



Automoción 2020-40

Liderando la movilidad sostenible
Informe ejecutivo

2020





Contenido

"Automoción 2020-40" de un vistazo

2

01 Posicionamiento global de la industria española de automoción

8

1.1 Posicionamiento competitivo internacional	10
1.2 Palancas con las que cuenta la industria para asegurar la competitividad y sustentar el crecimiento futuro	12
1.3 Pregunta clave del proceso de transformación	13

02 Tendencias, retos y movilidad del futuro

16

2.1 Tendencias que dan forma a la movilidad	17
2.1.1 De consumidor a usuario	19
2.1.2 Previsiones de demanda	20
2.2 Principales retos a abordar	24
2.2.1 Descarbonización y calidad del aire	24
2.2.2 Despliegue de infraestructuras	26
2.2.3 Regulación inteligente	27

03 Transformación del modelo de negocio

28

3.1 Productividad	29
3.2 Relaciones a lo largo de toda la cadena de suministro	31
3.3 Nuevos perfiles laborales	32

04 Hoja de ruta para el 2040

34

4.1 Objetivos estratégicos	35
4.2 Potencial económico de la transformación	37
4.3 ¿Cuánto cuesta la transformación?	40
4.4 ¿Cuál es el riesgo de no hacer nada?	41
4.5 Hoja de ruta 2040	42
4.5.1 Plan de transformación: Top 10 acciones para el cambio	44
4.5.2 Generar un ecosistema favorable: Seis ámbitos de actuación	49
4.5.3 Más que una industria un proyecto de país	52

"Automoción 2020-40" de un vistazo

La automoción se encuentra inmersa en un profundo proceso de transformación que va a modificar por completo la forma en la que entendemos esta industria

En este contexto surge el proyecto **Automoción 2020-40** como una herramienta de análisis y de reflexión estratégica que busca conocer y determinar cuáles son las acciones que deben llevarse a cabo para que el sector aborde la transformación en la que está inmerso y cuál debe ser su estrategia a corto, medio y largo plazo para seguir siendo generador de riqueza en nuestro país, adaptándose a las nuevas necesidades y demandas de la sociedad relativas al transporte y la movilidad y cumpliendo su deseo de llegar a ser neutrales en las emisiones de CO₂ en un futuro.

Los retos que afronta el sector deben abordarse con la visión de un **proyecto país**, sólo así se alcanzará el grado de transformación requerido. Para ello se requiere la involucración de todos los agentes implicados en el futuro ecosistema español de movilidad, donde todos tenemos un papel importante que jugar y en el que la Administración tiene la responsabilidad de facilitar dicha transformación.

Este estudio nace de una doble necesidad. Por un lado, entender cuáles son las palancas que deben sustentar el crecimiento del sector español de automoción para incrementar su competitividad y seguir captando inversiones productivas. Y por otro, definir el ecosistema de movilidad para determinar las herramientas más adecuadas para transformar la forma en que se entiende hoy la producción y venta de vehículos de cara a adaptarse a estas nuevas demandas.



La industria española de automoción tiene una fuerte relevancia económica y social para España, así como un elevado efecto tractor sobre el resto de industrias y sectores:

 **Supone el 10% del PIB** donde cada euro facturado por los fabricantes de vehículos supone 1,65 euros en el resto de la economía española.

 **Genera empleo y de calidad:** el 84% de los ocupados tienen contratos indefinidos. Indirectamente casi 2 millones de personas están relacionadas con el sector automoción. Por cada empleo de los fabricantes se crean 7,75 empleos en el resto de sectores.

 **Es un sector vertebrador del territorio español** y consolida la población al tener 17 fábricas en 10 Comunidades Autónomas que a su vez impulsan una fuerte red de proveedores y fabricantes de componentes.

 **Aporta el 15% de la recaudación fiscal** a nivel nacional, contando con los impuestos ligados al automóvil.

Estas macro-magnitudes denotan la importancia estratégica, económica y social de esta industria, por lo que es necesario prestar atención a las principales fortalezas y las principales debilidades sobre las que se deberá articular el crecimiento sostenido del futuro.

Actualmente la industria de automoción española es la tercera más competitiva de una muestra de siete países (Alemania, Francia, Reino Unido, República Checa, Marruecos, China y Brasil).

Atendiendo a las fortalezas, España cuenta con unos claros y diferenciados puntos fuertes que deben aprovecharse en este proceso de transformación y que se deben mantener:

- Fortaleza y cercanía de la industria de componentes que permite unos costes de aprovisionamiento muy competitivos.
- Eficiencia energética muy elevada de la fabricación.
- Fortaleza exterior al tener una elevada presencia en otros mercados y ser el primer sector en aportar saldo positivo a la balanza comercial.
- Buena posición en los factores productivos al tener una tasa de utilización de la capacidad instalada muy elevada y contar con un capital humano cualificado y con facilidad para aportar flexibilidad en un entorno de paz social y entendimiento.

Pero, hay que ser conscientes de que en algunos aspectos todavía hay espacio de mejora: por ejemplo, aunque en los últimos años se ha avanzado en la generación de valor del vehículo producido, la distancia respecto a otros países competidores es considerable. Otros ejemplos serían la capacidad innovadora, la intensidad de la inversión en I+D+i y un entorno todavía no lo suficientemente flexible para abordar la transformación.



El contexto en el que opera la industria de automoción está sujeto a una disrupción sin precedentes. Las nuevas tendencias de la movilidad vienen marcadas por el usuario, el regulador y el desarrollo de las nuevas tecnologías y determinan una nueva estructura de relaciones en el sector.

De las cadenas de valor lineales, donde las dinámicas industriales venían determinadas por los fabricantes de vehículos, se pasa a unas cadenas de valor en red, interconectadas, mucho más complejas, que requieren de nuevos modelos de negocio y de la colaboración entre los agentes tradicionales y los actores colaterales. Estos actores colaterales son los participantes en la cadena de valor a través de los servicios energéticos, de la tecnología asociada a la conectividad y autonomía, de la movilidad como servicio, de los desarrolladores de infraestructuras para la conectividad o de los intervinientes en las nuevas formas de distribución y uso, entre otros.

Este nuevo entorno de movilidad va a provocar cambios en la generación de valor en torno al vehículo. De hecho, se estima que si se hacen bien las cosas en España, para el 2040 el mercado **relacionado con el automóvil y los servicios de movilidad moverá un negocio valorado en más de 310.000 millones de euros de facturación**. En este nuevo mercado, la fabricación de vehículos será una parte más, pero en él, habrá aumentado la relevancia de los fabricantes de nuevos componentes de vehículos, de nuevos componentes de software así como de los negocios que se generarán en torno a la gestión de los datos, la conectividad y la movilidad a demanda. Se prevé que para el año 2040 la economía se verá beneficiada tanto a nivel laboral como en términos de valor añadido, ya

que se agregarán entre 860.000 y 1.460.000 empleos en España, lo que representará un aumento adicional entre el 7% y el 12% al PIB nacional.

Este incremento en valor del negocio se experimentará en negocios tradicionales como lo son la fabricación de componentes, comercialización, mantenimiento y reparaciones y servicios financieros, a la vez que en sectores nuevos como los nuevos componentes, software, gestión de datos y movilidad a la demanda.

Para hacer realidad este nuevo ecosistema de movilidad y generar este valor, **los actores involucrados, entre los que están los fabricantes de vehículos, tendrán que invertir más de 54.000 millones, que supone el 5% del PIB anual español**.

Del mismo modo, para que esto sea una realidad en el futuro, se necesita un acompañamiento por parte de la Administración para crear el entorno favorable que permita que los actores impulsen estas inversiones.

No hacer nada tendría severas consecuencias estructurales en el conjunto de la economía española. **La pérdida de competitividad de la industria española, a través de su falta de adaptación, provocaría unas pérdidas recurrentes anuales del 2% del PIB español y la pérdida del 1% del empleo nacional**. Este es un impacto comparable con la crisis del año 2011, pero con el efecto perverso de que no será posible recuperar ni a corto ni a medio plazo.

El sector quiere participar de forma activa en este nuevo ecosistema de movilidad y hacerlo posible para seguir generando riqueza y empleo en España en colaboración con el resto de agentes que formarán parte de esta red integrada de sectores.

Este proyecto identifica una hoja de ruta clara para alcanzar el objetivo del 2040 y tiene cuatro hitos en función del horizonte temporal:

Punto de partida [○]

Primero, el más inmediato, el de hoy, que es conseguir unificar los mensajes de todos los sectores y agentes involucrados para crear unas bases sólidas sobre las que construir de forma coordinada el nuevo ecosistema de movilidad. Es necesario generar mensajes positivos de certidumbre al respecto del futuro de la automoción que atraigan inversiones y potencien el mercado interior.

Hasta 2025 >>>

Segundo, a corto plazo, en los próximos años y en el horizonte hasta 2025, debemos centrarnos en conseguir el objetivo de seguir atrayendo inversiones a nuestras fábricas para lo que es necesario seguir avanzando en la competitividad de la industria.

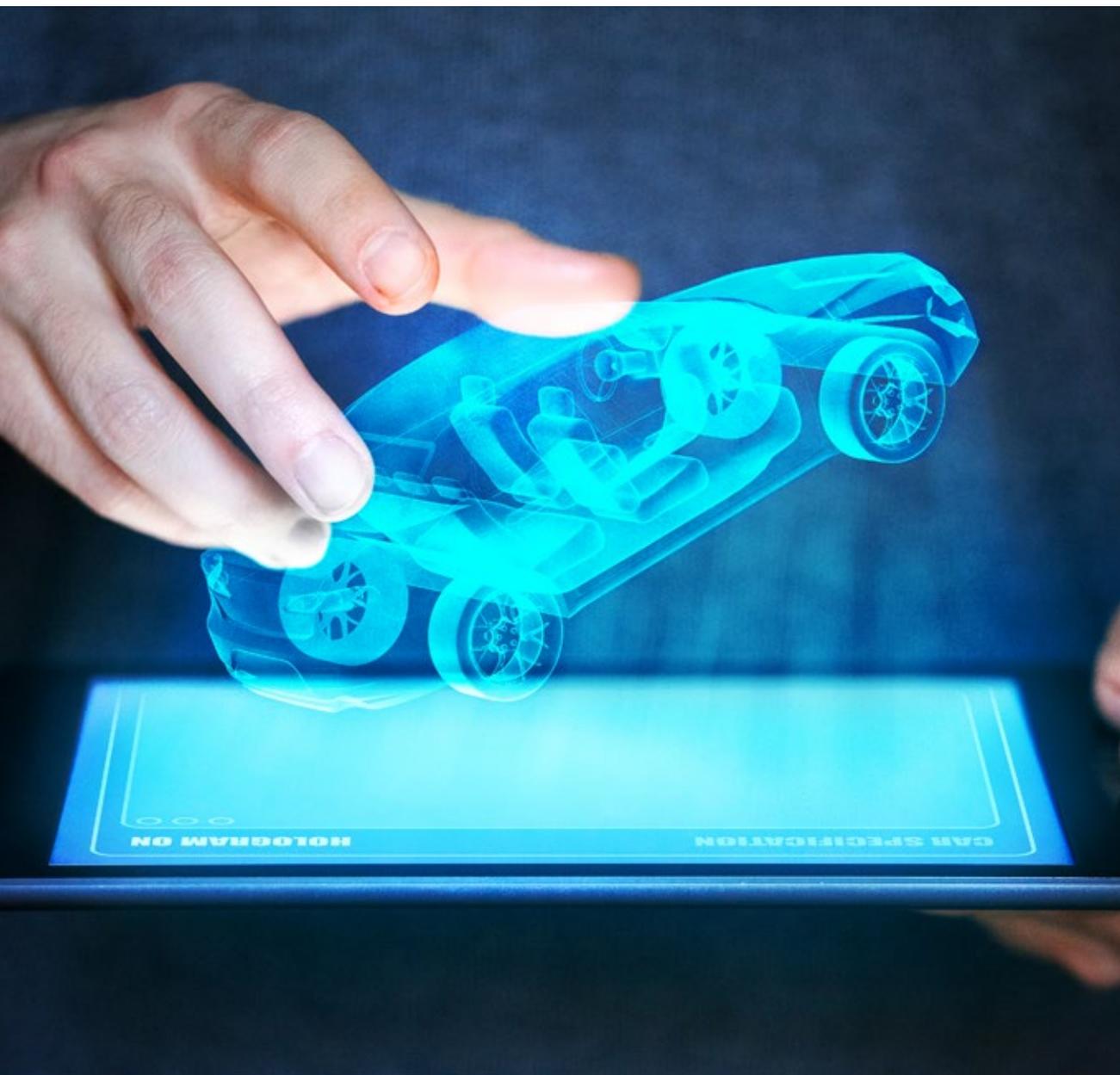
Hasta 2030 >>>

Tercero, a medio plazo, y poniendo el objetivo en 2030, debemos ser capaces de lograr la adecuación de nuestro mix productivo a la demanda. Necesitamos fabricar al menos 700.000 vehículos electrificados para mantener nuestra cuota de mercado en Europa e incluso aspirar a incrementarla hasta el 15%.

Hasta 2040 >>>

Y como cuarto hito, a largo plazo, en el año 2040, debemos haber sido capaces, además de lo anterior, de hacer efectivo el despliegue del ecosistema español de movilidad.





Para ello, hay que actuar desde ahora para preparar el terreno que nos irá llevando por la senda de la consolidación de una nueva industria española de la movilidad.

Automoción 2020-40 propone un marco de actuación que se resume en 10 acciones, y que conciernen a todos los que intervienen en el nuevo ecosistema. Se recogen aspectos ligados a la mejora de la competitividad del sector en el sentido más tradicional (flexibilidad laboral, costes laborales, energéticos, etc.), pero no sólo, ya que se deberá generar entre todos una concienciación global que permita a la industria española ser reconocida internacionalmente haciéndola atractiva ante las casa matrices y todo ello, combinado con los aspectos específicos de la nueva movilidad, entre otros como:

- Potenciación de nuevas inversiones tecnológicas.
- Atracción de los nuevos componentes de los vehículos del futuro. Entre ellos, integrar en España parte de la cadena de valor de la baterías, centrado en el ensamblaje de baterías y producción de algunos componentes, así como en el desarrollo de los sistemas de gestión para acercarlo a la fabricación de vehículos.
- Atracción de perfiles de alto contenido tecnológico.
- Construcción de alianzas estratégicas con agentes clave en los nodos definidos como estratégicos para el desarrollo del ecosistema de movilidad española.
- Convertir los datos en información de alto valor.
- Multiplicación del valor con la expansión internacional, no sólo del vehículo, sino también de los negocios de movilidad *made in Spain*.

Todo esto sólo será posible con una regulación inteligente que acompañe a los fabricantes de vehículos, a los de componentes y al resto de agentes de este nuevo ecosistema (telecomunicaciones, eléctricas, aseguradoras, distribuidores, financieras, etc.).

Esta nueva regulación integrada, cohesionada y con perspectiva holística, debe comprender seis ámbitos de actuación que generen el ecosistema necesario para la transformación de la industria de la movilidad, y que de forma resumida se concretan en:



Con esta ambición y con este enfoque se presenta el proyecto **Automoción 2020-40**, un documento útil no sólo para la industria española de automoción, sino para todos los agentes que tendrán un papel relevante a futuro en el nuevo ecosistema de movilidad. Un estudio

que se articula en cuatro capítulos y que pretende entender de forma correcta el posicionamiento global de la industria española de automoción, las principales tendencias y retos que se configuran en torno a la movilidad, las claves de la transformación para alcanzar

el ecosistema deseado, y por último, dar una respuesta eficaz con una hoja de ruta que cuantifica y define los cambios a adoptar desde hoy.

01

Posicionamiento global de la industria española de automoción



La industria tiene una destacada relevancia económica y social para España (más de 103.000 millones de euros de facturación) y un efecto tractor sobre el resto de industrias y sectores

España cuenta con 17 fábricas, de las cuales 13 son de producción de vehículos y 4 de fabricación de motores, chasis y cajas de cambio. En 2019 se **produjeron** cerca de 3 millones de vehículos; en el que los porcentajes de fabricación sobre el total fueron un 80,2% de turismos y todoterrenos, 18,8% de vehículos comerciales ligeros y el 1% restante, de vehículo industrial.

En 2018, la industria se erigió como el 9º productor mundial de vehículos ligeros y el 2º productor europeo de vehículos industriales y comerciales.

El sector, tiene una fuerte relevancia económica y social para España, así como un elevado efecto tractor sobre el resto de industrias y sectores.

- Supone el 10% del PIB. Cada euro facturado por los fabricantes de vehículos supone 1,65 euros en el resto de la economía española.
- Genera empleo y de calidad: El 84% de los ocupados tienen contratos indefinidos. Indirectamente casi 2 millones de personas están relacionadas con el sector automoción. Por cada empleo de los fabricantes se crean 7,75 empleos en el resto de sectores.
- Es un sector vertebrador del territorio español y consolida la población en todo el territorio al tener 17 fábricas en 10 Comunidades Autónomas que a su vez impulsan una fuerte red de fábricas de componentes.
- Aporta el 15% de la recaudación fiscal a nivel nacional.



El valor de la cifra de negocios del sector asciende a más de **64.500 millones de euros** y es capaz de generar un efecto de arrastre en la economía de **x1,8**



El mayor contribuidor neto a la balanza comercial con un saldo positivo en automóviles de **14.500 millones de euros**



Genera empleo de calidad con **84%** de los ocupados con contratos indefinidos e induce en España **1,89 millones** de puestos de trabajo



La industria española de automoción es un **85%** más innovadora que la media nacional



El sector facilita la recaudación de impuestos: **20%** de esta recaudación corresponde a la adquisición de vehículos (IS, IVA...) y el **80%** restante a su uso (matriculación, circulación...)



