

2026



## **BARÓMETRO MOVILIDAD+AUTO 2026**

### **COORDINACIÓN Y EDICIÓN**

Toni Fuentes

### **REDACCIÓN Y COLABORADORES**

Pedro Urteaga, Sergio Piccione,  
Jordi Hereu, Markus Haupt,  
José López-Tafall, Javier Pujol,  
José Ignacio Moya, Jaime Barea,  
José-Martín Castro, José María Riaño,  
Jordi Gazo, Arturo Pérez de Lucía,  
May López, Jordi Carmona,  
Rubén González, Jesús Herrero,  
Joan Blancafort, Josep Maria Vall

### **DISEÑO**

David Velasco  
Olga Blanco

### **PRODUCCIÓN**

Maquetación: Jesús Alés  
Impresión: Estugraf

### **EDITA**

elDiario.es  
Diario de Prensa Digital SL  
Gran Vía 46 28013 Madrid

### **DIRECTOR**

Ignacio Escolar

### **CONTACTO**

movilidadyauto@eldiario.es  
Tel. 915 489 667

## SUMARIO

2

**El Barómetro Movilidad+Auto muestra la previsión de mejora del sector en un contexto de tensiones económicas y geopolíticas**

4

**La inversión en automoción y transporte en España gana impulso ante la transformación del sector**

El 59% de las empresas prevé aumentar sus inversiones este año, frente al 49,2% que las incrementó en 2025, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

6

**Nace Movilidad+Auto, el nuevo canal vertical de elDiario.es**

El director, Ignacio Escolar, presenta a compañías y organizaciones empresariales y sindicales el nuevo vertical dedicado a un sector «muy importante» por su peso económico y por el interés para los lectores

8

**La nueva movilidad gana peso en las inversiones de las empresas pese a los retos**

El 42,6% de las compañías prevé aumentar sus inversiones en nuevas actividades de movilidad este año, frente al 41% que ya las incrementó en 2025, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

12

**La llegada de marcas chinas, más oportunidad que amenaza para el sector pero con diferencias**

El 54,1% de las compañías considera una oportunidad de negocio la entrada de fabricantes chinos en la UE, frente al 41% que la percibe como una amenaza, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

16

**La automoción espera una mejora del negocio, aunque con diferencias por actividad**

Más de la mitad de las empresas confía en que el sector mejore en 2026 y el 65,6% prevé aumentar su resultado operativo, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

20

**El empleo mantiene su crecimiento, aunque pierde impulso en 2026**

El 39,3% de las empresas aumentó su plantilla en 2025 y el mismo porcentaje prevé hacerlo en 2026, mientras crece ligeramente la proporción que anticipa recortes

22

**La búsqueda de financiación adicional y el apoyo público apuntalan la actividad y los proyectos**

El 26% de empresas recibe fondos públicos y el 14,8% recurre a nuevas fuentes de financiación, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es

30

**La tensión geopolítica golpea de forma desigual a las empresas de movilidad**

El conflicto de Irán y el bloqueo del estrecho de Ormuz generan un impacto de 2,84 puntos sobre cinco, por encima del efecto de los aranceles de EEUU

39

**Más de la mitad de las empresas muestra interés por entrar en el sector de defensa**

Los fabricantes de componentes son las compañías más abiertas a participar en defensa, con un 62,5% que lo considera como una oportunidad, frente al 47,6% de las grandes empresas

42

**El sector reclama una hoja de ruta estable y realista para afrontar la descarbonización**

Las empresas piden menos incertidumbre regulatoria, ayudas directas a la demanda, neutralidad tecnológica y una mayor protección de la industria europea ante la competencia asiática



## LAS CIFRAS CLAVE DEL SECTOR

**50,8%**

### MEJORA DEL NEGOCIO

Empresas que  
prevén crecimiento

**59%**

### CRECE LA INVERSIÓN

Subida prevista  
en España

**39,3%**

### EMPLEO AL ALZA

Compañías que amplían  
la plantilla

**56%**

### NUEVOS PROFESIONALES

Los proveedores  
buscan más

# El Barómetro Movilidad+Auto muestra la previsión de mejora del sector en un contexto de tensiones económicas y geopolíticas

