en muchos países del mundo y en muchas zonas de España. Durante la reconversión naval en el sur de Galicia, la fábrica de Citroën fue el salvavidas de muchas familias, mientras Aragón o Valencia levantaban el vuelo con las plantas de Opel (1982) y Ford (1976). Las amenazas sobre una fábrica ponían en marcha a políticos y sociedad civil mientras abrían los telediarios. Paralelamente, los brillantes directivos del sector eran casi estrellas de cine ante los que se desplegaban todas las alfombras. Hoy se les escucha poco mientras los cierres o ventas de fábricas despiertan escaso interés.

El glamour se ha ido diluyendo como los hielos en el fondo de los vasos cuando empieza a amanecer. El hecho de que Luca de Meo, el más carismático directivo europeo del sector, haya dado un portazo y cambiado de fiesta en busca de nuevos horizontes parece

otro indicador de que este sector ya no es tan interesante. De Meo llevaba tiempo alertando de que el pastel no podía resistir a decisiones políticas que iban contra la línea de flotación de una industria altamente empleadora. Antes había disparado las alarmas Carlos Tavares, CEO de Stellantis, fulminado en diciembre por sus malos resultados.

El último en avisar de lo que está llegando ha sido Ola Källenius, CEO de Mercedes-Benz y presidente de ACEA, quien ya habla de un 'efecto La Habana' en Europa. Los europeos se agarran a sus viejos coches ante la incertidumbre de una electrificación poco clara. Esto se traduce en un parque cada vez más viejo (con una media de 12 años en Europa),

contaminante (lo que se busca evitar) e inseguro y también un mercado menguante. Se vende menos, se fabrica menos y sobrarán empleos, porque los excedentes difícilmente se van a exportar.

La situación actual recuerda un poco cuando las fábricas textiles de Europa empezaron a cerrar en cadena. De Asia y China llegan ya coches como antes lo hacían calzoncillos y camisetas, más baratos y con una renovación sorprendente. El presidente de ACEA añade que el 40% de la industria de componentes europea puede dejar de ser rentable ya este año.

Los datos que recoge el barómetro Auto Mobility Trend 2025 indican una estabilización de plantillas en las que el empuje de las *startups* compensa, en parte, a la industria tradicional, mientras la demanda se dispara en perfiles diferentes: nuevas tecnologías o IA, más baterías y menos motores. El pastel de esta fiesta parece que empieza a acabarse, pero se abren otras opciones en otros garitos y con otros ritmos. ●

El sector pide una hoja de ruta clara: ayudas directas y menos trabas

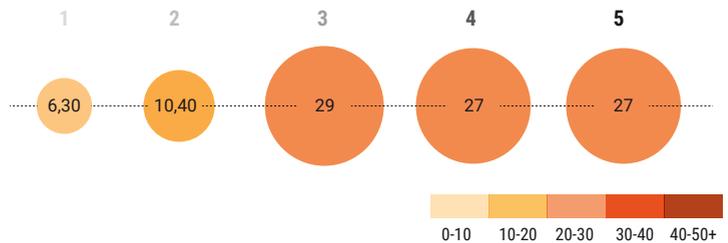
El 54,2% de las empresas declara un impacto fuerte o muy fuerte por las medidas ambientales actuales, según Auto Mobility Trends

La industria de la automoción y la movilidad lanza un mensaje claro a las administraciones: hacen falta medidas más eficaces, coherentes y coordinadas para afrontar con garantías la transformación del sector. Así lo refleja el Barómetro Auto Mobility Trends 2025, que recoge las prioridades señaladas por las empresas para mejorar la situación actual. En ellas, se dibuja una auténtica hoja de ruta empresarial que reclama tanto impulso financiero como claridad normativa y realismo en la transición tecnológica.

Ayudas directas y reales a la compra de vehículos, especialmente eléctricos, encabezan las demandas. Muchas empresas insisten en que los planes de incentivos deben llegar al cliente final en el momento de la compra, sin retrasos ni burocracia excesiva, como sucede con el Moves. A ello se suma la necesidad de mejorar la infraestructura de recarga eléctrica, tanto en calidad como en capilaridad, con especial foco en facilitar la instalación de puntos de carga en garajes privados y zonas rurales.