En el periodo 2016-2018 el sector ha recibido **2.440 millones de euros** en Inversión Extranjera Directa. Los fabricantes españoles invirtieron sólo en 2018 cerca de 3.000 millones de euros

1.1. Posicionamiento competitivo internacional

La industria española de automoción es la tercera más competitiva entre la muestra de los ocho países analizados

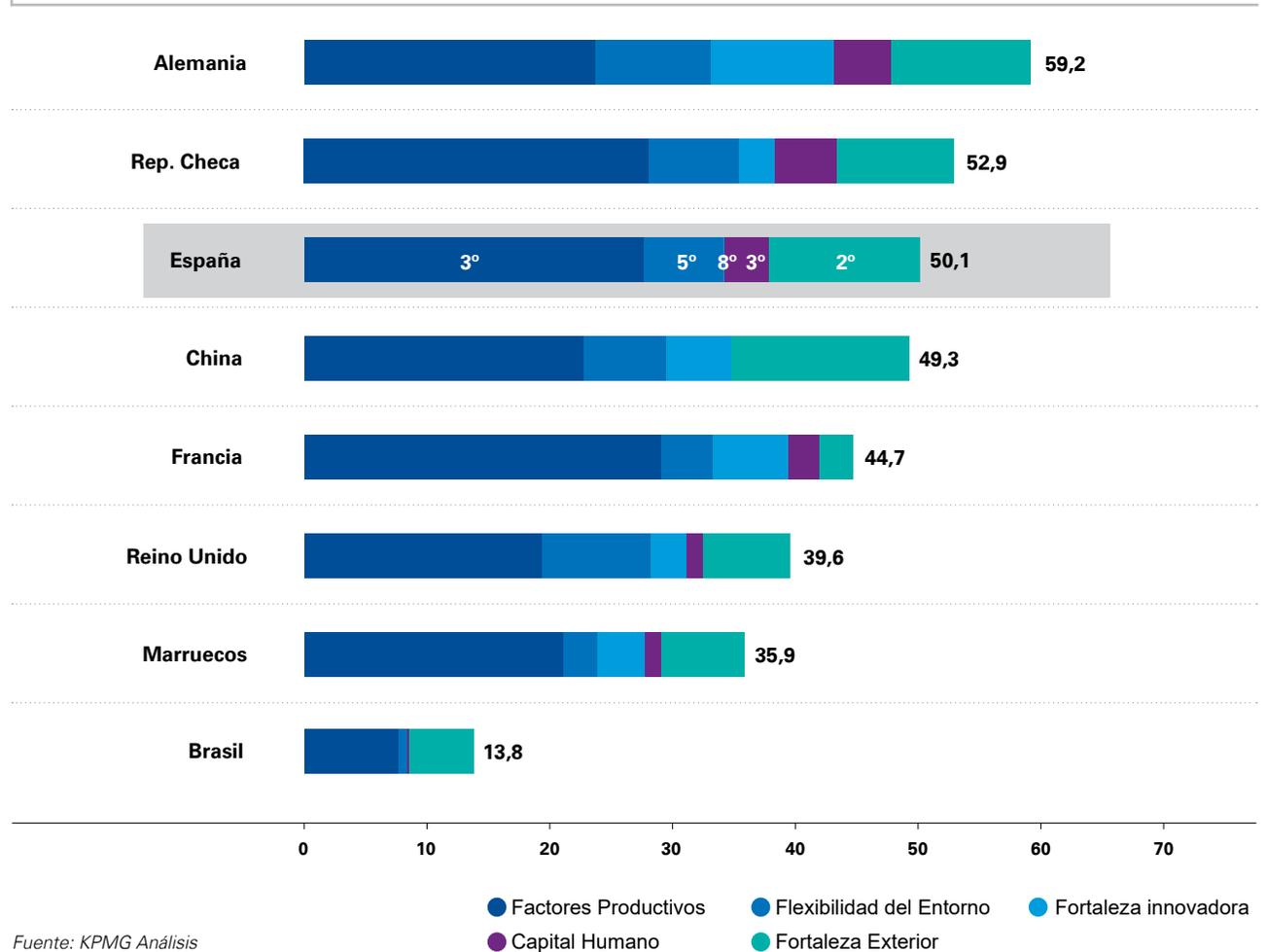
Así lo muestra el ranking que tiene en cuenta los cinco factores claves que determinan la competitividad: factores productivos, capital humano, fortaleza innovadora, capacidad exterior y atractivo del entorno. De acuerdo a éstos, la industria española de automoción es la tercera más competitiva de los ocho países analizados: Alemania, República Checa, China, Francia, Reino Unido, Marruecos y Brasil.

Sin embargo, con una cuota mundial de producción cercana al 3%, desde el 2018 se viene registrando una desaceleración de la producción, que obliga no sólo a entender las causas de esta situación, sino también a recuperar aquellos factores que han hecho posible ser uno de los líderes mundiales.

Uno de los giros más importantes que está experimentando la producción en España es el del valor (14.400€ por vehículo en 2017), habiendo registrado la mayor tasa de crecimiento en Europa con un 4,5% de media anual (TCAC 2010 – 2017). Este giro refleja el cambio productivo hacia gamas de mayor valor añadido, con el compromiso claro de acercarnos al valor unitario de países de referencia como Alemania (49.000€), Reino Unido (33.700€) o Francia (27.300€).

En este momento, España cuenta con puntos fuertes que deben aprovecharse y en comparación con otros países muestra debilidades que deben abordarse.

Ranking de competitividad de automoción, 2018



Fuente: KPMG Análisis



Puntos fuertes

- El coste de aprovisionarse en España es uno de los más bajos de Europa, debido a menores precios y a economías de escala por la cercanía de la industria de componentes y piezas para automoción.
- La industria española de automoción ha realizado importantes avances en su eficiencia energética: reduciendo su intensidad energética en un 43% en los últimos 10 años (el conjunto de la industria manufacturera ha reducido su intensidad en un 20,6% en el mismo período).
- Fortaleza exterior, que sitúa a España en la 2ª posición en el ranking. La fabricación de vehículos aporta al saldo comercial 13.728 millones de euros, representando el 17% de las exportaciones nacionales. Es la industria que mayor volumen de producción (82%) destina a los mercados internacionales.
- Factores productivos (3ª posición en el ranking) dado que es el 9º país productor del mundo con la 2ª mejor tasa de utilización de la capacidad instalada (83%) y con el resto de factores de producción equilibrados con respecto a los otros 7 países analizados.
- Capital humano (3ª posición en el ranking) teniendo en cuenta la alta cualificación actual del empleo y la flexibilidad laboral que ha diferenciado internacionalmente a esta industria.



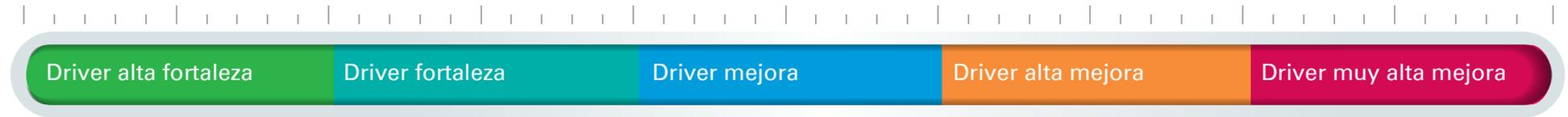
Puntos débiles

- Pese a que la mejora en la generación de valor producido ha sido considerable, la distancia respecto a los niveles de los países mencionados es todavía relevante. Por ello, los retos del valor añadido por empleado y de la intensificación en la inversión en I+D+i siguen siendo importantes para dirigir a esta industria hacia el futuro y al nuevo modelo productivo.
- Margen de mejora en fortaleza innovadora: se sitúa en última posición del ranking.
- Flexibilidad del entorno cuya posición, la 5ª en el ranking, muestra una senda clara de mejora en comparación con Alemania, Reino Unido o República Checa.



1.2. Palancas con las que cuenta la industria para asegurar la competitividad y sustentar el crecimiento futuro

El crecimiento futuro debe basarse en cinco factores:



Especialización

- Ante la competencia existente es necesario que los fabricantes españoles consigan **aumentar el valor añadido de sus vehículos**.
- Para seguir siendo competitivos (aprovechando la capacidad actual instalada) se hace necesario identificar un **hueco de mercado adecuado y especializarse** en este nicho (especialmente en Europa, por ser el principal mercado).
- En este nuevo paradigma, aún por definir, debe continuar siendo **atractiva para captar inversiones y asignación de nuevos modelos**.
- La transición hacia la electrificación pasa por un **período de energías alternativas** donde los híbridos y el gas tendrán un lugar importante, para nuestros clientes.

Capacidad Exterior

- Los cambios de las **preferencias de los consumidores** en los principales clientes, unido a la **intensificación de la competitividad exterior**, exigen una **diversificación de los países de destino** y pensar en un entorno más amplio que el inmediato geográfico (el 70% de las exportaciones se destina a 5 países de la UE).
- Con el mix productivo actual, la industria española de automoción irá perdiendo año a año cuota de mercado, los excedentes de producción se deben de reorientar hacia nuevos países que no estén experimentando un cambio tan acelerado.

Cadena de Suministro

- Los nuevos retos plantean la necesidad de una **convergencia entre la industria de automoción y el sector tecnológico** que impacta sobre la cadena de suministro. Encontrar nuevas formas en la gestión integral será base del sustento competitivo futuro de la industria.
- A futuro se requerirá **mayores niveles de estandarización, visibilidad y gestión de riesgos**, que mejorarán la gestión de la cadena de valor física y de información, para simplificar operaciones y, por tanto, reducir costes totales.

Productividad

- La industria debe **ampliar su capacidad para generar productividad**; dado que este concepto supera el enfoque tradicional, adquiriendo una dimensión multi-variable donde las palancas a accionar son múltiples: inversión en tecnología, incremento del valor de lo producido, flexibilidad laboral, formación digital, coste laboral, etc.
- El **incremento de la productividad total** es la principal vía para la **transformación de la industria española de automoción**. Conseguir este crecimiento supera la idea de aumentar la productividad en unas fábricas ya muy optimizadas, y se extiende a todas las actividades y servicios que se prestan fuera de planta (upstream y downstream).

Innovación

- **Sin colaboración no hay innovación**, con esta claridad debe entenderse que la industria española de automoción tiene que apalancarse en toda la cadena de valor para competir en este campo.
- Por la I+D+i pasan aspectos tan relevantes como la **sostenibilidad del producto y del proceso de producción**; la personalización de componentes y acortar los plazos de desarrollo; y el ciclo de vida de los productos, etc.
- Se necesita **reorientar los recursos existentes hacia un objetivo más global** y compartido, para sumar capacidades y extraer mayor rendimiento de los esfuerzos que se realizan en I+D+i actualmente.

1.3. Pregunta clave del proceso de transformación

¿Cómo se transforma una industria basada en cadenas de valor lineales, en un ecosistema interdependiente y competitivo que requiere adoptar posiciones colaborativas?

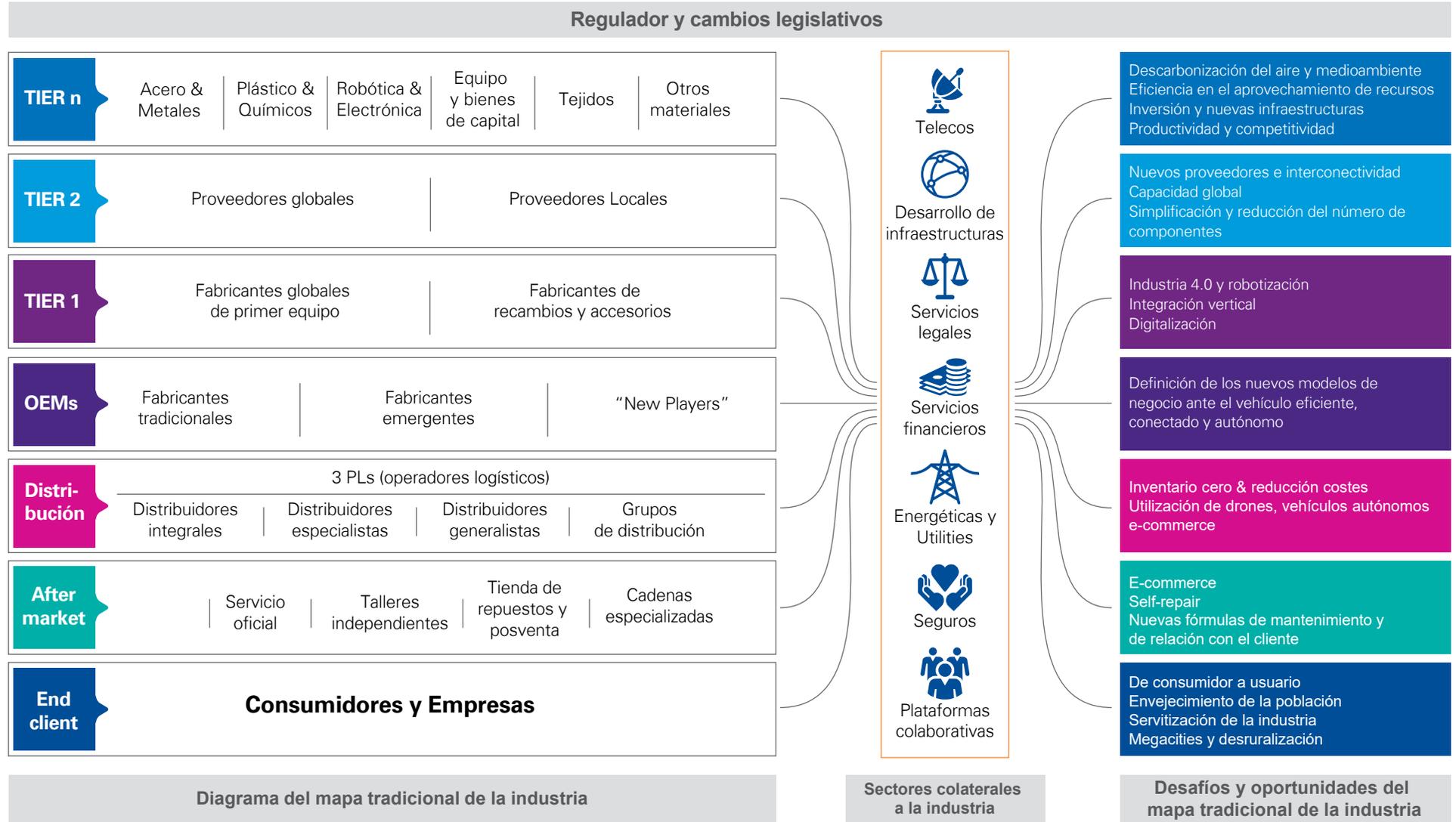
Tradicionalmente, la industria de automoción se ha basado en una cadena de valor lineal, donde las dinámicas industriales venían determinadas por los OEMs. Sin embargo, esta configuración está cambiando y la forma en la que se va a competir en el nuevo ecosistema también. Hablamos de una compleja red de cadenas de valor interconectadas.

Para dar respuesta a las soluciones integrales de movilidad, el sector debe configurarse bajo nuevos modelos de negocio y un ecosistema colaborativo e interdependiente entre los agentes tradicionales, fabricantes y proveedores, y sectores colaterales.

La transformación de la industria hacia este ecosistema también viene determinada por el papel del regulador. Resulta primordial que el regulador no imponga el cambio de forma reactiva, sino que promueva de forma proactiva un ecosistema que permita el desarrollo de la nueva industria de movilidad, creando riqueza y posicionando a España como una pieza clave en el contexto europeo y mundial.

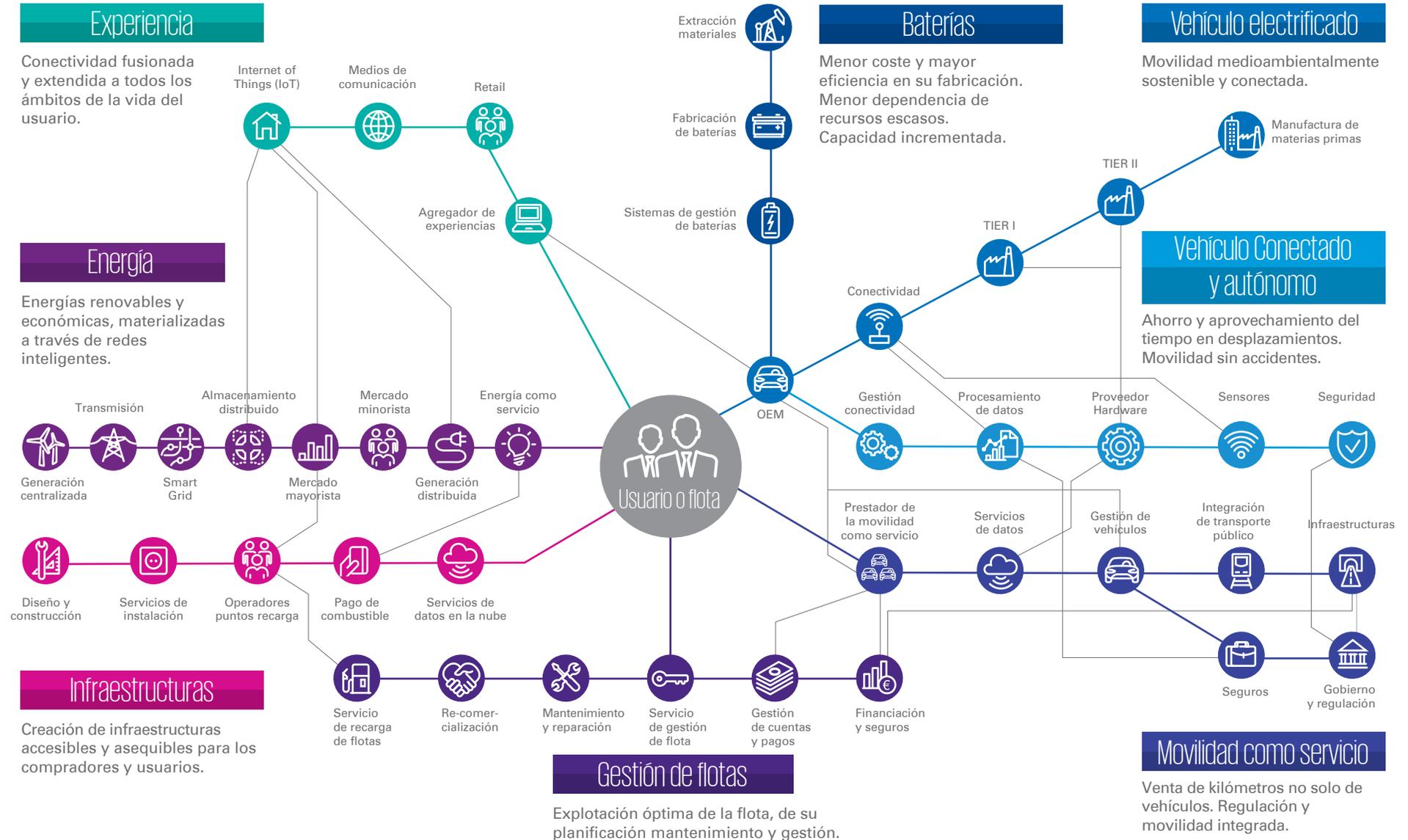


Mapa de la industria de automoción hoy



Fuente: KPMG Análisis

Ecosistema de movilidad del futuro



02

Tendencias, retos y movilidad del futuro

2.1. Tendencias que dan forma a la movilidad

“La movilidad es libertad”, es la capacidad para poder elegir cómo desplazarse, cuándo y mediante qué medio

Desde hace unos años la industria de automoción ya no solo tiene que dar respuesta a las necesidades de transporte sino también a las nuevas demandas del consumidor:

Ahorrar tiempo



→ Actualmente la duración media del trayecto en transporte público en España es de 44 minutos.