Las empresas de movilidad y automoción que operan en España esperan acabar el año 2026 con un aumento del negocio, de las inversiones y el empleo pero se muestran cautas con el complicado contexto internacional, según el sondeo del canal de elDiario.es

**E**l sector de la automoción y la movilidad afronta la recta final de 2026 con unas perspectivas mayoritariamente optimistas, aunque marcadas por una profunda brecha según la actividad y el tipo de empresa. La primera edición del Barómetro Movilidad+Auto 2026, una iniciativa del nuevo canal vertical de elDiario.es, indica que el 50,8% de las empresas que operan en España prevé una mejora del negocio este año en un contexto de tensiones geopolíticas con la descarbonización como telón de fondo.

El Barómetro Movilidad+Auto de elDiario.es lleva a cabo una foto

transversal y de 360 grados del sector en un momento de profunda transformación. Este instrumento de información y prospectiva cuenta con la colaboración de las principales organizaciones sectoriales: Anfac, Sernauto, Faconauto, Ganvam, Aedive, Anesdor, ATUC, AER, Empresas por la Movilidad Sostenible, Fecavem, Aemes Smart, CIAC, UGT y CCOO.

En el ámbito laboral, el empleo mantiene su senda expansiva aunque perdiendo dinamismo: el 39,3% prevé aumentar su plantilla en 2026 –mismo porcentaje que en 2025–, impulsado por la demanda de nuevos perfiles

profesionales, especialmente en el ámbito de los componentes y servicios (56,3%).

### Inversión y tensiones geopolíticas

La transformación tecnológica acelera el esfuerzo inversor en España, en contraste con los recortes que se registran en otros países. El 59% de las compañías aumentará sus inversiones globales en 2026, lideradas por las grandes empresas (66,7%). En el campo de la nueva movilidad, un 42,6% incrementará sus recursos, con el vehículo eléctrico

# 49%

## VEHÍCULO ELÉCTRICO

Firmas que invierten

# 54%

## CHINA, OPORTUNIDAD

Gana a la percepción de la amenaza

# 2,84

## TEMOR POR IRÁN

En una escala hasta el 5

# 62,5%

## INTERÉS POR DEFENSA

Los proveedores, en cabeza



Presentación de Movilidad+Auto en la redacción de elDiario.es / Elvira Megías

como principal foco de atracción de capital (49,2%), seguido del híbrido (39,3%) y la infraestructura de recarga (21,3%).

El contexto internacional introduce importantes elementos de fricción. El conflicto en Irán y el bloqueo del Estrecho de Ormuz son percibidos como la mayor amenaza externa (2,84 puntos sobre 5), castigando con mayor dureza a la red comercial y de talleres (3,38 puntos). Por su parte, los aranceles de EE. UU. (2,20) y de la UE a China (2,54) afectan de forma más acusada a las grandes corporaciones.

Paralelamente, la creciente penetración de las marcas chinas es vista como una oportunidad por el 54,1% del sector, apoyada por empresas de servicios y componentes. Sin embargo, representa una amenaza directa para el 62,5% de los fabricantes tradicionales y concesionarios.

### Hoja de ruta para la descarbonización

Ante la incertidumbre y el retroceso de algunos mercados automovilísticos, el aumento del gasto en defensa y seguridad

abre una vía clara de diversificación para el 54% de las empresas, que ve una oportunidad de buscar una actividad alternativa en ese sector. El interés está encabezado por los proveedores de componentes (62,5%).

Para consolidar la transición, el sector reclama de forma unánime estabilidad normativa, neutralidad tecnológica e incentivos directos a la demanda. Entre las prioridades destacan los planes de achatarramiento, el despliegue acelerado de la recarga urbana y la protección de la industria europea frente a la competencia asimétrica.