¿QUÉ IMPACTO TIENEN EN LA EMPRESA LAS MEDIDAS DE LAS ADMINISTRACIONES PARA REDUCIR LA CONTAMINACIÓN?

Porcentaje de respuestas en cada nivel. 1= Nulo impacto 5= Mucho impacto



Desde el punto de vista económico, el sector pide una reducción de la presión fiscal, la disminución de costes laborales y más facilidades de financiación para proyectos estratégicos europeos. La preocupación por la competitividad también se traduce en propuestas como alianzas industriales con China, apoyo al 'low cost' eléctrico europeo o incluso la eliminación de aranceles a vehículos eléctricos chinos.

Uno de los mensajes más reiterados es la necesidad de una política industrial europea homogénea, que dé certidumbre normativa y acabe con la percepción de

que Europa impone restricciones mientras otras regiones actúan con mayor flexibilidad. El 54,2% de las empresas declara un impacto fuerte o muy fuerte por las medidas ambientales actuales, lo que subraya el efecto directo de la regulación en su operativa y rentabilidad.

Otras propuestas incluyen un gran pacto de industria, el fomento del vehículo de ocasión con incentivos reales, un leasing social para vehículos fabricados en la UE o la mejora de las condiciones laborales y salariales, con el objetivo de estimular la demanda interna. ●

La automoción española frente al desafío chino



Jaime Barea

Presidente de la Asociación
Nacional de Vendedores
y Reparadores de Vehículos
(GANVAM)

La automoción continúa avanzando en su proceso de transformación, en un contexto marcado por factores como la digitalización, la electrificación y, por supuesto, la entrada de nuevos actores globales. De hecho, una de las principales inquietudes que las empresas ponen de manifiesto en esta última edición del Auto Mobility Trends –que desde 2019 toma el pulso a fabricantes, proveedores, distribuidores, talleres y startups– es, precisamente, la incertidumbre ante la llegada de las marcas chinas; un aspecto que preocupa a la mitad de las encuestadas.

Sin embargo, es importante dimensionar correctamente su impacto a día de hoy. En la actualidad, las marcas chinas suponen el 0,5% del parque español y el 0,6% de la facturación total del sector. Se trata de una tendencia emergente, pero lejos todavía de comprometer la estructura del

mercado nacional, dominado en un 80% por fabricantes europeos.

Como ya ocurrió con otros fabricantes asiáticos, su crecimiento será paulatino y su velocidad de penetración irá ligada, en buena lógica, a su capacidad para adaptarse a las exigencias del consumidor español. En este sentido, según los datos de tendencias de compra que manejamos desde Ganvam, al 25% de los potenciales compradores les parece ya una opción innovadora y fiable, mientras que al 46% –aunque les parece una alternativa interesante– todavía les genera ciertas reservas.

No hay duda de que las marcas chinas están ganando popularidad en España gracias a su tecnología avanzada a precios muy competitivos. Esta realidad, además de una palanca para popu-

larizar una movilidad hasta ahora solo al alcance de presupuestos premium, es una ventana de negocio. De hecho, ya son varias las que apuestan por la venta a través de acuerdos con distribuidores ya asentados, permitiendo incorporar al mercado nacional una oferta que abarca tanto vehículo eléctrico e híbrido enchufable como de combustión tradicional.

Por ello, hay que hablar de contexto de oportunidad; es momento de impulsar la capacidad de adaptación del sector de la distribución diversificando la oferta, asesorando a la demanda y manteniendo el foco en la rentabilidad. El mercado español tiene una estructura consolidada, con un parque maduro y una red de venta y posventa ampliamente implantada. La llegada de nuevos actores debe leerse como parte de una transformación global para la que el sector nacional tiene herramientas de sobra para responder con solidez. ●

Que el volante de la nueva movilidad lo lleve el ciudadano

La transformación del sector debe tener como único norte la libertad del cliente para elegir cómo moverse

Hay decisiones que deberían pertenecer, por derecho, al ciudadano. Como elegir qué camino tomar. O qué coche lo llevará. Esa libertad —tan sencilla y tan profunda— se está viendo erosionada entre prohibiciones anticipadas, ayudas que no llegan y discursos que dejan poco espacio para la realidad cotidiana de miles de personas.