Ahorrar costes



→ En España, los atascos suponen para las empresas un coste de más de 840 millones de euros al año.

Alcanzar su destino



→ El rango de autonomía del coche eléctrico es suficiente para cubrir el 95% de los desplazamientos en España en áreas urbanas e interurbanas.

El nuevo concepto de movilidad, implica entender los cambios que se van a producir en la demanda de vehículos.

Tendencias de movilidad

Resultado principalmente de los **objetivos de descarbonización** y de las **regulaciones de calidad del aire** en las ciudades, el panorama vehicular se encuentra en medio de una transición hacia una mayor eficiencia del combustible y un aumento del peso de los vehículos de energías alternativas en el mix productivo y en las ventas:

- En el parque de turismos, la regulación favorece al vehículo eléctrico con posibilidad de que los vehículos de bajas emisiones, el híbrido y el gas, participen con un papel relevante en esta transición.
- Los vehículos comerciales se apoyaran diversos niveles de hibridación y electrificación para acomodarse a las exigencias de las ciudades en la última milla.

Los nuevos **avances tecnológicos** están extendiendo el uso y las aplicaciones de internet a todas las cosas ('Internet of Things') y ésto, incluye a los vehículos.

- La mayor interconectividad del vehículo con su entorno, facilita y favorece que sectores colaterales ajenos hasta el momento a la industria, puedan incorporarse a la cadena de valor.
- La generación de datos procedentes del uso del vehículo sobre su entorno y en tiempo real, abre la posibilidad de que éstos se puedan emplear en mejorar la experiencia del consumidor o en su comercialización.



Hoy por hoy la **tecnología** permite rentabilizar el vehículo generando servicios de valor añadido que no necesariamente están **ligados a la propiedad** por parte del usuario, y que se están extendiendo rápidamente:

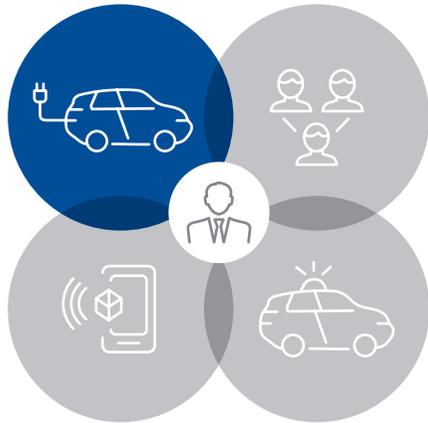
- **Nuevas formas de uso:** multiplican las opciones de movilidad, de manera que el usuario puede decidir en cada desplazamiento cuál le conviene más: carsharing; pago por uso, servicios de flota, etc.
- **Nuevas formas de venta:** que permite extender el concepto de propiedad: compra de kilómetros, compra compartida, etc.
- **Nuevas formas de control de flotas** en la distribución y electrificación para acomodarse a las exigencias de las ciudades en la última milla.

El desarrollo tecnológico en **software** y en **sensores**, están perfeccionando la autonomía de los vehículos.

- El vehículo autónomo se encuentra en desarrollo y ya existen prototipos en los niveles más altos de autonomía.
- Aunque se está trabajando sobre prototipos de vehículos autónomos que no necesitan estar constantemente conectados, se requerirá en todo caso una adecuada conexión que dependerá de la futura red de telecomunicaciones.
- La regulación jugará un papel importante en cuestiones de seguridad y resolución de dilemas morales.

2.1.1. De consumidor a usuario

En el centro del ecosistema se halla el usuario y escucharle se torna cada vez más importante.



- La compra de un vehículo electrificado supone de media, una inversión inicial un 60% más elevada que la de un vehículo de combustión interna. Si bien bajo el principio del Coste Total de Propiedad (CTO) puede suponer para el consumidor español de un ahorro de unos 20.000 euros en el plazo de ocho años.
- Actualmente sólo el 7% de los españoles tiene interés real en comprar un vehículo eléctrico.
- El 57% de los consumidores españoles señalaron en 2018, como principal obstáculo a la compra de un vehículo eléctrico, su percepción de falta de autonomía; aunque el 95% de los desplazamientos en España se encuentra dentro del rango de autonomía que hoy disponen los vehículos.
- Los vehículos comerciales se apoyarán en diversos niveles de hibridación y electrificación para acomodarse a las exigencias de las ciudades en la última milla.

- El 80% de los servicios de movilidad B2C en el mundo son "alquiler con estación base", pero la "flota libre" tiene una mayor tasa de crecimiento.
- El carsharing ya tiene 15 millones de usuarios en el mundo, 400.000 en España.
- Madrid es la segunda ciudad de Europa con más coches compartidos circulando.
- En España el perfil más común de carsharing es el de mujer menor de 35 años. Además el 40% del total de los usuarios es menor de dicha edad.
- 4 de cada 5 "millennials" prefieren servicios de movilidad frente a la compra de un vehículo.

- Los propietarios pasan más de 500 horas al año en el vehículo, éste se convierte en un espacio en el que es necesario extender nuestro modo de vida actual.
- Un 90% de los conductores consideran que los datos procedentes del vehículo deben ser de su propiedad.
- Sólo 1 de cada 6 europeos perciben mayor seguridad en un vehículo autónomo.

2.1.2. Previsiones de demanda

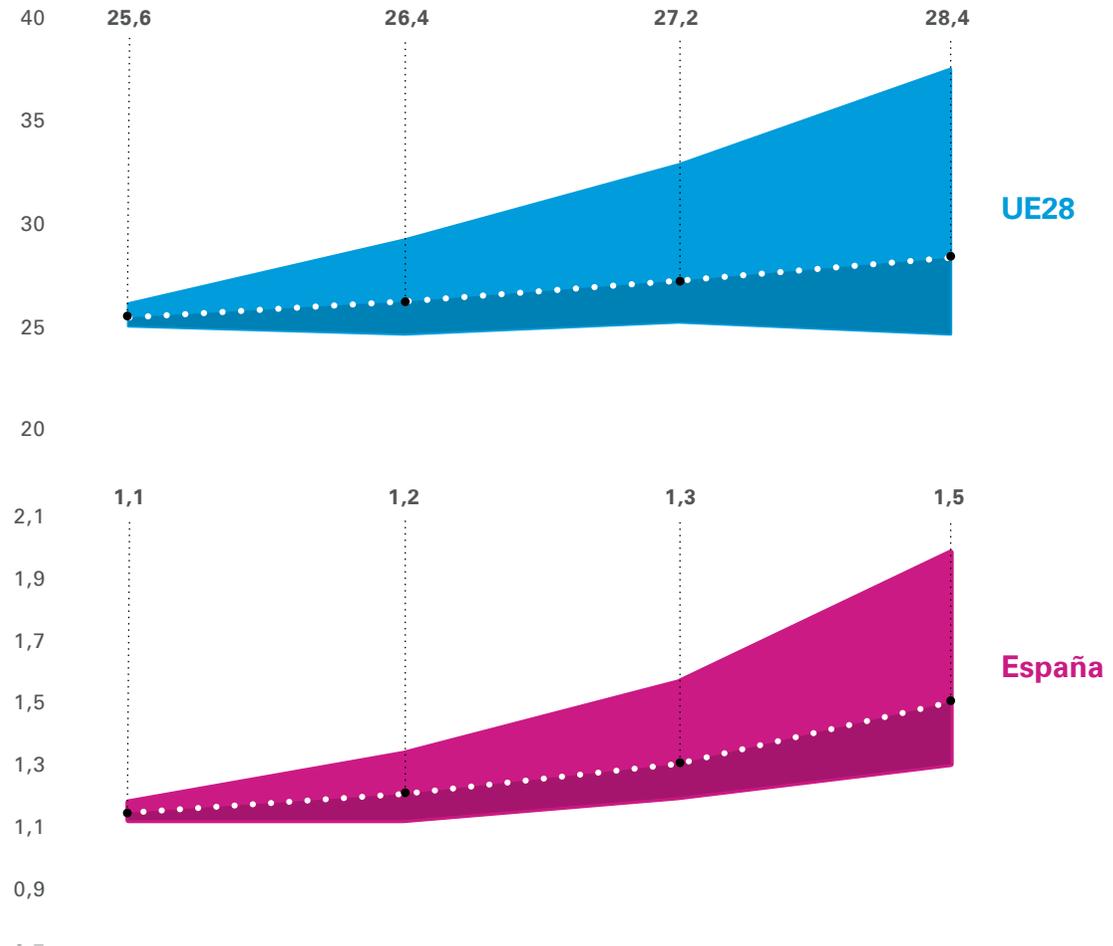
La venta de turismos crecerá en España, pero el mix de combustibles cambiará

El mercado de turismos en España alcanzará en 2040 cerca de 1,5 millones de unidades aunque tendrá una progresión lenta y estancada en 1,3 millones hasta 2030. Por tipología de propulsión, el vehículo electrificado ganará cuota de forma exponencial pudiendo alcanzar hasta el 50% al final del periodo analizado.

En cualquier caso, se estima que en 2040 el parque español de vehículos todavía tendrá un porcentaje importante, más del 50%, de vehículos no enchufables.

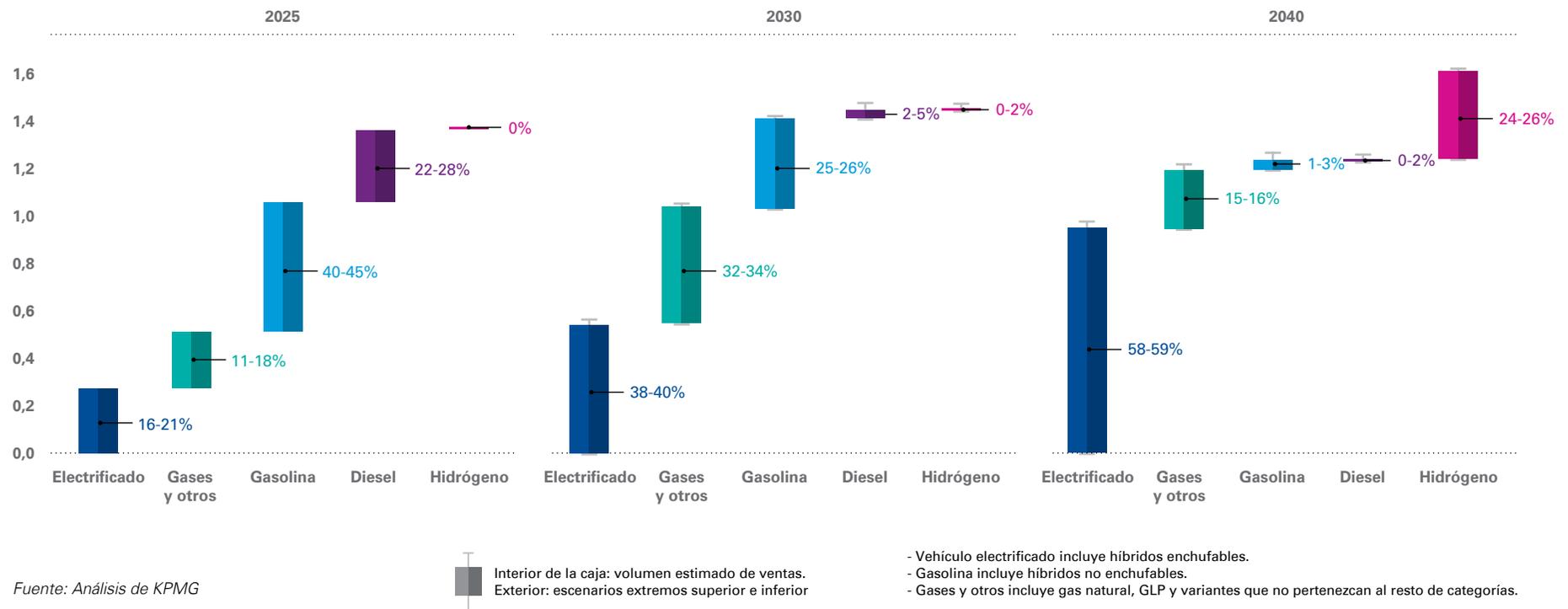
En este contexto, cabe señalar que hasta llegar a ese horizonte, la hibridación tendrá cada vez un papel más señalado. La previsión es que en 2040 prácticamente todos los vehículos que se apoyan en la combustión cuenten con una hibridación muy significativa, avanzando de forma importante en la reducción de emisiones.

Rangos de ventas proyectadas de turismos y todoterrenos nuevos en España y UE28 (*)



(*) Las proyecciones se realizan en base a los modelos econométricos elaborados por KPMG. El Anexo A contiene las hipótesis principales para cada uno de los modelos.

Segmentación de las proyecciones de ventas por combustible en España (*)



(*) El desglose de las ventas por tipo de combustible se realiza tomando como referencia el escenario central de las proyecciones de ventas totales.

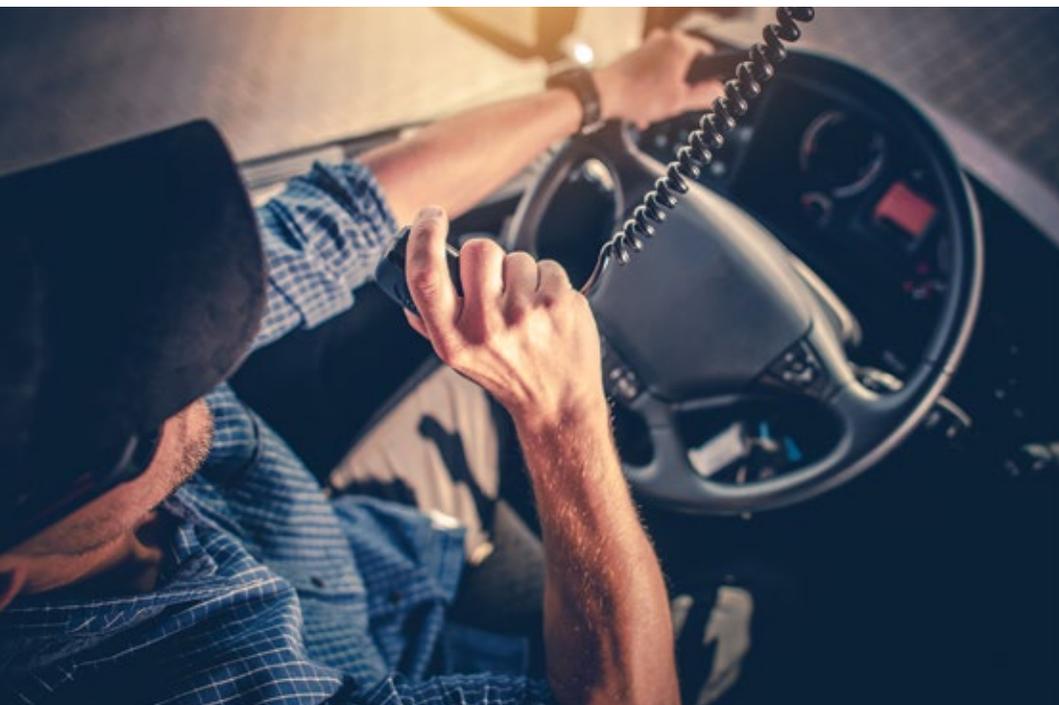
En un entorno favorable el mercado en 2040 podría alcanzar 1 millón de vehículos electrificados y los vehículos de hidrógeno tendrían una significativa presencia con un 24% de cuota

La demanda creciente de servicios logísticos y de reparto, sustentada por tendencias económicas y las preferencias de consumo, como entregas rápidas y sobre todo el auge del comercio online, hacen prever un parque de vehículos comerciales e industriales en aumento.

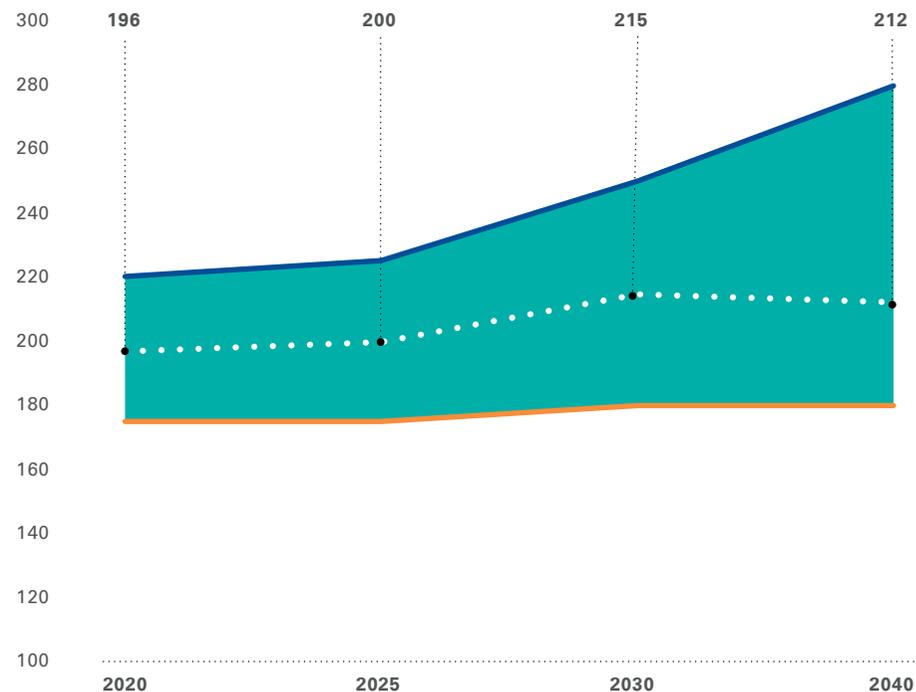
Las ventas de vehículos industriales se espera que crezcan hasta 2030, por un aumento de la demanda de transporte de última milla, para moderarse (o incluso reducirse) posteriormente, situándose por encima de las 200.000 unidades.