# La inversión en automoción y transporte en España gana impulso ante la transformación del sector

El 59% de las empresas prevé aumentar sus inversiones este año, frente al 49,2% que las incrementó en 2025, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026



**L**as empresas de automoción y movilidad afrontan 2026 con una mayor disposición a incrementar sus inversiones. El 59% de las compañías consultadas por el Barómetro Movilidad+Auto 2026 prevé aumentar sus recursos este año respecto a 2025, frente al 49,2% que ya los incrementó en 2025 respecto al ejercicio anterior. El dato apunta a una aceleración del esfuerzo inversor en un sector inmerso en la transformación tecnológica y en la transición hacia nuevos modelos de movilidad.

En 2025, el 44,3% de las empresas mantuvo sus niveles de inversión, mientras que un 4,9% los redujo y un 1,6% no supo precisar su evolución. Para 2026, el por-

centaje de compañías que prevé mantener la inversión baja hasta el 31,1%, mientras que un 8,2% anticipa un descenso y un 1,6% no tiene definida su previsión.

**Las compañías de transporte público encabezan la intención de elevar sus inversiones en 2026, seguidas de las startups de nueva movilidad**

Por tamaño, las grandes empresas fueron las que más elevaron su inversión en 2025: un 57,1% aumentó sus recursos, frente al 41,2% de las medianas y el 47,8% de las pequeñas. Para 2026, la intención de incrementar el esfuerzo inversor aumenta en todos los segmentos. Las grandes empresas alcanzan el 66,7%, las medianas el 58,8% y las pequeñas el 52,2%.

## Las grandes empresas lideran el aumento

La diferencia también se aprecia en la evolución de las inversiones por actividad. El transporte público presenta el mayor porcentaje de incremento, con un 100% de las empresas consultadas que



Cadena de montaje de la fábrica de Ebro de Barcelona

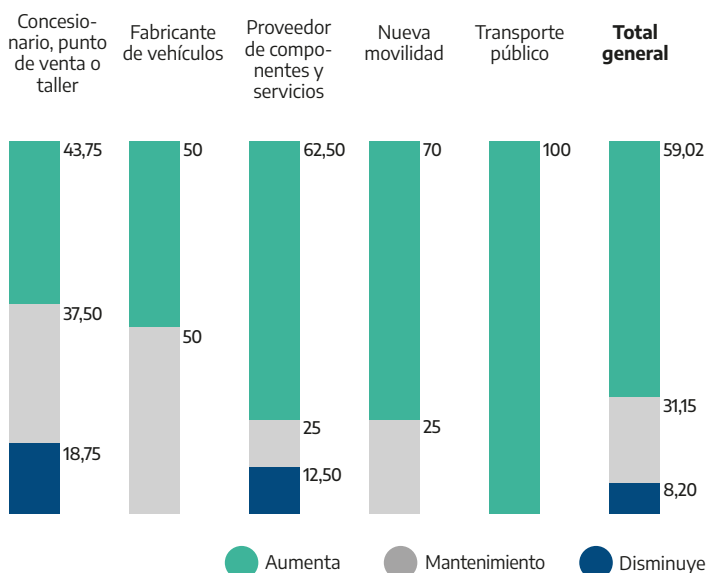
declara haber aumentado sus inversiones en 2025 y que prevé mantener esa tendencia en 2026.

Entre los fabricantes de vehículos, el 62,5% aumentó sus inversiones en 2025 y la mitad prevé hacerlo en 2026. Los proveedores de componentes y servicios pasan del 56,3% que incrementó sus recursos en 2025 al 62,5% que prevé hacerlo este año.

Las empresas vinculadas a la nueva movilidad muestran también una fuerte apuesta inversora. El 50% aumentó sus inversiones en 2025 y el porcentaje asciende hasta el 70% en las previsiones para 2026. En los concesionarios, puntos de venta y talleres, el incremento pasa del 31,3% en 2025 al 43,8% previsto para este año.