Desde Faconauto lo hemos dicho muchas veces, pero hay que seguir repitiéndolo: el cliente debe ser el centro. Y el concesionario, su aliado. No se puede construir el futuro de la movilidad sin contar con quien ha de recorrerlo.

El barómetro Auto Mobility Trends 2025 apunta hacia un sector que sigue avanzando, pero con pasos más medidos y pegados a la realidad. La inversión continúa, pero ya no es ciega. Se invierte donde el cliente lo necesita: en digitalización, electrificación, en mejorar la experiencia. Los concesionarios están listos y adaptados, como siempre, para ofrecer la mejor



José Ignacio Moya

Director general de Faconauto

calidad y excelencia en esa transformación. Pero la esa transformación no puede ser un salto sin red. No puede ser una imposición sin diálogo.

Y es que detrás de cada decisión empresarial hay una persona buscando certezas. El 64% de los consumidores aún no tiene claro qué tecnología elegir, ni cómo mantenerla, ni si podrá circular con ella mañana. Lo dice el sector, lo avala el estudio que hemos realizado recientemente desde FACONAUTO y lo vivimos en cada concesionario, cuando la incertidumbre se convierte en conversación y la conversación, en confianza.

Mientras los titulares se llenan de cifras sobre ventas, aranceles o tensiones geopolíticas, nosotros seguimos escuchando al cliente que entra por la puerta y pregunta: ¿qué coche me conviene? ¿puedo cargarlo en mi barrio? ¿me llegará la ayuda? Esa conversación, entre humano y humano, sigue siendo el corazón de este negocio. Y no hay tecnología que la sustituya.

La libertad de elegir no es un lujo: es la base de una transición justa. Hay quien podrá dar el paso al eléctrico. Otros necesitarán aún su diésel moderno o un híbrido eficiente. Todos merecen respeto, apoyo y opciones reales. La descarbonización, el verdadero objetivo, necesita y depende de esa transición. Restar opciones y confiarlo todo a la electrificación (que, sin duda, llegará), es verdaderamente restar y frenar el futuro.

Si de verdad queremos que el sector avance con sentido, dejemos que el volante lo lleve el ciudadano. Y pongamos al concesionario donde siempre ha estado: al lado del ciudadano, no delante del camino. ●

Meltio M600

la solución en impresión 3D para ayudar a la automoción a ganar en autonomía y eficiencia

La impresora Meltio M600 permite a la industria fabricar piezas metálicas reduciendo los costes

La multinacional española Meltio pone a disposición de los fabricantes del sector de automoción su máquina más potente destinada a estar instalada en los centros de producción de piezas. Esta impresora 3D de metal industrial supone un gran avance para la fabricación aditiva de metal industrial respecto a los métodos tradicionales de fabricación de piezas metálicas. La impresora 3D de metal Meltio M600 ayuda a las industrias a fabricar piezas metálicas con resultados comprobados para la fabricación de piezas metálicas de forma eficiente, reduciendo costes de fabricación y dando más autonomía a estas industrias para que puedan obtener piezas metálicas instalando esta máquina directamente en sus talleres y centros de producción.

La Meltio M600 puede fabricar piezas con geometrías complejas en diferentes materiales como aluminio, cobre, titanio, aceros inoxidables, níquel, inconel, entre otros. Los parámetros de impresión 3D y de resultado final de estas piezas han sido avalados

y reconocidos por industrias de todo el mundo con óptimos resultados en piezas finales en distintos casos de éxito como los de Stellantis, Iveco y la ingeniería DMZ, entre otras marcas de automoción. Aporta un aumento de la productividad, reducción de costes, fiabilidad en las piezas, fácil uso y Meltio acompaña en la formación de los operarios para su uso industrial.