Cobrará mayor peso en las ventas el vehículo comercial ligero. Los combustibles de mayor importancia en 2040 dependerán del tamaño y peso del vehículo.

En el caso de los camiones pesados es muy destacable la importancia del gas como principal tecnología de propulsión.



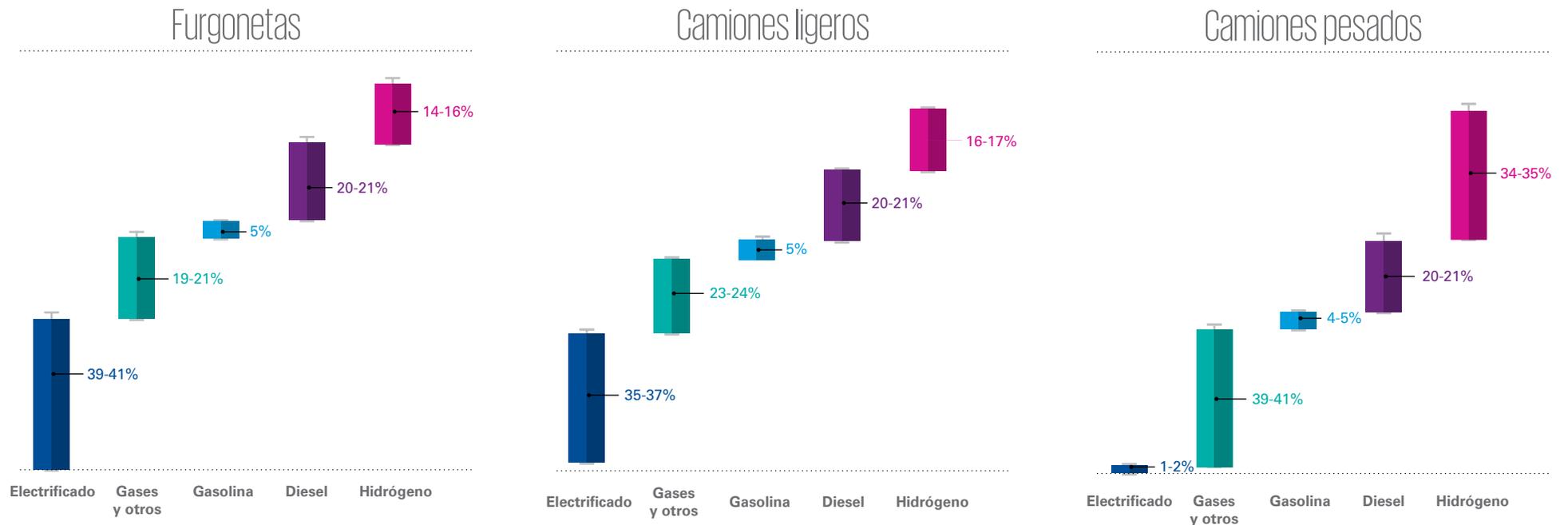
Rangos de evolución estimada de las ventas del vehículo comercial e industrial en España



Fuente: Análisis de KPMG

— Extremo alto — Extremo bajo — Escenario central

Segmentación de las proyecciones de ventas de furgonetas, camiones ligeros y camiones pesados por combustible en España, 2040



Fuente: Análisis de KPMG

Interior de la caja: volumen estimado de ventas.
Exterior: escenarios extremos superior e inferior

En 2040 el mercado de vehículos ligeros tendrán una cuota superior al 30% de vehículos electrificados y cuotas del 20% en tecnologías de gas, diesel e hidrógeno. Los vehículos industriales pesados desarrollarán un mercado importante de gas e hidrógeno en 2040 con tasas del 35%

2.2 Principales retos a abordar

Para hacer posible el desarrollo del ecosistema de movilidad es necesario hacer frente a tres retos inmediatos



Descarbonización y calidad del aire

El entorno impone una aceleración en el proceso de reducción de emisiones para la protección del medio ambiente y de la calidad del aire, con los que los fabricantes están plenamente comprometidos.



Despliegue de infraestructuras

Hacer realidad la penetración del vehículo del futuro, demanda el desarrollo de infraestructuras de soporte adecuadas.



Regulación inteligente

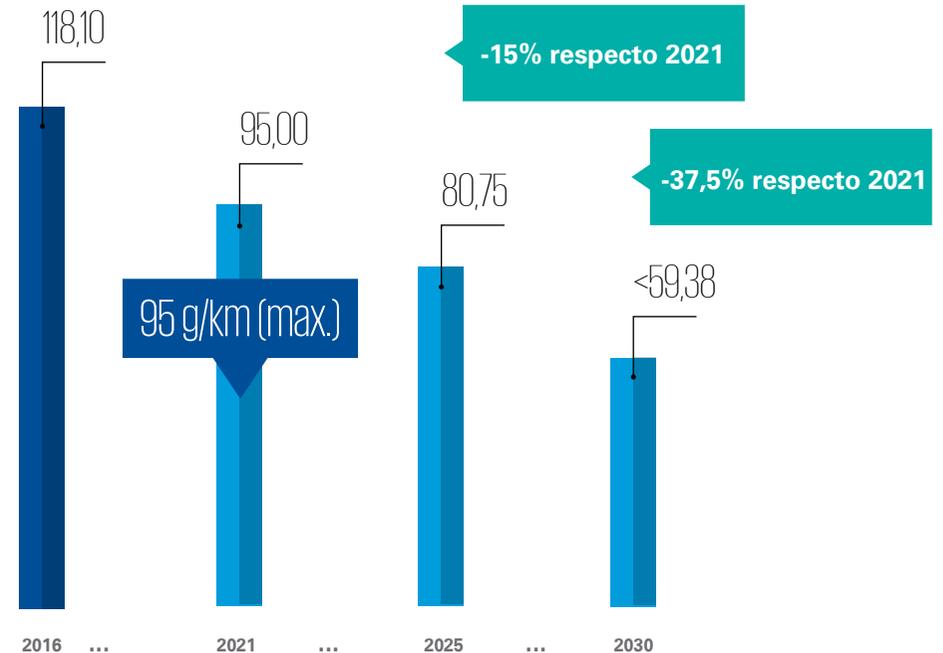
Que dé respuesta a las necesidades que se creen en torno a la movilidad y que ésta no imponga ni el proceso ni la tecnología y plantee un tiempo acorde con una transformación ordenada.

2.2.1. Descarbonización y calidad del aire

Los objetivos impuestos por el regulador influyen sobre el mix productivo de los fabricantes

La Unión Europea establece regulaciones específicas y muy ambiciosas sobre el vehículo, tanto en relación con las emisiones de CO₂, relativas a la descarbonización, así como sobre la homologación de los vehículos para reducir las emisiones contaminantes (partículas, NOx, etc.) que condicionan la calidad del aire.

Objetivos de emisiones promedio de automóviles nuevos entre 2020 y 2030 en la UE



Fuente: reglamento UE 333/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo (2021) y propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo en materia de emisiones (2025-30). Emisiones de CO₂ según NEDC correlado.

Para reducir las emisiones existen tres palancas para los fabricantes:

 <h2 data-bbox="210 643 533 743">Eficiencia</h2> <p data-bbox="210 767 741 1027">En términos de consumo de combustible que impacta directamente en las emisiones. Los vehículos híbridos, eléctricos y los vehículos de gas tienen aquí un papel fundamental en el periodo de transición.</p>	 <h2 data-bbox="835 643 1312 847">Aerodinámica y peso</h2> <p data-bbox="835 879 1429 1062">La ligereza del vehículo y las características que favorecen su aerodinámica, contribuyen a un menor consumo de combustible y permite reducir el nivel de emisiones.</p>	 <h2 data-bbox="1496 643 1933 743">Combustible</h2> <p data-bbox="1496 767 2033 951">La introducción a mayor escala de combustibles alternativos modifica el mix y, junto con las ganancias en eficiencia, ayuda a reducir el nivel promedio de emisiones.</p>
---	---	--

Los fabricantes, plenamente comprometidos con las exigencias medioambientales y con la aspiración de que en el futuro los vehículos estén libres de emisiones de dióxido de carbono, han invertido en desarrollos técnicos, dando como resultado fuertes reducciones en las emisiones de NOx y partículas con un 85% menos y un 90% que hace 15 años respectivamente, así como un 30% de CO₂. Todos

estos esfuerzos se han complementado con avances en la regulación en Europa con la incorporación de ensayos en condiciones reales de circulación para la medición de las emisiones contaminantes, siendo referencia exclusiva a nivel mundial.

Sin embargo, no sólo es responsabilidad del sector, ya que la mayor proporción de emisiones globales, el 80%, viene de los vehículos más antiguos. La edad media del

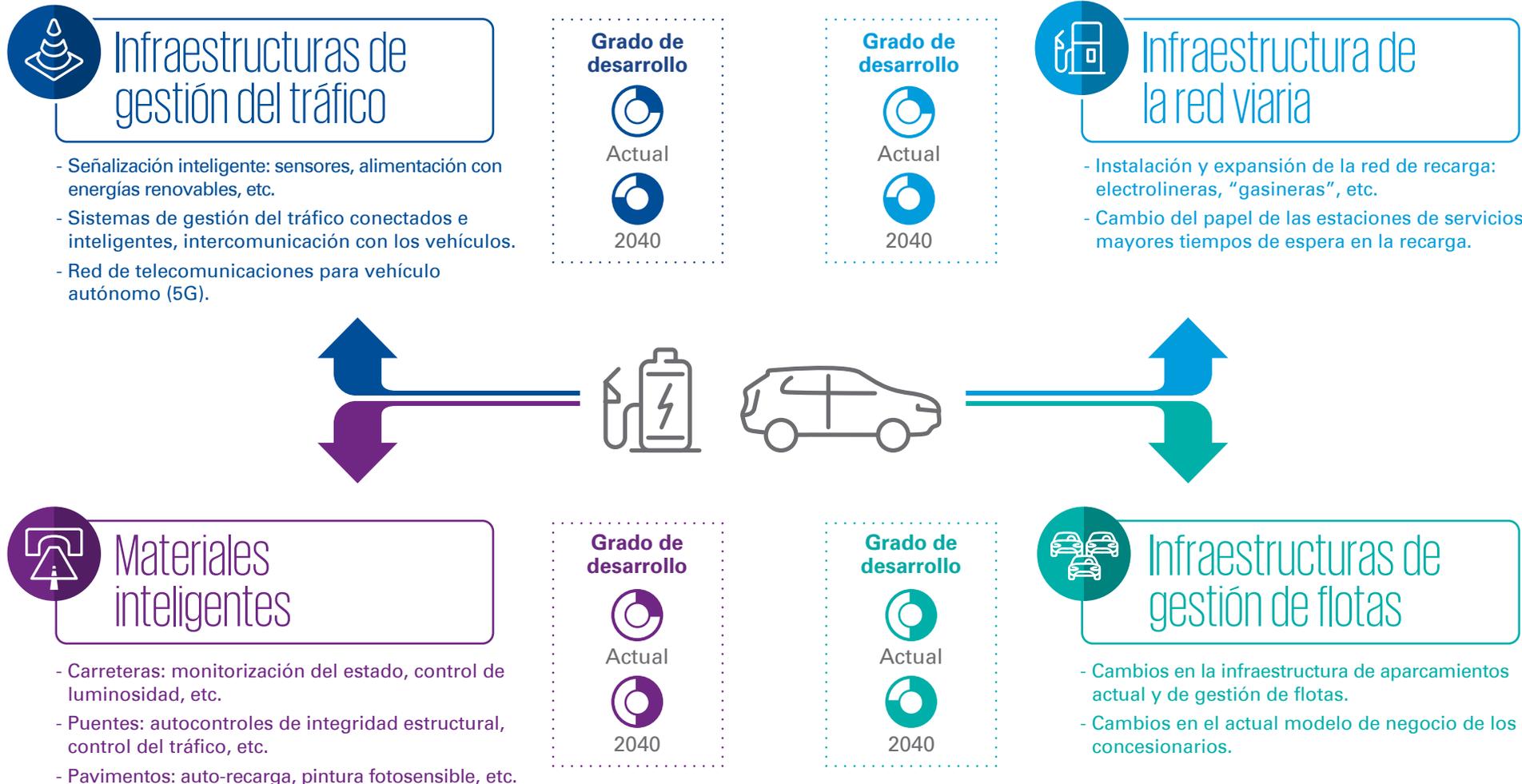
parque de turismos en 2018 es de 12,4 años, uno de los más envejecidos de Europa occidental.

El cambio del mix en el mercado viene también condicionado por la regulación (nacional y de las regiones y ciudades), que podría ser una herramienta útil para avanzar en la renovación del parque y para lograr un mix de vehículos más favorable para el objetivo medioambiental.

2.2.2. Despliegue de infraestructuras

La penetración del nuevo vehículo requerirá la adaptación y el desarrollo de infraestructuras adecuadas

El vehículo Conectado, Autónomo, Compartido y Electrificado requiere un cambio en el concepto de infraestructuras para su desarrollo. En el corto plazo, son necesarios puntos de recarga y el despliegue de telecomunicaciones. Pero en el medio y largo plazo son cuatro los ejes a desarrollar.





Penetración de puntos de recarga

Con unos 5.200 puntos de recarga, en 2018 España tiene una penetración inferior a la media de la UE (4,9 frente a 28,3 puntos de recarga rápida por cada 100km de carretera), donde el 40% se concentran en 4 provincias. De aquí a 2040, para poder responder al futuro parque electrificado, **España precisará multiplicar por 160 el número de puntos de recarga, incorporando más de 830.000 en 20 años.**



Desarrollo de las telecomunicaciones

En un entorno en el que ya existen 75.000 millones de dispositivos conectados en el mundo, el futuro de la red de telecomunicaciones se enfoca hacia el despliegue del 5G. España es uno de los países que cuenta con una de las mejores infraestructuras y tecnología para su despliegue. Sin embargo, en el ránking "Europe 5G readiness index," quedamos relegados a la 17ª posición debido a un marco regulatorio más estricto y a una capacidad de innovación más limitada.

2.2.3. Regulación inteligente

Es necesaria una gobernanza integral que proporcione seguridad jurídica y un marco atractivo a fabricantes, proveedores y usuarios

La atracción de inversiones en el sector del automóvil está íntimamente ligada con la competitividad del sector y la seguridad jurídica y se encuentran condicionadas por las percepciones, tanto de los inversores como de los usuarios. Por ello, la regulación debe crear un marco atractivo para la producción de vehículos y el fortalecimiento del mercado interior, que

mande una señal de apoyo a un sector comprometido con la nueva movilidad.

Uno de los pilares fundamentales para la atracción de inversiones radica en la capacidad de garantizar la seguridad jurídica. Este principio se sustenta esencialmente sobre cuatro rasgos de la regulación:



- La regulación debe ser proactiva y no reactiva para anticiparse a las necesidades de la industria.
- Debe ser una normativa estable y ordenada en el tiempo, que no esté afectada por modificaciones sustanciales en breves lapsos de tiempo. Cualquier otro enfoque que no dé certidumbre a los usuarios y a los inversores tendrá un impacto negativo sobre la demanda y la atracción de inversiones.
- El marco normativo debe ser homogéneo a todos los niveles, desde los municipios hasta Europa, para evitar las desigualdades e impactos negativos generados por normativas diferenciadas, que pueden crear graves ineficiencias para el sector y confusión a los consumidores.
- Ha de ser una regulación simplificada y fácilmente comprensible.

03

Transformación del modelo de negocio

El nuevo ecosistema de movilidad es una red integrada en la que convergen al menos ocho cadenas de valor en torno al usuario. De estos segmentos o cadenas de valor emergen nuevos mercados que requerirán transformar la manera actual de producir y vender, teniendo en cuenta productividad, industria 4.0, relaciones en la cadena de suministro y nuevos perfiles laborales

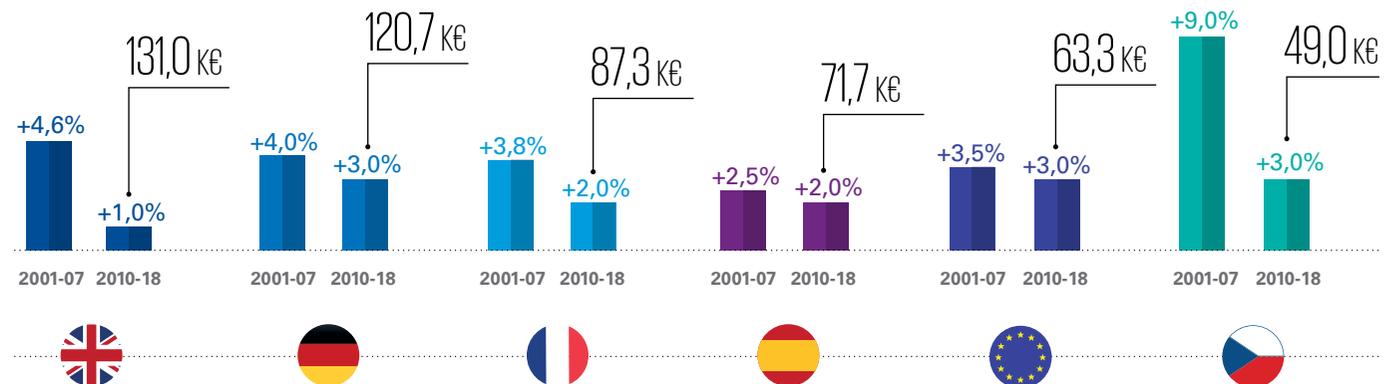
3.1. Productividad

Tanto los OEMs como los sectores colaterales deberán establecer mecanismos para incrementar su productividad

En el periodo comprendido entre 2010-2018 el sector manufacturero español registró el mayor crecimiento en términos de productividad laboral de los países analizados; un 2,8% mientras que la media de la UE fue de un 2% (TCAC 2010-17). Si bien, según datos de

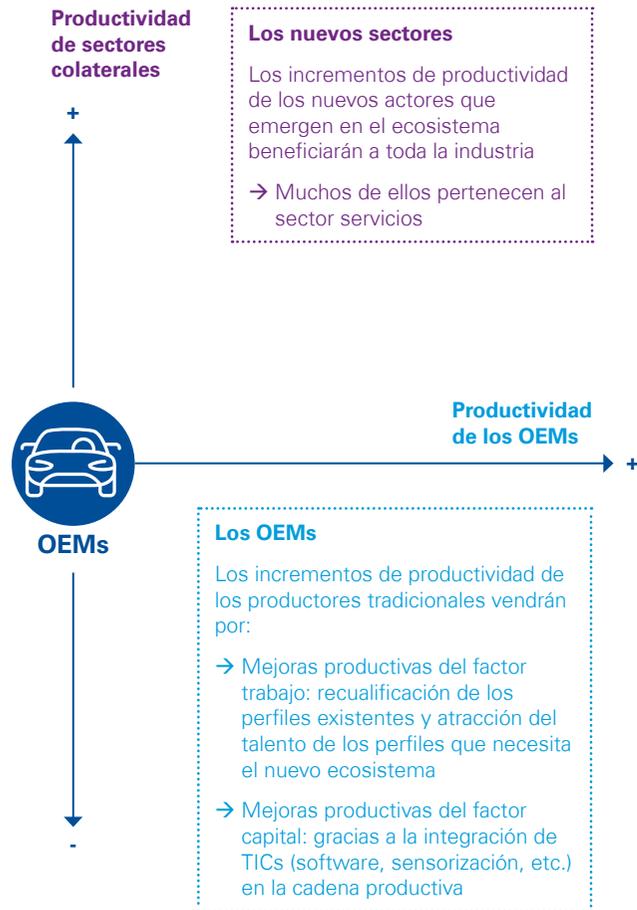
2017, la productividad laboral en el sector automoción se encuentra todavía un 45% por debajo de la de Reino Unido, un 41% por debajo de la de Alemania y 18% por debajo de la francesa.