Para el sector de automoción, las industrias pueden instalarla directamente en su cadena de producción de piezas metálicas, puede trabajar 365/7 días de forma continua, y crear y reparar piezas metálicas con geometrías complejas y altos niveles de resolución, como piezas para circuitos de refrigeración, partes de un motor, entre otras partes de un vehículo.

La Meltio M600 –que funde el material con la técnica de la soldadura y con una definición y fiabilidad acreditadas por los clientes industriales– se integra perfectamente en los talleres mecánicos y entornos de producción,



permitiendo no sólo la impresión de piezas completas, sino también la adición de características a los componentes existentes y la reparación de superficies dañadas. Se integra perfectamente en los talleres mecánicos y entornos de producción, permitiendo no sólo la impresión de piezas completas, sino también la adición de características a los componentes existentes y la reparación de superficies dañadas. Esto se ve facilitado por la sonda de contacto de 3 ejes incorporada y la compatibilidad con varias soluciones de sujeción de piezas, incluida la sujeción de punto cero. ●

La sostenibilidad y la digitalización marcan la dirección

La electrificación ya no es una opción de futuro, sino una realidad de presente que redefine el mapa competitivo y exige a todos los actores adaptarse con rapidez, visión y compromiso



May López

Directora de Desarrollo
de Empresas por la Movilidad
Sostenible

En un contexto marcado por la incertidumbre y la inestabilidad, con crecientes tensiones geopolíticas y comerciales, donde los aranceles están cobrando un protagonismo excesivo en la gestión de riesgos y la tecnología redefine las reglas del juego, se mantiene una premisa: la sostenibilidad y la adaptación tecnológica siguen siendo prioritarias. Prueba de ello es la descarbonización del sector de la automoción, que avanza de forma imparable gracias a la electrificación y digitalización no solo del vehículo, sino también de su proceso de fabricación y de toda la cadena de valor.

Tanto a nivel nacional como europeo e internacional, las ventas de vehículos eléctricos —impulsadas principalmente por las matriculaciones de turismos— están batiendo récords. Esta tendencia va de la mano del desarrollo de nuevas soluciones y modelos de negocio asociados a la nueva movilidad. Por ello, no es casualidad que, como destaca el informe Auto Mobility Trends 2025, la

electrificación y las plataformas digitales dominen como áreas prioritarias, ambas con un 67,4% de preferencia en la inversión, muy por encima del 17,4% que concentran el vehículo conectado o el vehículo autónomo. Tendencia que seguirá creciendo ya que no debemos olvidar los factores clave.

Por un lado, la Unión Europea busca reforzar su autonomía energética de forma estratégica, impulsando una economía descarbonizada y digitalizada. En paralelo, las ciudades se enfrentan a la necesidad urgente de mejorar sus indicadores ambientales (CO₂, calidad del aire, ruido). Dos

factores determinantes en los que el vehículo eléctrico se consolida como una solución clave.

Al mismo tiempo, los usuarios empiezan a percibir las ventajas económicas del vehículo eléctrico, especialmente al considerar el coste total de propiedad (TCO), en un momento en el que el mercado ofrece una mayor y más accesible gama de vehículos.

Un escenario en el que las nuevas opciones de adquisición y uso que están surgiendo, donde el renting y la digitalización adquieren un protagonismo creciente, están acelerando de manera imparable el acceso a esta movilidad más limpia, conectada y eficiente.

En definitiva, los datos confirman que la transformación del sector es inevitable. La electrificación ya no es una opción de futuro, sino una realidad de presente que redefine el mapa competitivo y exige a todos los actores adaptarse con rapidez, visión y compromiso. ●

La automoción española, un gigante económico con deberes pendientes en reputación

Pese a su peso incuestionable en la economía, la reputación de la industria automovilística española queda rezagada a la cola frente a otros sectores, según el informe de ATREVIA / Merco

No decimos nada nuevo ni llamativo si afirmamos que el sector de la automoción es motor de empleo, innovación y exportaciones. Sin embargo, su imagen pública no termina de despegar en comparación con otros pilares de la economía nacional. Así lo ponen de manifiesto diez años de análisis del ranking Merco por parte del equipo de Estudios y Reputación de ATREVIA, que evalúa la percepción que los distintos grupos de interés —clientes, empleados, inversores y sociedad civil— tienen de las grandes compañías que operan en España.