Crecimiento de la productividad laboral en el sector manufacturero (2010-2018, % TCAC) y productividad laboral en el sector automoción (2017, valor añadido/empleado, K€)



Fuente: Base de datos de Productividad de la OCDE. Febrero 2018

Es necesario rediseñar el modelo productivo para que los factores puedan aportar calidad, innovación y se ajusten a las necesidades del nuevo ecosistema. La productividad en el futuro se debe articular en torno a dos ejes:



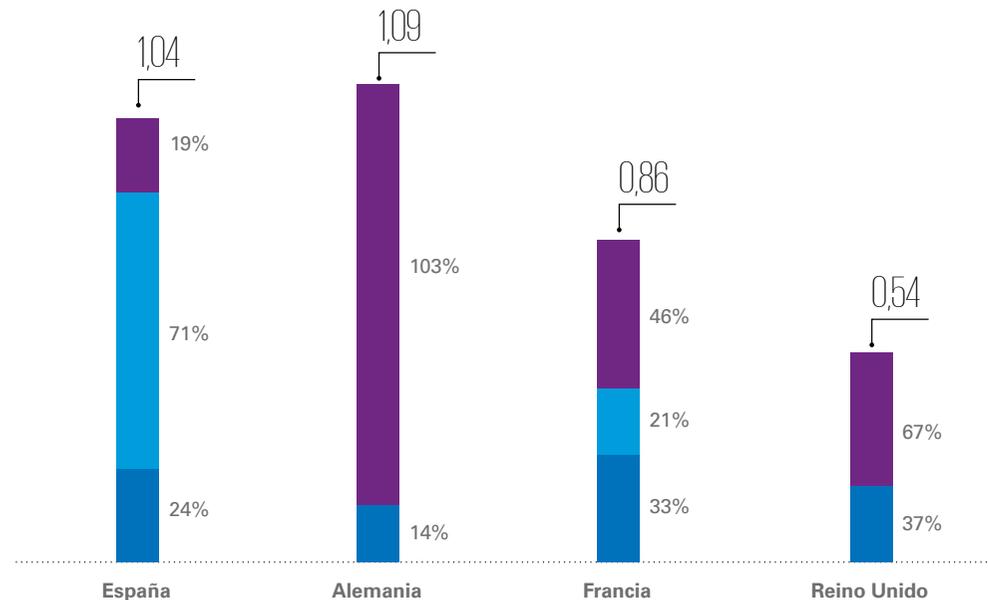
La tasa de crecimiento de la productividad en la industria manufacturera ha sido más del doble que la del sector servicios: 2,8% y 1,1% respectivamente (TCAC 2010-2017).

Pero, para el futuro panorama de movilidad, donde el valor se sustenta en los servicios en torno a un activo, las actividades ligadas a los servicios (transporte, información y comunicación, finanzas y seguros, etc.) se convierten en esenciales. Por eso, las mayores mejoras vendrán de fuera de la fábrica, como fruto de la incorporación de las

tecnologías tanto upstream como downstream.

Además, es preciso un cambio en las fuentes del crecimiento de la productividad. Tradicionalmente, España se ha apoyado en inversiones de capital (no TIC) para impulsar las mejoras en la productividad, y éstas son poco sostenibles en el tiempo al estar condicionadas por la curva de madurez tecnológica. De cara a futuro, debe apostar por el capital TIC (software, herramientas informáticas, etc.) y en la eficiencia de la productividad total de los factores (PTF).

Fuentes de crecimiento de la productividad laboral total 2010-2017 (%)

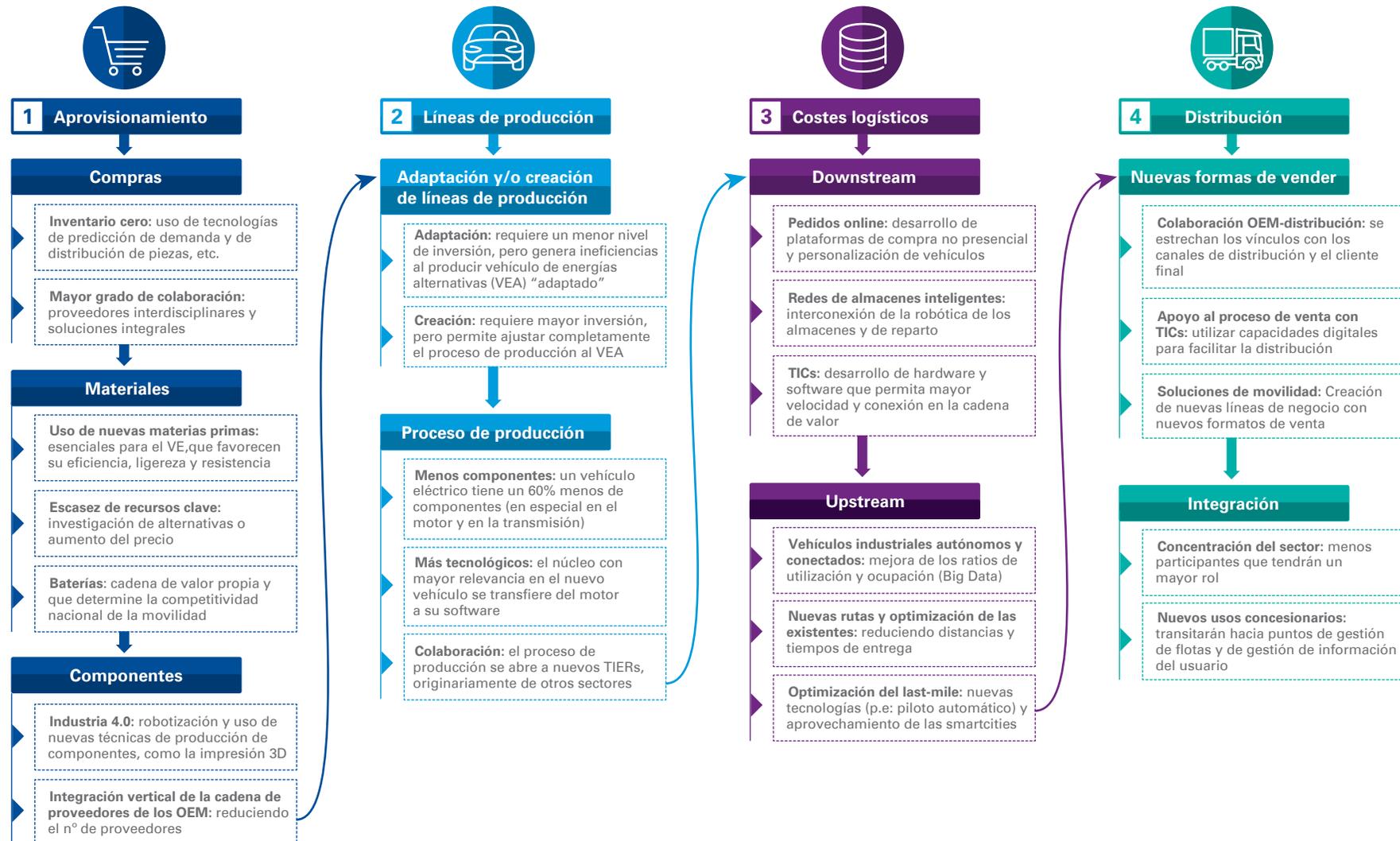


Fuente: Base de datos de Productividad de la OCDE. Febrero 2018

● Capital TIC ● Capital no TIC ● PTF

3.2. Relaciones a lo largo de toda la cadena de suministro

La cadena de suministro se debe transformar mediante la aplicación de la industria 4.0, una mayor integración, digitalización y conectividad, y con el apoyo y el impulso de la Administración Pública



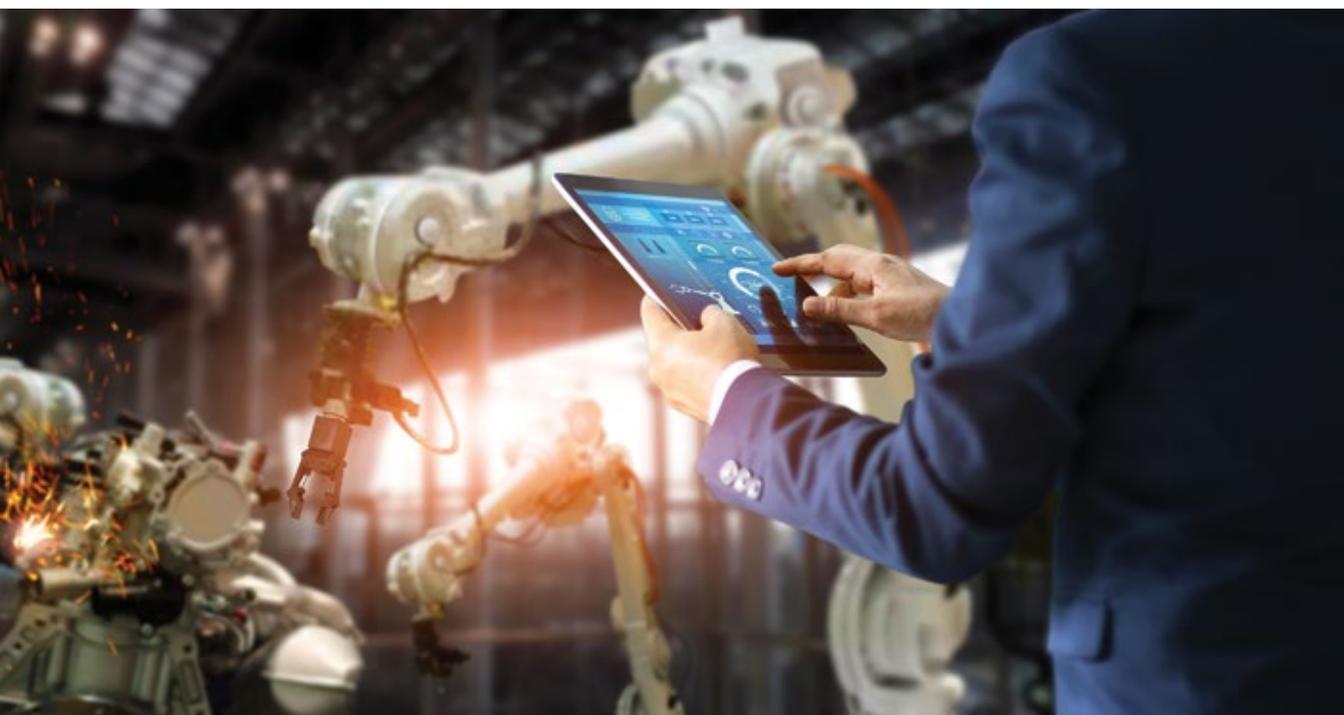
3.3. Nuevos perfiles laborales

Para que la industria española de automoción mantenga su competitividad, deberá ser capaz de generar, atraer y retener talento

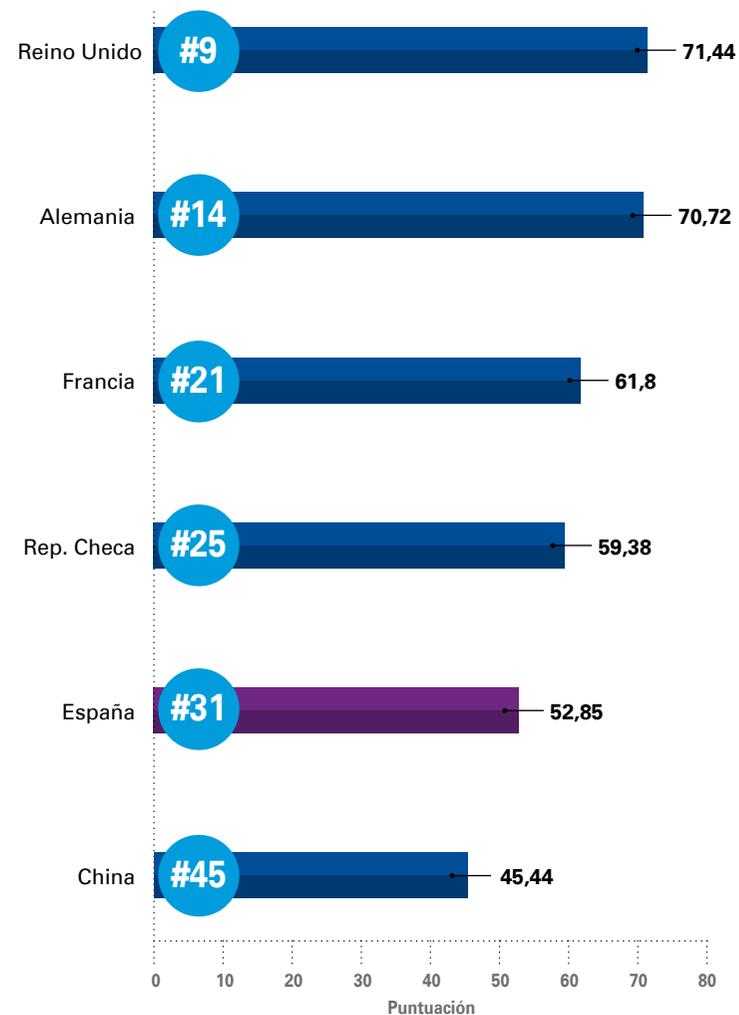
La industria de automoción requiere una mayor especialización, profesionalización y atracción de talento.

España se coloca en el puesto 31º en el ranking mundial de talento y número 20º a nivel europeo. Por capital humano se entiende accesibilidad, atracción, retención, crecimiento que se ofrece a las personas, capacidades y vocaciones técnicas del sistema, conocimiento, etc.

A fin de conseguir atraer el talento, la ocupación y el sistema formativo español deben estar alineados. Las competencias, intereses y expectativas del capital humano y las necesidades de las empresas deben coincidir. Invertir en talento es una apuesta para el futuro con efectos positivos no sólo para el sector, sino para toda la economía.

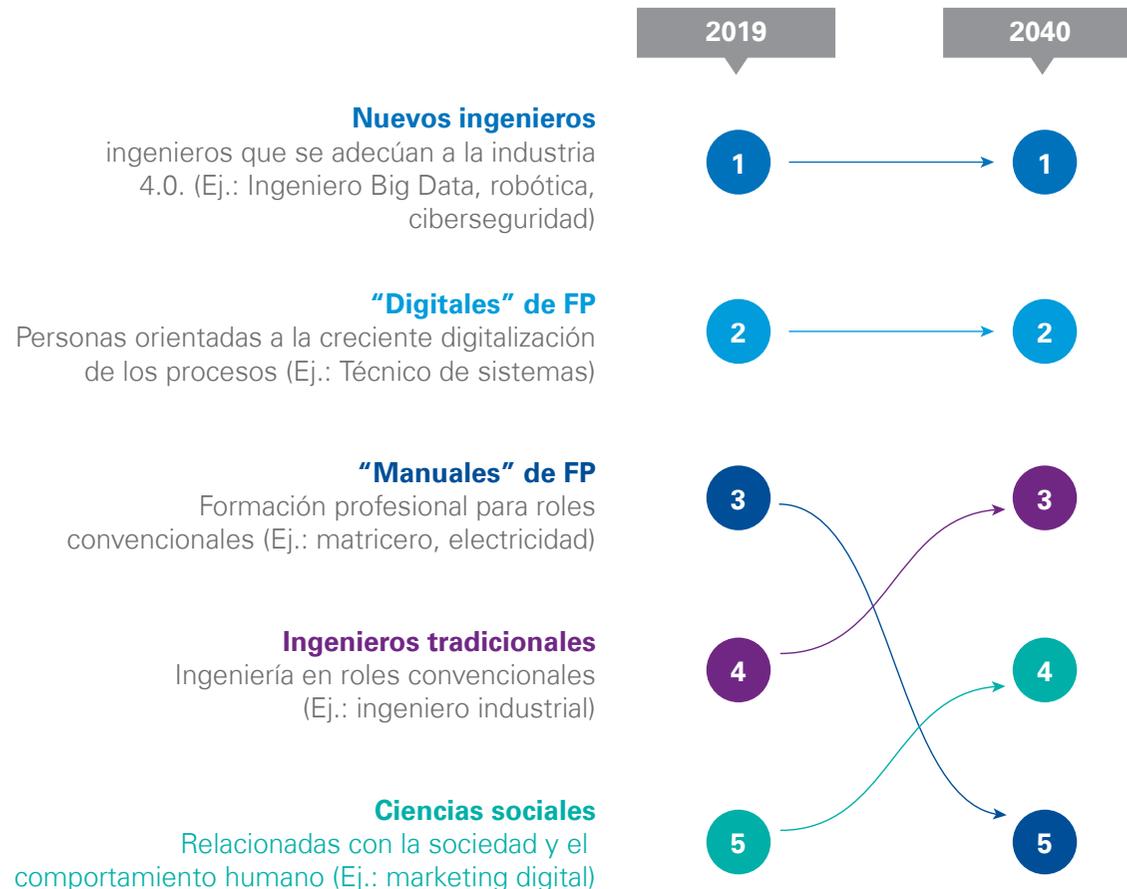


Ranking mundial y puntuación a nivel de talento



Fuente: The Globakl Talent Competitiveness Index, 2019

Perfiles profesionales más atractivos para la industria



Corto Plazo

- Necesidades inmediatas de formación (recualificación) para la adaptación de las competencias a las nuevas tecnologías.
- Impulso de una mayor adecuación del sistema educativo y de empleo a las necesidades de los OEMs.
- Homogeneización de contenidos mínimos de la formación de perfiles recurrentes del sector.
- Apoyar el desarrollo de la formación profesional dual.