En los últimos diez años, el sector automovilístico ha vivido una evolución reputacional llena de contrastes. Entre 2014 y 2018, la reputación acumulada del sector creció un 25%, alcanzando su punto álgido justo antes de la pandemia. Sin embargo, la crisis sanitaria y la posterior escasez

de chips provocaron una brusca caída del 18% en 2020. Desde entonces, la automoción ha ido mejorando lentamente, aunque en 2024 aún no ha logrado igualar los niveles de prestigio previos a la crisis del Covid.

UNA TRAVESÍA DEL DESIERTO

El sector cuenta actualmente con siete empresas en el ranking Merco —Seat, Toyota, BMW, Mercedes, Tesla, Grupo Renault y Grupo Volkswagen—, pero sigue lejos de la presencia dominante de la alimentación (18 empresas), la farmacia (15) o la banca y los seguros (12 cada uno).

La diferencia es especialmente notable cuando se compara la puntuación media de reputación por sectores. La banca (51.996 puntos) y la alimentación (48.173) lideran el ranking nacional, seguidas de energía (44.314) y aseguradoras (27.209). Auto-

Entre los retos destacan trabajar el conocimiento y reconocimiento social del sector, una narrativa de futuro y potenciar la visibilidad que tienen sus líderes

moción se sitúa en la cola con 25.930 puntos y por debajo incluso del sector asegurador, que en la última década ha crecido un notable 66%.

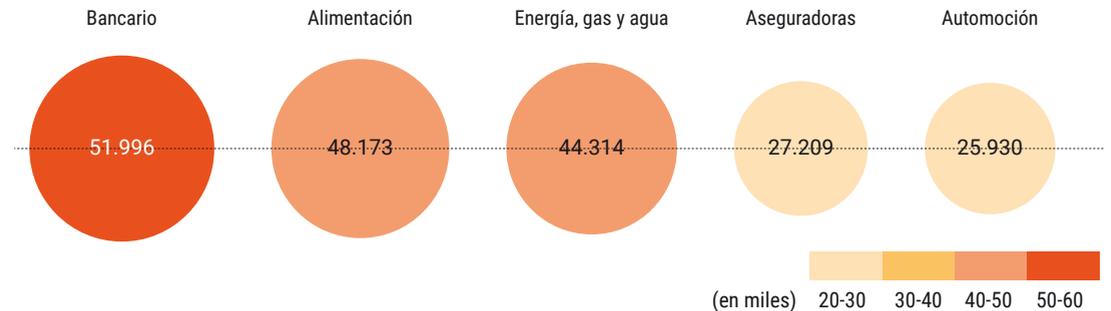
Además, ninguna empresa del sector del motor ha logrado co-



Kilimanjaro / Adobe Stock

PUNTUACIÓN REPUTACIONAL EN 2025

(por sectores)



larse entre las diez compañías con mejor reputación del país en la última década. La mejor posición fue la de Seat, en el puesto 19, aunque aún lejos de líderes como Mercadona, Repsol, Santander o Mapfre, que encabezan sus respectivos sectores. Las puntuaciones de las marcas del motor apenas superan en el mejor de los casos los 6.400 puntos –Seat–, frente a los casi 9.500 de Mercadona.

En cuanto a liderazgo, los directivos de automoción apenas aparecen en el radar reputacional. Como el estudio se refiere a 2024, Luca de Meo y Wayne Griffiths –ambos ya fuera del entorno au-

tomovilístico– son los únicos representantes del sector, muy por detrás de figuras como Juan Roig (Mercadona) o Ana Botín (Santander), cuya visibilidad y reconocimiento potencian la reputación de sus empresas.