Medio Plazo

- Contratación de nuevos perfiles para mantener la posición competitiva de la industria, especializados en nuevos avances tecnológicos y regulatorios con nuevas titulaciones oficiales, así como en los diferentes cambios del ecosistema industrial.
- Creación de ecosistema empresa-administración-escuelas y universidades con entornos de aprendizaje abiertos (hubs).

Largo Plazo

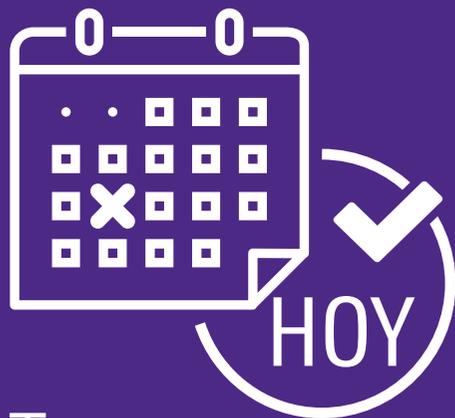
- Ocupaciones emergentes que actualmente ni se demandan ni existen, y que es necesario prever para generar un ecosistema de formación de la Administración alineado con las necesidades de la industria de automoción.

Fuente: Encuesta Perspectivas de futuro de la automoción (OEMs, asociaciones de automoción, empresas de sectores colaterales) 2019, KPMG

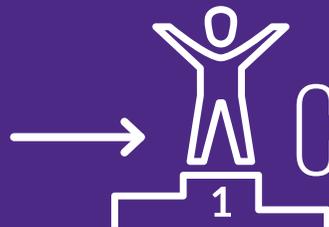


Hoja de ruta para el 2040

De las decisiones que se tomen hoy dependerá la competitividad y sostenibilidad de la industria de automoción española



Tomar
decisiones



Competitividad



Sostenibilidad

4.1. Objetivos estratégicos

Los fabricantes de vehículos tendrán que competir de forma directa a partir de ahora no solo con competidores tradicionales, sino también con nuevas empresas, y con aquellos agentes provenientes de sectores que tradicionalmente habían sido considerados como colaterales o estaban integrados en otras fases de la cadena de valor tradicional.

La ventana de oportunidad para avanzar y posicionarse en el futuro ecosistema es pequeña y hay que moverse rápido para asegurar alianzas estratégicas que redunden en una beneficiosa reestructuración de los modelos de negocio, de operaciones y financieros.

Habrà que tomar decisiones en condiciones de incertidumbre y minimizando la posible aversión al riesgo. Aunque la forma del futuro ecosistema

de movilidad está aún por definir, este proceso de transformación ya está teniendo lugar.

Aquellos competidores que generen una mayor capacidad de comprensión del impacto y del tiempo de la disrupción serán los que se encuentren en una mejor posición para aprovechar las nuevas oportunidades que irán surgiendo en el mercado. Para ello, la rapidez y capacidad de colaboración y de adaptación de los modelos operativos y de negocio se erigen como elementos vitales para el éxito futuro.

Para poder seguir jugando un papel relevante en el contexto internacional, es imprescindible un marco que ayude a la industria a potenciar sus fortalezas y a diseñar estrategias apropiadas para superar los desafíos que se atisban en el horizonte.

Mantener la posición competitiva de la industria española de automoción

Punto de partida [o]

Hasta 2025 >>>

Hasta 2030 >>>

Hasta 2040 >>>

Unificar los mensajes de todos los sectores y agentes involucrados

Continuar atrayendo inversiones

Lograr la adecuación del mix productivo a la demanda

Hacer efectivo el despliegue del ecosistema español de movilidad

Descripción del objetivo actual:

- Lanzar una visión integrada como sector sobre las necesidades en el futuro más próximo y más lejano para mantener la posición competitiva
- Dirigir los mensajes a fin de que se establezcan las condiciones necesarias para el desarrollo futuro del sector
- Rentabilizar los activos existentes
- Establecer un marco regulatorio estable y homogéneo que dé seguridad jurídica a fabricantes y usuarios

Descripción del objetivo a c/p:

- Ganar productividad para generar mayor valor añadido
- Atraer actividades ligadas a la innovación
- Atraer inversiones para la fabricación de vehículos de bajas emisiones y en particular del vehículo alternativo

Descripción del objetivo a m/p:

- Adoptar nuevos modelos de negocio
- Potenciar los nodos del ecosistema en los que somos competitivos
- Ocupar un puesto diferenciado en los nichos de mercado que irán apareciendo

Descripción del objetivo a l/p:

- Digitalizar la forma de producir y vender movilidad
- Convertirse en gestores de información
- Capturar valor dentro del ecosistema de movilidad

4.2. Potencial económico de la transformación

El futuro ecosistema de movilidad provocará cambios en la generación de valor en torno al vehículo

La movilidad, y el ecosistema que es necesario para su despliegue, van a generar una de las disrupciones de valor más importantes de la historia de la industria. Del nuevo ecosistema emergen nuevos mercados y nuevos nichos por ocupar, donde compiten OEMs, empresas de telecomunicaciones, energéticas y de *utilities*, tecnológicas y de sistemas de información e incluso *start ups*.

Actualmente, la industria de la fabricación de vehículos en España tiene un valor estimado de 64.600 millones de euros, si bien de cara al 2040, se prevé que formará parte de un mercado global en el que aparecerán nuevos negocios, que conjuntamente formarán un mercado potencial en España que en términos de facturación sea de más de 310.000 millones de euros.

La industria se enfrenta a la reducción de los mercados tradicionales y al surgimiento y aceleración de otros nuevos. En consecuencia, si la industria española de automoción sabe jugar sus cartas y construir ventajas competitivas el factor potencial de ingresos a futuro crecería exponencialmente.

De los nuevos mercados y nichos, aquellos que resultarán más atractivos son los de la fabricación de componentes ligados a la distribución de energía (incluyendo las baterías), así como los de componentes de software y la gestión de datos; que según las estimaciones de la Asociación Europea de Proveedores de Automoción (CLEPA) señalan que representarán casi el 50% del valor del vehículo en 2040. Por último, también destacan los servicios ligados a la movilidad.

Del mismo modo, la evolución de la rentabilidad esperada cambiará, incrementando aquellos mercados donde el capital humano y la tecnología sean más predominantes en el proceso productivo y en los de prestación de servicios.

Esta situación, concluye en que los beneficios brutos (antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) más importantes de la "industria de movilidad" son los ligados al software y al valor añadido del nuevo vehículo conectado, autónomo, de servicios y electrificado.

En 2040 un mercado cuyo valor potencial será más de 310.000 millones de euros, significa un aporte real que se trasladará en un impacto equivalente en términos de Valor Añadido Bruto de entre 93.300 y 178.800 millones de euros para toda la economía nacional como consecuencia del efecto de arrastre que tienen los distintos sectores que formarán parte de la industria sostenible de la movilidad. Así, por ejemplo, los 67.800 millones de euros que facturará la industria de fabricantes de vehículos tendrá un aporte directo e indirecto para la economía de entre 3.000 y 5.000 millones brutos.

Este incremento en el PIB nacional tendrá un efecto positivo en el empleo, donde se crearán entre 860.000 y 1,4 millones de puestos de trabajo.

En consecuencia, la movilidad se erige como uno de los principales motores económicos de un tejido productivo digitalizado, de alto valor añadido y altamente productivo que contribuirá a la transformación del tejido empresarial español basado en el capital humano y en la innovación.



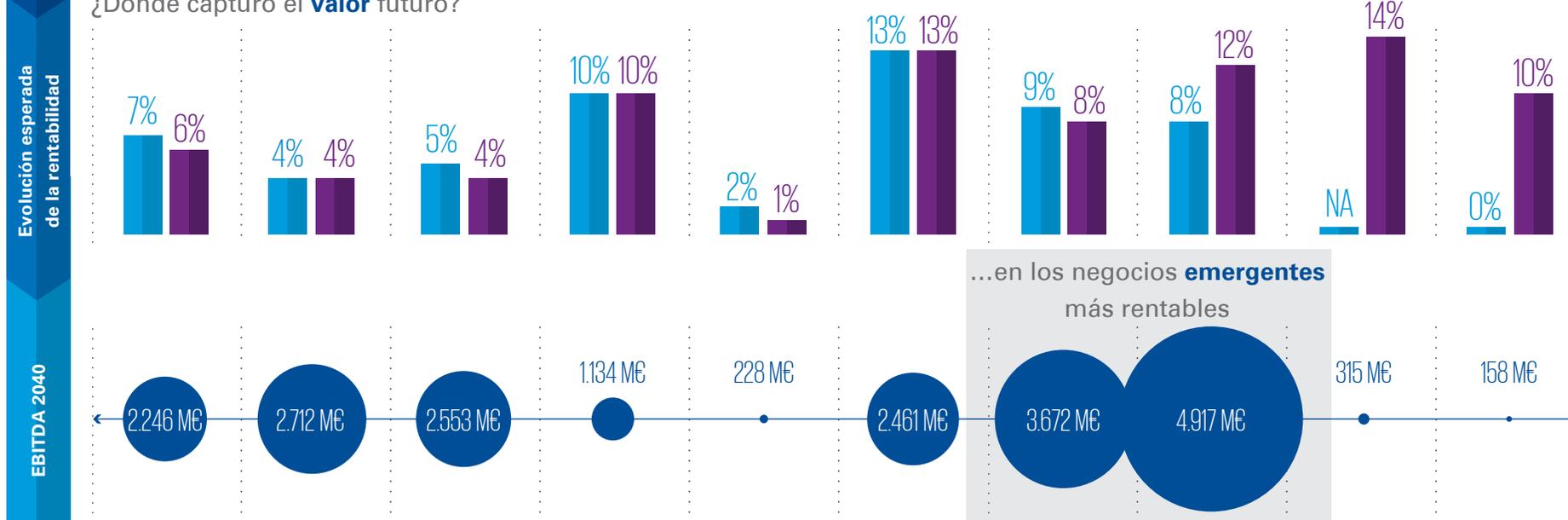
Evolución esperada del volumen de negocio y la rentabilidad por segmento de la movilidad en España

Una industria que tiene un valor de negocio actual de **210.000 millones de euros...**

Mercado potencial hoy vs. 2040	Componentes tradicionales	Fabricación de vehículos	Comercialización	Mantenimiento/ reparaciones	Segmento segunda mano	Servicios financieros/ seguros	Componentes nuevos	Componentes de software	Gestión de datos/ conectividad	Movilidad a demanda
	36.000 M€	64.600 M€	59.660 M€	10.219 M€	23.800 M€	13.815 M€	1.836 M€	819 M€	90 M€	21 M€
	+4%	+4%	+7%	+11%	-4%	+37%	x25	x50	x25	x75
	37.440 M€	67.800 M€	63.836 M€	11.343 M€	22.848 M€	18.927 M€	45.900 M€	40.972 M€	2.250 M€	1.575 M€

...pasará a formar parte de un mercado potencial de **más de 310.000 millones en 2040.**

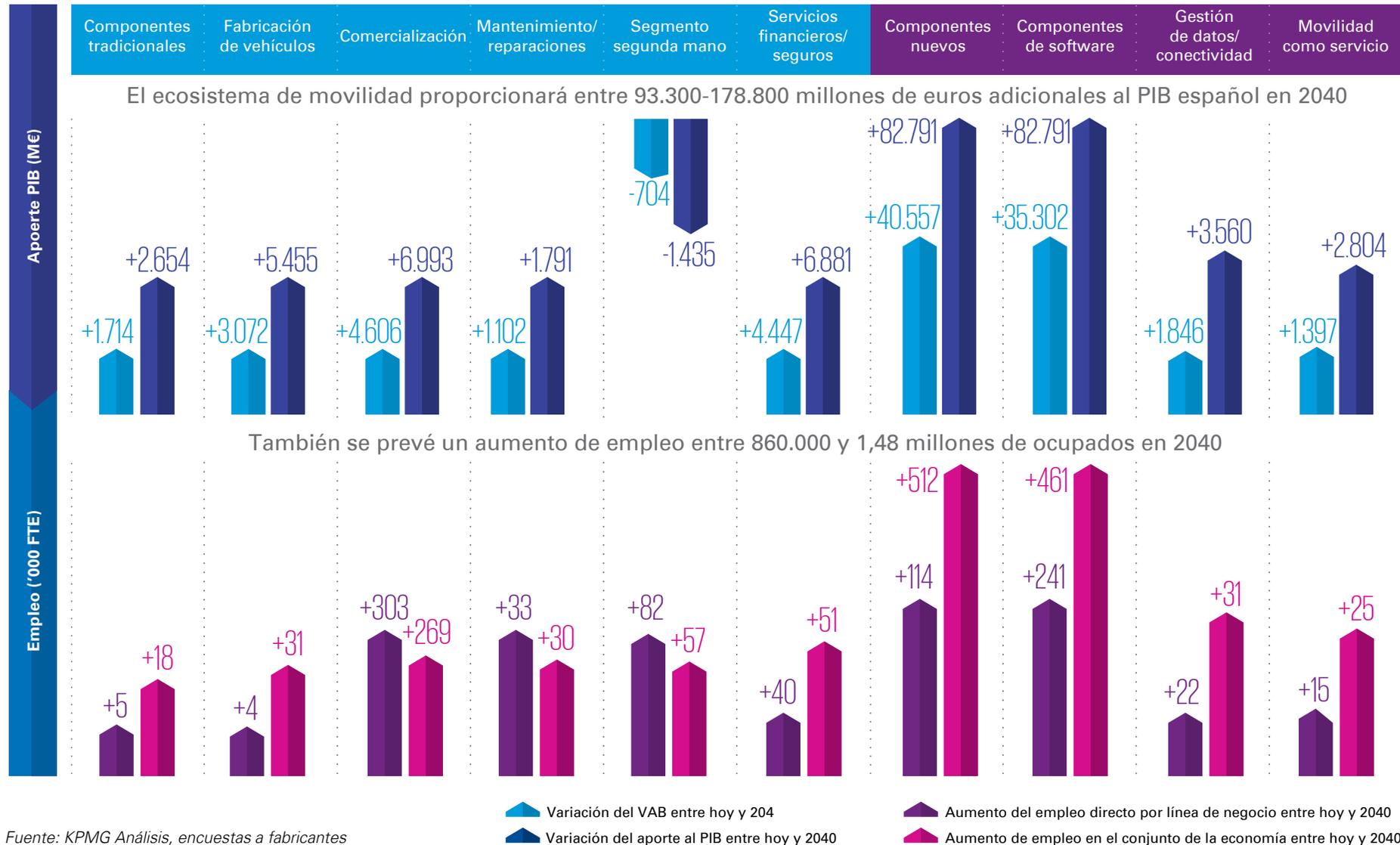
¿Dónde capturo el **valor** futuro?



Fuente: KPMG Análisis, encuestas a fabricantes

▲ Aumento de mercado entre hoy y 2040 ■ Rentabilidad hoy ■ Rentabilidad 2040 ● Beneficio esperado en 2040

Aporte adicional a la economía en términos de PIB y empleo por segmento de la movilidad en España entre hoy y 2040



Fuente: KPMG Análisis, encuestas a fabricantes

4.3. ¿Cuánto cuesta la transformación?

Se estima que la inversión necesaria para hacer realidad el ecosistema español de movilidad asciende a los 54.000 millones de euros

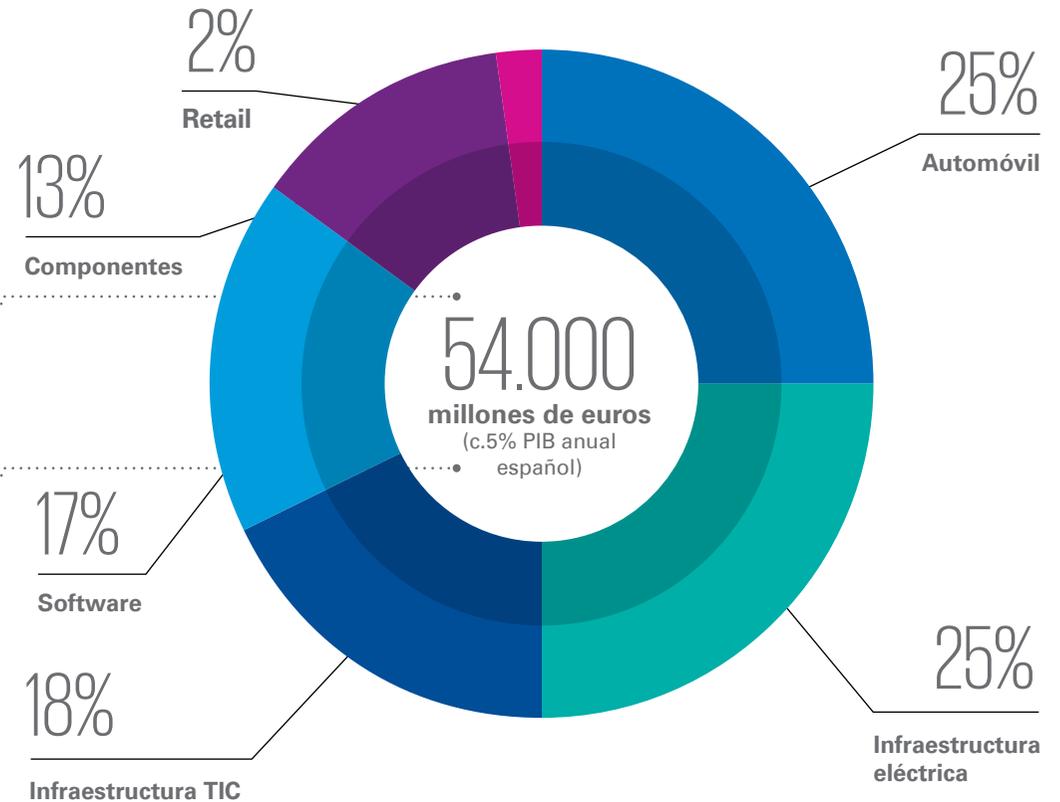
El nivel de inversión descrito sólo hace referencia a las inversiones necesarias en CAPEX, esto es: infraestructuras, bienes de equipo, tecnología, etc., que deberían ser asumidas por todos los agentes del ecosistema de movilidad con apoyo de la Administración.