OPORTUNIDADES Y RETOS: RELATO, LEGITIMIDAD Y FUTURO

El informe de ATREVIA/Merco subraya también varios retos pendientes: trabajar el conocimiento y reconocimiento social del sector, construir una narrativa de futuro ligada a la innovación y la sostenibilidad, y potenciar la visibilidad de sus líderes. Todo

ello, en un contexto internacional marcado por la transición tecnológica, la competencia global y la presión regulatoria.

El reciente «diálogo estratégico» impulsado desde la Comisión Europea para relanzar la industria automovilística europea es una oportunidad para redefinir el relato sectorial y ganar legitimidad social, imprescindible para afrontar el reto de la movilidad eléctrica y la descarbonización. El próximo estudio sobre reputación del sector de automoción vs otros sectores de la economía española se presentará por parte de ATREVIA/MOBILITAS en la primera semana de diciembre de 2025. ●

Transformar en entusiasmo lo que hoy es imposición



Arturo Pérez de Lucía

Director General de AEDIVE
y Vicepresidente de E-Mobility
Europe

Los 60.000 millones de euros previstos en el PNIEC (Plan Nacional Integrado de Energía y Clima) para electrificación en España podrían generar más de 11.000 millones de euros anuales de PIB en la industria de la movilidad y haría crecer un 1,94 % anual a nuestra economía durante los próximos 5 años.

Estas son algunas de las principales conclusiones del informe económico desarrollado por AEDIVE, Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso de la Movilidad Eléctrica, que presentamos en el primer trimestre de 2025.

Asimismo, España aspira a liderar la movilidad autónoma, eléctrica y conectada. Tenemos la segunda industria automotriz de Europa y un enorme potencial renovable. Si actuamos ahora, podemos transformar los riesgos en una oportunidad de empleo, inversión y competitividad.

Ello también afecta a la transición hacia el vehículo eléctrico autónomo, que supone una disrupción sin precedentes: la automatización, la electrificación y la digitalización están transformando radicalmente la cadena de valor.

Pero el riesgo es claro: si España no lidera esta transición, podría perder su posición industrial, con consecuencias graves para el empleo, el PIB y la balanza comercial.

Los vaivenes geopolíticos marcan el rumbo de todos los sectores industriales y tecnológicos, y el de la automoción no es ajeno a ello, en un mercado en el que el vehículo eléctrico juega un papel mucho más importante que lo que el debate ideológico sobre el cambio climático le otorga a menudo, en

especial en Europa, condicionada por la dependencia en la compra de combustibles fósiles a terceros países, pero capaz de generar su propia energía para alimentar edificación, industria y movilidad.

Y ha llegado el momento en Europa y, dentro de ésta, en España, de transformar la imposición en entusiasmo y dar el siguiente paso para consolidar el interés creciente que la ciudadanía y las empresas tienen por el vehículo eléctrico, gracias al crecimiento de matriculaciones y a la llegada de nuevos modelos muy atractivos en prestaciones –y cada vez más en precios de adquisición–, que convencer a quien los prueba y llaman la atención de quienes aún no lo han hecho.

En España, es evidente que faltan tres palancas: financieras, fiscales y de comunicación, que lleven a buen puerto el camino iniciado por el PNIEC para matricular 5,5 millones de vehículos eléctricos en 2030. ●

El pulso de la automoción catalana: inversión, talento y desafíos globales



Sergio Alcaraz

Presidente del CIAC

La industria catalana de la automoción, motor económico e innovador, está en plena transformación. El Barómetro Auto Mobility Trends 2025 de Coche Global lo refleja: un ecosistema que avanza con determinación, a pesar de la cautela global. El CIAC es optimista y reafirma su compromiso con la competitividad y el liderazgo catalán.