Sin perjuicio de estas inversiones, se hacen igualmente necesarios una serie de gastos operativos para la transformación, como por ejemplo: gastos en formación y recualificación del capital humano, gastos en el desarrollo de tecnología de conducción autónoma y de producción de baterías, el derivado del cambio del parque de vehículos, etc.

54.000 millones de euros representan un 5% del PIB anual, mientras que el coste de no actuar, provocaría pérdidas recurrentes de un 2% del PIB anual **cada año**.

Igualmente se estaría renunciando a un mercado que se estima que alcanzará **c.300.000 millones de euros en 2040**.

Inversiones necesarias en CAPEX para la transformación del ecosistema de movilidad según categoría



4.4. ¿Cuál es el riesgo de no hacer nada?

No hacer nada tendría severas consecuencias estructurales sobre el conjunto de la economía española

No hacer nada no resulta una opción viable: no solo acarrearía severas consecuencias para los OEMs, sino también para el conjunto de la economía española y con carácter estructural.

Para poder cumplir con las exigencias de la normativa medioambiental europea el mercado debe alcanzar

una cuota de penetración de al menos el 35% de vehículo electrificado. Si España no es capaz de atraer inversiones suficientes para la fabricación de vehículos electrificados perderá presencia en el mercado europeo, traduciéndose en un recorte de su producción de 700.000 vehículos al año. Esto es, el equivalente a un 22% de la producción total de vehículos en 2018.

La falta de actuación provocaría una serie de costes recurrentes de efectos permanentes y de difícil reversión

Pérdida de:



2% del PIB nacional

→ 21.165 millones de euros

Debido a la disminución de la producción de vehículos, disminuiría la facturación de la industria del automóvil. Este efecto, al que se añade el efecto de arrastre en otros sectores económicos, produciría un **impacto en el PIB español comparable con la crisis del año 2011.**



8% del empleo de la industria manufacturera

→ Cerca de 194.000 puestos de trabajo

Del mismo modo, una disminución de la producción impactaría en el empleo de manera directa, pero también de manera indirecta en otros sectores de la economía; este efecto implicaría una **disminución del empleo del 7,9%.**



25% del saldo de la balanza comercial del sector

→ Cerca de 2.420 millones de euros anuales

Fruto de una situación en la que se haría más necesario importar vehículos y en la que se reducirían las exportaciones, se produciría en España un impacto negativo en el saldo de la balanza comercial, **reduciéndose el saldo positivo de los últimos años en una cuarta parte.**

Fuente: Cálculo KPMG con datos de ANFAC

4.5. Hoja de ruta 2040

Un marco estratégico para la coordinación de la industria y hacer posible la transformación

Un marco de actuación que debe servir para reorientar los esfuerzos de todo un sector y centrar el foco sobre aquellas palancas que realmente contribuirán al mantenimiento de la competitividad de la industria y a la transformación hacia el ecosistema de movilidad.

Este esquema se presenta en cuatro momentos temporales para avanzar en una transición ordenada con el propósito de responder a la necesidad de racionalizar esfuerzos, recursos y capacidades de la industria que permitirán mantener la posición competitiva de nuestro país.

La Administración, a todos sus niveles, debe acompañar a la industria para hacer posible este camino y serán seis los pilares que deben generar el ecosistema necesario para su desarrollo centrados en: (1) la industria y las empresas, (2) el medioambiente y la energía, (3) la movilidad, (4) las personas, (5) el vehículo y (6) la colaboración público-privada.



Visión global: mantener la posición competitiva de la industria española de automoción

Punto de partida [o]

Hasta 2025 >>>

Hasta 2030 >>>

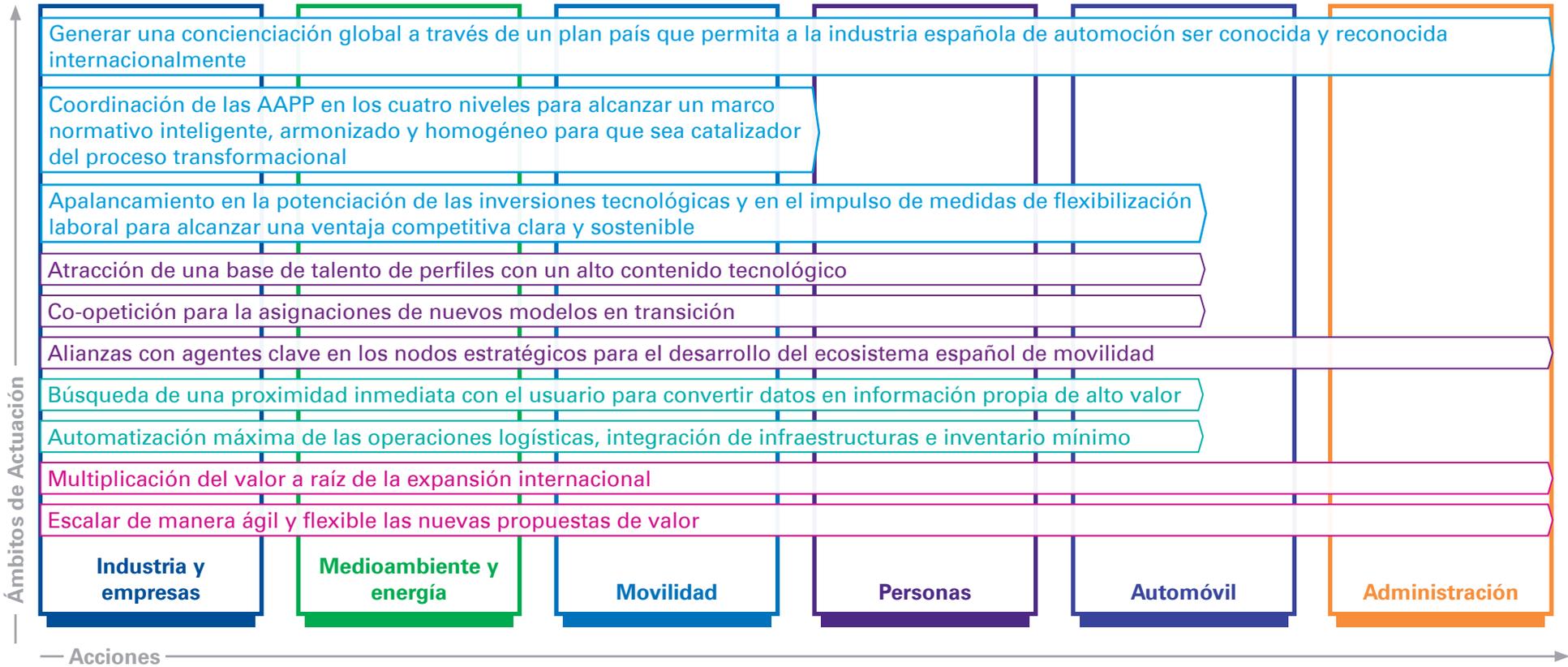
Hasta 2040 >>>

Unificar los mensajes de todos los sectores y agentes involucrados

Continuar atrayendo inversiones

Lograr la adecuación del mix productivo a la demanda

Hacer efectivo el despliegue del ecosistema español de movilidad



4.5.1. Plan de transformación: Top 10 acciones para el cambio

Todos los sectores involucrados en el nuevo ecosistema de la movilidad, incluyendo la administración, participan en las acciones que se señalan para hacer de la transformación del sector un éxito de este proyecto de país.

1

Generación de una concienciación global que permita a la industria española de automoción ser conocida y reconocida internacionalmente

La transformación de la industria de automoción debe de ir acompañada de un plan de comunicación que involucre a todos los intervinientes en el ecosistema de la movilidad. Generar una **concienciación social** de la importancia de esta industria provocará un impacto sobre las casas matrices, sobre el agente regulador y sobre el consumo, que contribuirá a dotar de la velocidad necesaria al proceso de transformación. El sector del automóvil supone el 10% del PIB, el 18% de las exportaciones, el 9% del empleo y el 15% de la recaudación fiscal del país.

Las decisiones de inversión **se encuentran condicionadas por las percepciones.** Por eso, desde ahora, la industria española de automoción debe trabajar para **coordinar los mensajes que se lanzan en todas las direcciones** e involucrar al resto de actores que formarán parte integral del ecosistema de movilidad, **esto incluye a la Administración Pública en todos sus niveles, y a todas las cadenas de valor que permitirán generar un negocio de 300.000 millones de euros en el futuro.**

2

Coordinación de las Administraciones Públicas en los cuatro niveles para alcanzar un marco normativo inteligente, armonizado y homogéneo para que sea catalizador del proceso transformacional y no un limitante

Mantener la competitividad de la industria española de automoción depende, en gran medida, de la **estabilidad del marco regulatorio** en el que opera, tanto a nivel nacional como europeo. A este respecto, las dinámicas competitivas se determinan a nivel global y la generación de valor buscará aquellos entornos en los que la **regulación sea estable, homogénea y fomente el entorno de inversión.**

Avanzar en este campo requiere la construcción de una **gobernanza integral** que sea un **paraguas multidisciplinar** para todo el ecosistema de automoción y fomente la multi-sectorialidad.

Se pone de manifiesto la importancia que tiene la movilidad para el crecimiento económico y el desarrollo social en España, por eso, es preciso adaptar el marco administrativo hacia una **homogeneización nacional, autonómica y local** de este nuevo concepto entendido como la interoperatividad de los nuevos modos, medios y usos en la movilidad de personas y el reparto de mercancías. Debe promoverse **un marco regulatorio acotado y ad-hoc que permita el desarrollo de nuevas formas de movilidad.**

Es necesario plantearse la centralización de algunas políticas de ayudas para el desarrollo del mercado de cero emisiones y sus infraestructuras, la renovación del parque y los incentivos a la inversión productiva. La fragmentación de estas ayudas resta efectividad a las medidas y redundante en mayores costes de gestión.

3

Potenciación de las inversiones tecnológicas y en el impulso de medidas de flexibilización laboral para alcanzar una ventaja competitiva clara y sostenible frente a nuestros competidores

- La **transformación de la industria española de automoción** hacia el ecosistema de movilidad debe apalancarse en la **potenciación de sus fortalezas**, mejorando la posición competitiva internacional. En este sentido, uno de los principales compromisos que adquiere el sector es la **generación de mayor valor añadido**. Debe aprovecharse que, a día de hoy, la industria española de automoción es un 85% más innovadora que la media nacional.
- La sostenibilidad futura, tal y cómo se ha analizado, depende de dos factores clave: **productividad y flexibilidad**. En productividad, la industria española del automóvil crece más que la media europea pero menos que los principales países de la EU5 que apuestan mucho más por el capital TIC. Todas las acciones de **eficiencia operativa** de la industria deben apalancarse en torno a estos dos ejes y **articular una política industrial** que se sustente en estas dos palancas.
- Por ello, es necesario:
 1. Impulsar las inversiones para la adecuación de las líneas de montaje a procesos innovadores y adaptados a la fabricación de vehículos alternativos.
 2. **Fortalecer las condiciones de apoyo a las inversiones tecnológicas y la potenciación de las actuaciones encaminadas a la digitalización** para la adaptación a la fabricación de vehículos conectados, autónomos, compartidos y electrificados y sus componentes.
 3. **Un impulso decidido a la aplicación de tecnologías de industria 4.0** en procesos de fabricación y de logística. A partir de ahora los crecimientos en productividad tienen que tener como fuente de crecimiento el capital tecnológico.
- Como segundo eje, se propone, en un entorno de entendimiento entre los agentes sociales, mantener la **flexibilidad laboral** que ha diferenciado a esta industria frente a la de otros países, incluidos los emergentes que ya hoy por hoy suponen una amenaza para la deslocalización. Así, **sin poner en riesgo los costes laborales**, es preciso contribuir a la generación de empleo industrial articulando medidas flexibles, individuales y colectivas, en los que las **modalidades de contratación actuales** sean capaces de responder de forma ágil y eficaz a la nueva **organización de los trabajos**, a los **ciclos industriales más acelerados**, a los **nuevos perfiles** que requieren puestos móviles, a distancia, rotaciones y asignaciones.

4

Atracción de una base de talento de perfiles con un alto contenido tecnológico

- Todavía no se conocen los perfiles y los puestos de trabajo del futuro, pero sí se conoce la transformación que hoy en día se está experimentando en la forma de trabajar mediante la digitalización e irrupción de la industria 4.0.
- La adopción de la producción del vehículo del futuro, así como la existencia de nuevos modelos de negocio, provocarán que la **competitividad del mañana se construya sobre capital humano**. Los sectores que experimentarán un mayor crecimiento de sus beneficios son los ligados al software y a la gestión de información.
- La industria española de automoción debe trabajar en **atraer talento cualificado y con un grado elevado de conocimiento tecnológico**. Se debe promover la **colaboración público – privada** con el fin de integrar el sistema educativo en la empresa y crear un entorno atractivo para la contratación de estos perfiles por parte de la empresa. España está en la posición 31 del ranking mundial a nivel de talento y debemos mejorar.
- **Es necesaria una integración del sistema educativo y la empresa**, con especial interés en la Formación Profesional y Universitaria. Las empresas deben ser **participes del diseño de programas formativos** y promover que la formación específica se haga dentro del ecosistema. Con ello se lograría la **cohesión y actualización de los planes de enseñanza**, para ofrecer al mercado los nuevos perfiles profesionales que demanda la industria (más técnicos y tecnológicos).
- Además, es necesario **crear un marco fiscal favorable** que favorezca la intensificación de la necesaria formación de las empresas, en el nuevo entorno, que promueva la captación y retención de talento, para crear un hub de tecnólogos en España y que también contribuya a la mejora del sistema de formación continua para su adaptación y recualificación.

5

Aumento de eficiencia en la producción para las asignaciones de nuevos modelos

Una de las principales **fortalezas** de la industria española de automoción es el **número de plantas existentes**, así como su **capacidad instalada**, unida a la **flexibilidad** que ha demostrado en los últimos años para **reconvertirse y actualizarse**. Aprovechar estas ventajas, unido al hecho de contar con un sólido tejido empresarial de proveedores que permite obtener uno de los mejores **índices de aprovisionamiento** de la industria europea (que representa más del 75% del valor del vehículo), sienta las bases para que cada fabricante pueda ofrecer una **imagen competitiva y competente** a las diferentes casas matrices para lograr la asignación de nuevos modelos.

Además, si todo el **ecosistema español de movilidad alinea sus mensajes** y hace visible el sector en el exterior, **generará confianza en las casas matrices**. Promoviendo esta situación, España cuenta con ventajas competitivas frente a otros países al poder convertirse en un **país especializado**, primero en **vehículos híbridos** (GLP, GNC, enchufables, etc.) constituyéndose como el mejor camino para la reconversión industrial y apoyándose en las plataformas y *know-how* actual, para así en una segunda oleada empezar a **captar vehículos electrificados, autónomos, compartidos y conectados que nos permitan un mix competitivo en 2030**.

Este **modelo de transición** de reconversión de la industria española de automoción debe sustentarse en **acciones de co-petición (cooperar y competir al mismo tiempo) entre las plantas** radicadas en España, para generar **economías de escala** que contribuyan a **agregar capacidades** y conseguir una transformación más acelerada. De este periodo estratégico de transición deben ser coparticipes empresas de la vasta **red de proveedores española para avanzar en el desarrollo tecnológico y de cadenas de suministro conectadas**.

Para apalancarse en este **modelo de transición** que contribuya a la búsqueda reconversión industrial, es necesario que se **apoye y potencie la posición de España** en la **cadena de valor global de baterías**. Es de vital importancia ocupar una **posición diferenciada** en aquellos huecos en los que se pueden crear **ventajas competitivas sostenibles**, especialmente en la producción de la **caja de la batería** o de los **sistemas de gestión que acerquen la producción de estos elementos a la fábrica para reducir costes logísticos**. En ambos segmentos España cuenta con empresas globales líderes que pueden **impulsar la apertura de este hueco de mercado** pero requieren de apoyo multilateral.

6

Construcción de alianzas estratégicas con agentes clave en los nodos definidos como estratégicos para el desarrollo del ecosistema español de movilidad robusto

Con el objetivo de constituir un **ecosistema robusto** se debe trabajar cuanto antes en la definición de un modelo de movilidad en nuestro país que fomente la **construcción/ conformación de relaciones** en torno a los nodos que mayor desarrollo ofrecen dentro del **ecosistema español de movilidad** y aquellos que permitan una **mejor captura de valor en los nuevos negocios** que surgen fuera de la cadena de valor tradicional de la industria,

España puede ofrecer a las casas matrices y al conjunto del ecosistema de la movilidad europea claras ventajas para conseguir el desarrollo en tiempo y forma deseados. España cuenta con importantes empresas de los **sectores financieros, telecomunicaciones e infraestructuras** que son líderes globales en sus sectores. En consecuencia, el futuro ecosistema español de movilidad deberá ser pionero en nodos tan importantes como **fintech asociadas a la movilidad**, gestión de infraestructuras de **telecomunicaciones**, servicios de **movilidad ligados al turismo**, innovaciones en **smartcities**, en la construcción de **infraestructuras de transporte** y de accesibilidad, etc.

Estas **nuevas áreas de negocio**, que son diferenciales con respecto al conjunto de países de Europa, podría dotar de **nuevos factores de competitividad a las casas matrices** si a través de sus filiales nacionales articulan alianzas globales. Este desarrollo se materializará a medida que se den forma a los **nuevos modelos de negocio** que permitan alcanzar grados de madurez relevantes y rentabilizar la posición en el futuro ecosistema.

España debe tomar un papel de liderazgo para posicionarse en el segmento de las baterías, teniendo en cuenta la potencia de España como fabricante de vehículos y de componentes a nivel global.

7

Búsqueda de una proximidad inmediata con el usuario para convertir datos en información propia de alto valor

- A medida que el ecosistema de movilidad vaya madurando **cobrará más relevancia estar cerca del usuario, mantener un diálogo** con él y **recabar datos** que permitan generar nuevos servicios de su interés. Se estima que los negocios del automóvil relacionados con la gestión de los datos y la conectividad se multiplique por 25 hasta 2040 y el de la de movilidad a demanda un 75%.
- Además, a medida que se van desdibujando los límites de las industrias que convergen en el ecosistema de movilidad, unida al hecho de la consolidación de nuevos modelos de negocio, parece previsible que **la competencia por el usuario se intensificará**.
- Al mismo tiempo, los rápidos **cambios en las preferencias del consumidor** y la **generación masiva de información**, ejercerán una fuerte presión sobre aquellos actores que no sean capaces de **responder con agilidad y lanzar nuevos productos y/o servicios** sustentados en tecnología.
- A medida que los consumidores se alejen del modelo de propiedad del vehículo y se acerquen a los servicios relacionados con la movilidad bajo demanda, la **relación entre marcas y consumidor cambiará fomentando plataformas de servicio** donde la marca debe encontrar su nuevo papel a desempeñar.
- Los fabricantes de vehículos necesitan desarrollar las herramientas que les permitan **monetizar la información que recopilen del usuario haciéndose** presentes en la **cadena de valor de la información**.
- En los próximos años, se necesita acometer un despliegue que permita a los fabricantes españoles establecer alianzas con sus distribuidores y concesionarios y reinventar la forma en la que se gestiona la venta y la post-venta, aprovechando las capacidades existentes en los concesionarios para introducir relaciones de venta digitales y gestionar flotas.

8

Automatización máxima de las operaciones logísticas, integración de infraestructuras e inventario mínimo

- Uno de los principales factores de competitividad del futuro se sustenta sobre la **automatización completa** de la cadena logística para conseguir una **reducción de costes y de los tiempos de entrega**. Esta automatización afecta tanto a la parte superior de la cadena “inbound” (por ejemplo, almacenes de **inventario cero**), como al consumidor o usuario final “outbound” (por ejemplo, desarrollando técnicas de reparto autónomo). En ambos supuestos, **el desarrollo y apuesta por la robótica y la inteligencia artificial** resultan esenciales para poder llegar a aplicar estas ventajas competitivas.
- La **situación periférica de España** no se puede afrontar en un futuro exclusivamente bajo el prisma de la necesidad de un **mayor nivel de infraestructura**, sino que también se ha de considerar el **grado de integración** entre ellas y de la **eficiencia del transporte**. Existe un elevado margen de mejora en ambos campos, tanto en la **eficiencia**, como en el **nivel de integración** entre las vías de transporte por carretera, marítimas y ferroviarias. Los fabricantes, con el apoyo de las Administraciones Públicas, han de encontrar soluciones y alternativas que **fomenten el uso del transporte ferroviario y marítimo (abaratando estos)**.
- Los fabricantes también han de colaborar con los **concesionarios** para encontrar métodos de venta que sirvan para reducir el **“last-mile cost”**, haciendo más **eficiente el proceso de venta/uso** del vehículo desde la fábrica hasta el cliente final.

9

Crear nuevas propuestas de valor generando modelos agregados con los recursos y capacidades existentes

- En el nuevo panorama competitivo de la movilidad, **la capacidad de escalar y comercializar más rápido** que los competidores será tan crítica, que **la velocidad se convertirá en un factor de competitividad** al igual que el **beneficiarse de economías de escala**. Por ello, el tratamiento y la gestión de datos se convierte en un elemento esencial para obtener **información valiosa**, que permita producir **información diferenciada y útil** para el OEM, para otras empresas y para el usuario.
- Por tanto, las empresas españolas de movilidad deben considerar **cómo crecer en múltiples mercados y segmentos a la vez**, mientras adaptan y estructuran un modelo operativo de soporte que sea **eficiente en costes**. Esta velocidad, requerirá de **mecanismos innovadores de financiación** que permita la diversificación de proyectos y la variabilización de costes, para alinearse en una estrategia en la que converjan de forma exitosa los **modelos financieros, comerciales y operativos**.
- Esta construcción basada en la **agregación multisectorial**, necesita **cierta autonomía** para materializarse. Así, se prevé que a medida que el ecosistema de movilidad vaya madurando, las **filiales nacionales alcancen un mayor grado de independencia** que les permitirá llevar a cabo actividades de innovación en nodos no propios de la cadena de valor tradicional del vehículo. Este hecho permitirá compartir recursos y capacidades y poder así generar soluciones integrales de movilidad propia, ahora sí, 100% "made in Spain". A lo largo de todo este proceso, la **información** se constituye como auténtico **producto generador de valor**.

10

Multiplicación del valor a raíz de la expansión internacional

- A medida que se vaya consolidando el ecosistema español de movilidad, las futuras vías de crecimiento giran hacia la **replicabilidad del modelo** con el know – how y experiencia adquirida.
- En este sentido, emergen importantes **oportunidades para la diversificación y escalabilidad del modelo hacia otras regiones fuera de Europa**. La experiencia adquirida a lo largo de los años por **importantes empresas españolas en América Latina** (sector financiero, seguros, telecomunicaciones, turismo, etc.) puede ser **aprovechada por los OEMs** internacionales para **exportar servicios de movilidad** y hacer aún más escalables los futuros modelos de negocio.
- Además, la **posición geoestratégica** que se concibe como país periférico del corazón del Europa y muy alejado de Asia, puede tornarse más que favorable al poder ser considerada como el **polo de entrada del ecosistema de movilidad en el Norte de África y el puente con Iberoamérica**.
- En definitiva, se pueden presentar importantes oportunidades de negocio para los OEMs si se saben aprovechar de las oportunidades que surgen en otros nodos con empresas españolas dentro del futuro ecosistema.

4.5.2. Generar un ecosistema favorable: Seis ámbitos de actuación

Para que las TOP 10 acciones, anteriormente descritas, puedan materializarse es necesario acompañarlas de un ecosistema favorable

La Administración, en todos sus niveles, tiene un papel muy relevante para hacer posible este objetivo. Por ello, se han identificado seis ámbitos de actuación para los que se describen, a continuación, las medidas que son necesarias aplicar en cada una de ellos.

1 Industria y empresas

Fomento de inversión y competitividad

Introducción y mejora de deducciones fiscales, créditos atractivos y subvenciones a fondo perdido para el fomento de inversión en I+D e innovación, así como de inversiones en infraestructuras para la reconversión del tejido productivo. De gran importancia son:

- **El impulso a la innovación** en procesos industriales encaminados a la adaptación de la fabricación de vehículos con foco en el nuevo vehículo conectado, autónomo, compartido y electrificado y sus componentes.
- **El impulso** a la aplicación de tecnologías de **industria 4.0** en procesos de fabricación y de logística.
- El incentivo a las actividades orientadas para **ganar en el valor del vehículo** que se genera en España. Ej: montaje de baterías, desarrollo de software.

Equiparar la deducción por gasto en innovación en el impuesto de sociedades (actualmente 12%) con la deducción de gastos en Investigación y desarrollo (25%).

Avanzar en la **eficiencia del transporte de mercancías** mediante la reducción de costes y la promoción de la intermodalidad: Aumento de capacidad de los camiones, conectividad ferroviaria de los puertos,

reducción de tarifas portuarias, desarrollo de corredores ferroviarios (Mediterráneo y Atlántico), aumento de longitud de los trenes, etc.

- Simplificación de las cargas administrativas para la **creación de empresas** y mejora de los incentivos fiscales. Potenciar la regulación propia de las nuevas empresas, siguiendo la línea de la “Ley de Start-ups”.
- Impulsar la homogeneización del impuesto digital a nivel europeo, no imponiendo uno propio y más restrictivo para los nuevos negocios digitales que en buena parte están asociados con la movilidad.
- Apoyo en la **apertura de mercados en el exterior** para la diversificación de la exportación. Impulso de **acuerdos bilaterales** y de libre comercio con otras áreas geográficas, con especial interés en América, Asia y Norte de África, y **eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias**. Favorecer las relaciones con países de especial interés para España, y que por diferentes razones están en un momento complicado como EEUU o Reino Unido.
- **Agilizar los trámites** para facilitar la importación y exportación de componentes, materias primas y vehículos.



2 Medio ambiente y energía

Enfoque integral y neutralidad tecnológica

- Fomentar un **marco con enfoque integral** que considere el cambio climático y la calidad del aire, con el objetivo de poder llegar a ser neutrales en las emisiones de CO₂, así como continuar reduciendo las emisiones contaminantes.
- Adaptar un enfoque de la **neutralidad tecnológica**, no apostando por ninguna tecnología en particular y permitiendo las ganancias en eficiencia de todas las tecnologías.
- Adaptar el enfoque de **emisiones de ciclo de vida del producto y el origen de la energía que lo impulsa**.
- Disponer de un **mecanismo de certificación** de **todos** los combustibles **renovables que permita favorecer estas energías en los programas de ayudas e inversiones**.
- Marco energético basado en un **mix sostenible y competitivo para la industria**.



3 Movilidad

Homogeneidad, flexibilidad y eficiencia

- **Homogeneizar** la regulación a nivel nacional, autonómico y local.
- Puesta en valor de **España como campo de pruebas** de nuevas tecnologías para la conducción autónoma, el vehículo conectado y las redes 5G.
- Promover **áreas de pruebas** mediante un **marco regulatorio acotado y ad-hoc** (tipo "sandbox") que permita el desarrollo de nuevas formas de movilidad.
- **Fomento de la interoperatividad** de los nuevos modos, medios y usos en la movilidad de personas y el reparto de mercancías.
- **Liberalización y expansión del transporte público** para emprender trayectos más personalizados aprovechando las nuevas tecnologías. Impulso de servicios compartidos en el transporte público para dar cabida a nuevos modelos de movilidad
- Facilitar los modelos de negocio en torno a los datos del vehículo **garantizando la seguridad y la protección** del usuario.



4 Personas

Empleo y formación del futuro

- Marco que impulse la **flexibilidad** en la organización del trabajo para adaptarse a los ciclos industriales y que, además, encajen con los nuevos perfiles que requieren puestos móviles, a distancia, rotaciones y asignaciones temporales.
- Implantación de un **régimen especial de tributación** para la atracción y retención del talento, como hacen en Irlanda o Alemania con bonificaciones del IRPF a cargo de la empresa para perfiles tecnológicos.
- Apoyo y fomento del sector público a los sistemas de **formación profesional, formación profesional dual**, y certificados de profesionalidad. Ampliación de los **incentivos fiscales a la contratación en régimen de formación**.
- Mejora de la **flexibilidad, cohesión y actualización de los planes de enseñanza**, para ofrecer al mercado **los nuevos perfiles profesionales** que demanda la industria (más técnicos y tecnológicos). **Fomentar la integración del sistema educativo y de la empresa** para que estas sean partícipes del diseño de programas formativos.
- Favorecer el sistema de formación continua de los trabajadores para su recualificación y readaptación, mediante **la aplicación de incentivos fiscales a la formación continua de los trabajadores**. Es clave, **aumentar el retorno de la inversión** en formación de las empresas mediante **bonificaciones para la formación impartida por las empresas**, teniendo en cuenta las inversiones y las cotizaciones realizadas.



5 Automóvil

Ayudas y fiscalidad

- **Marco fiscal integral al uso del vehículo con enfoque medioambiental.** Se trata de un impuesto al uso graduado según sus emisiones de CO₂ y emisiones contaminantes y de la eliminación del impuesto de matriculación que limita el acceso de nuevos vehículos al parque y su renovación.
- Introducción del **IVA reducido para vehículos alternativos**.
- **Mejora de las deducciones** en retribución en especie del **IRPF por la cesión de uso de vehículos de empresa** con características medioambientales favorables: vehículos de cero o bajas emisiones.
- **Deducciones en el IRPF**, en su tramo estatal o autonómico, **por la compra de un vehículo alternativo**. Deducciones en el Impuesto de Sociedades por la inversión en vehículos alternativos.
- **Impuesto de Transmisiones Patrimoniales según antigüedad** del vehículo, con tipos reducidos para los vehículos menores a 3 años y de mayor cuantía a partir de los 10 años.
- **Ayudas para la renovación del parque de vehículos con cero y bajas emisiones.** Deben ser estructurales y con suficiente dotación para el vehículo electrificado.
- **Ayudas por inversiones en instalación de puntos de recarga** en toda España. Planes centralizados y potentes a nivel nacional.
- **Revisión de las tarifas de los peajes de acceso** de los puntos de recarga eléctricos para que su gestión pueda ser rentable.
- Acelerar la **implementación efectiva de la legislación liberalizadora del gestor de carga**.
- **Simplificación** de los trámites administrativos para la instalación de un **punto de recarga**. Declaración de utilidad pública de la infraestructura de recarga eléctrica de más de 150 kW con el objetivo de simplificar los trámites y tiempos necesarios para su aprobación, instalación y puesta en funcionamiento.
- Implementar un marco de exención o **tipo impositivo reducido a la electricidad suministrada a los vehículos** eléctricos por puntos de recarga rápida, tal y como está aplicando Holanda.



6 Administración

Agilidad y colaboración

- Posición activa de España en la **regulación que emana de la Unión Europea para defender una transición ordenada** del sector del automóvil que fortalezca la posición competitiva del sector europeo en el contexto mundial.
- **Estabilidad en el marco regulatorio nacional** que permita la planificación a medio y largo plazo. Marco regulatorio flexible y adaptado a las necesidades de la nueva movilidad que den certidumbre y seguridad a las inversiones del sector.
- **Definición y centralización a nivel nacional del marco regulatorio**

de movilidad y cambio climático para temas claves como la eficiencia energética, los incentivos a vehículos o a las infraestructuras.

- **Potenciación de los polos industriales** con el apoyo y coordinación de los clusters para que sirvan de referencia a nivel mundial.
- Desarrollo de un **marco regulatorio** en el ámbito de la **ciberseguridad y protección de datos** del vehículo para garantizar la seguridad del usuario.
- **Colaboración público-privada** que materialice objetivos comunes y proyecte una “imagen país” positiva.



4.5.3. Más que una industria un proyecto de país

El efecto dinamizador y sus beneficios asociados tanto a la sociedad como al resto de sectores involucrados convierte a la movilidad en un proyecto de país

La industria de automoción en España representa un sector de alta relevancia para la economía española gracias a sus aportaciones directas e indirectas al empleo y al PIB. Este efecto dinamizador y sus beneficios asociados tanto a la sociedad como al resto

de sectores involucrados convierte a la movilidad en un proyecto de país.

La transversalidad que proporciona el futuro ecosistema de movilidad presenta una oportunidad, ya que el desarrollo de la hoja de ruta propuesta, genera un valor transformador que impulsará tanto la reconversión industrial, como el desarrollo tecnológico y la innovación o la mejora de la productividad en el sector servicios.

Considerar el futuro de la industria de automoción un proyecto país, representa en sí mismo un compromiso de todos por capturar el valor que será capaz de

generar este nuevo sector económico transversal; que se manifiesta en el cambio progresivo desde una cadena de valor lineal a una red de colaboración en el que las barreras se diluyen y las oportunidades pueden ser aprovechadas por parte de todos los actores que pueden entrar y participar en todos los procesos relativos a este nuevo negocio.

A pesar del monto considerable de 54.000 millones que presenta la inversión necesaria para desarrollar la movilidad del futuro, los beneficios para la economía superan los costes. La transición a la movilidad del futuro es económicamente rentable, estimándose la tasa interna de retorno entre 20% y un 30%.

No sólo eso, sino que también se percibirán impactos positivos de forma transversal. Se estima que la recaudación fiscal aumentará entre **13.800 y 24.500 millones de euros**, la competitividad en los mercados internacionales de la economía española continuará beneficiándose de un aporte adicional equivalente entre el **2,7% y el 4,5%** del PIB al saldo de la balanza comercial. Y con todo ello, los efectos directos,

indirectos e inducidos sobre la economía española supondrán un aumento adicional entre el 7% y **el 12% del PIB** que se traduce en un incremento que puede llegar **hasta el 7%** de los ocupados a nivel nacional.

Es por ello, que esta transformación se describe como un proyecto país: por la importancia que tiene la existencia y renovación de la industria de automoción para la economía y sociedad españolas,

y donde la visión de futuro propuesta ayudará a continuar progresando, siempre y cuando todos los actores del ecosistema contribuyan en su medida a esta transformación donde la implicación de las Administraciones Públicas creen un ambiente donde el resto del ecosistema se pueda desarrollar de manera productiva permitiendo el progreso de los distintos sectores a la vez que atraen la inversión necesaria.



Aumento de entre

7%-12%

en recaudación fiscal

Gracias al aumento del PIB, y al desarrollo de nuevos negocios, la carga impositiva de la actividad económica incrementará, provocando un aumento de recaudación fiscal entre **13.800-24.500 millones de euros**.



Aumento entre el

7%-12%

del PIB nacional

→ 93.300-178.800 mill/€

En su conjunto, la reducción en algunas líneas de negocio se compensa con el aumento de la actividad en otras, resultando un aumento del valor añadido bruto equivalente a un 7% del PIB para el conjunto de 10 líneas de negocio (efectos directos) y hasta un 12% del PIB, si se considerase la suma de los efectos indirectos e inducidos.



Impacto equivalente entre

+2,7% a
4,5% del PIB

en la balanza comercial

Si las 10 líneas de negocio no se desarrollan dentro de España, los correspondientes productos y servicios deberán ser importados, impactando negativamente en la balanza comercial.



Aumento entre el

4%-7%

del empleo nacional

→ 860.000-1.480.000 puestos de trabajo

Del mismo modo, el previsto crecimiento del PIB impactará en el empleo de manera directa e indirecta en todos los sectores de la economía; este efecto implicaría un aumento del empleo directo del 4% y hasta un 7% adicional si se sumasen todos los efectos de arrastre de las 10 líneas de negocio.



Documento elaborado por KPMG.

© 2020 Anfac · Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones.

© 2020 KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.