INVERSIÓN Y NUEVA MOVILIDAD: UN COMPROMISO FIRME

La inversión es clave. Un 44% de las empresas prevé aumentar la inversión global en 2025, mostrando confianza. Las PYMES (66,7% medianas, 50% pequeñas) lideran esta intención, demostrando resiliencia. Fabricantes (35,7%) y proveedores (31,6%) también son pilares.

La apuesta por la nueva movilidad es rotunda: el 40% de las empresas planea aumentar inversiones, priorizando el vehículo eléctrico

y las plataformas de movilidad (ambas 67,4%). Esto confirma la inmersión del sector en un modelo sostenible. Las startups (100% aumento) son un ejemplo. El CIAC impulsará la colaboración.

La ocupación se estabiliza con un crecimiento moderado: un 31,3% de las empresas aumentará la plantilla en 2025, y casi la mitad (48,9%) la mantendrá. Un 38,5% incorporará nuevos perfiles, destacando la necesidad de invertir en talento y formación, área donde el CIAC ya trabaja.

LOS DESAFÍOS INELUDIBLES: COMPETENCIA CHINA Y TENSIONES COMERCIALES

Los desafíos están presentes. La preocupación por la entrada de marcas chinas es alta (67% prevé un impacto fuerte/muy fuerte). Es necesario afrontarlo con estrategia: diferenciación, innovación y eficiencia.

Los aranceles generan inquietud, señal de tensiones comerciales globales que impactan nuestra cadena de valor. El CIAC defiende un marco regulador que fomente la competencia justa y proteja los intereses industriales. La llegada de marcas chinas puede ser una oportunidad de colaboración y aprendizaje.

La automoción catalana crece de manera más racional y selectiva, adaptándose a los cambios y priorizando rentabilidad, sostenibilidad y tecnología. Los datos del barómetro lo confirman, pero recuerdan que la complacencia no es una opción.

Es imperativo que el sector continúe impulsando la innovación, la formación de talento y la colaboración entre empresas, administración, centros tecnológicos y startups. Solo así Cataluña liderará la transformación global de la automoción. El futuro es de quien se adapta, y nuestra industria lo demuestra. ●

Automoción: entre la incertidumbre y la oportunidad

La automoción es clave para el empleo, la innovación y la competitividad de España. Este es el momento de actuar con visión, adaptarnos y liderar el cambio



Joan Blancafort

Secretario general del Gremi del Motor / Fecavem

Desde la perspectiva de la distribución de automoción, vivimos un momento crucial para el ecosistema de la automoción y la movilidad. La transformación es profunda y acelerada, impulsada por la electrificación, la digitalización, las tensiones geopolíticas y la irrupción de nuevos actores internacionales que lo están cambiando todo.

La entrada de marcas chinas y los aranceles generan incertidumbre, pero también nos obligan a mejorar nuestra propuesta de valor. La electrificación, aunque aún limitada por barreras como la escasa infraestructura de recarga o la complejidad normativa, avanza. Y debemos estar preparados para acompañar al cliente en esta tran-

sición, ofreciendo información clara, servicios conectados y una experiencia de compra que está adaptada a los nuevos hábitos.

La digitalización ha transformado la forma en que los clientes descubren y comparan los vehículos. El canal online gana peso, pero la venta física en el concesionario sigue siendo clave. Por ello, apostar por una estrategia omnicanal resulta imprescindible para seguir siendo relevantes.

Además, el sector necesita talento nuevo. Ya no basta con conocer el producto: se requieren perfiles digitales, flexibles y orientados al cliente. Como concesionarios, debemos atraer y formar a estos

profesionales, colaborando con fabricantes y las instituciones.

Por último, pedimos a la Administración un marco más estable y eficaz. Las ayudas centradas en el rejuvenecimiento del parque y en la compra de vehículos nuevos o usados son positivas, pero su ejecución debe mejorar. Necesitamos incentivos claros, normativa simplificada y campañas que ayuden al consumidor a entender las ventajas que supone el vehículo eléctrico.

La automoción es clave para el empleo, la innovación y la competitividad de España. Este es el momento de actuar con visión, adaptarnos y liderar el cambio. Porque el futuro del sector no se espera: se construye. ●