## Evolución de las inversiones globales

Previsión de inversión global en 2026 (en %)



# Nace Movilidad+Auto, el nuevo canal vertical de elDiario.es

El director, Ignacio Escolar, presenta a compañías y organizaciones empresariales y sindicales el nuevo vertical dedicado a un sector «muy importante» por su peso económico y por el interés para los lectores

**M**ovilidad+Auto, el nuevo canal vertical especializado en información y análisis sobre automoción y movilidad de elDiario.es, ya es una realidad. La puesta de largo celebrada en la redacción de Madrid contó con la presencia de las principales asociaciones empresariales y sindicales y de compañías de toda la cadena de valor de la automoción y la movilidad.

El director de elDiario.es, Ignacio Escolar, explicó el nacimiento de esta nueva etapa y la apuesta del periódico por reforzar la cobertura de un sector estratégico para la economía española y sometido a una profunda transformación. «El nuevo vertical Movilidad+Auto está centrado en la movilidad y el automóvil, pero no solo en el producto, sino también en la industria. Nos interesa contar lo que está pasando en este sector que consideramos que es muy importante tanto económicamente como por el interés de nuestros

lectores», aseguró. Escolar recordó que elDiario.es, un medio con 247 trabajadores y presencia en todas las comunidades autónomas, cumple 14 años coincidiendo con la presentación del nuevo vertical, que seguirá las mismas pautas de «rigor y credibilidad» del conjunto del periódico.

El proyecto parte de la experiencia de elDiario.es en la cobertura del motor y cuenta con un equipo específico formado por

**Movilidad+Auto se articula en dos grandes pilares: la información corporativa y sectorial y la cobertura de los nuevos vehículos y servicios de movilidad**



Toni Fuentes y Pedro Urteaga, y con el respaldo de la redacción y la estructura del periódico. La iniciativa se desarrolla con la coordinación de Serafí del Arco, redactor jefe de Economía, y Germán Álvarez, director comercial, que destacaron el elevado peso del sector en el tejido productivo y económico español y la oportunidad de visibilización que supone la puesta en marcha del nuevo vertical.

## Una mirada amplia sobre la movilidad

Movilidad+Auto se articula en torno a dos grandes pilares: la información corporativa y sectorial y la cobertura de los nuevos vehículos y servicios de movilidad. El canal prestará especial atención a



Un momento de la presentación de Movilidad+Auto / Elvira Megías

fabricantes, proveedores de componentes y servicios, operadores de transporte público y regulación, además de abordar las nuevas tecnologías aplicadas a la movilidad y la importancia que tiene en ese campo la competición del motor. Además, desde este año Movilidad+Auto de elDiario.es se ha incorporado al jurado del Premio al Mejor Coche del Año de España de ABC, el galardón con más trayectoria al sumar más de 50 años.

### **El Barómetro Movilidad+Auto, eje del proyecto**

Uno de los principales proyectos vinculados al nuevo canal es el Barómetro Movilidad+Auto, una iniciativa colaborativa destinada a

analizar la evolución del sector y los cambios que están experimentando las empresas y sus trabajadores. El barómetro cuenta con la colaboración de las principales organizaciones empresariales y sindicales del sector: Anfac, Sernauto, Faconauto, Ganvam, Aedive, Anesdor, AER, Empresas por la Movilidad Sostenible, CCOO de Industria, UGT FICA, Aemes Smart y Fecavem, además de clústeres como el CIAC. En esta edición se ha incorporado también a ATUC, que agrupa a las grandes empresas españolas de transporte público urbano. Los resultados del Barómetro Movilidad+Auto 2026 se presentarán en encuentros sectoriales el 14 de octubre en Casa Seat de Barcelona y en el Evento de

Movilidad Sostenible de elDiario.es el 19 de noviembre en Madrid.

La presentación de Movilidad+Auto en Madrid incluyó además un espacio para escuchar directamente a los protagonistas del sector, que compartieron sus principales preocupaciones, oportunidades y expectativas sobre la transformación de la automoción y la movilidad y sobre el nuevo canal de elDiario.es. Los representantes de marcas y organizaciones destacaron la necesidad de contar con medios de comunicación como elDiario.es y el nuevo canal Movilidad+Auto para ofrecer una información veraz que combatiera los prejuicios y los bulos y que contribuyera a difundir la realidad del sector.

# La nueva movilidad gana peso en las inversiones de las empresas pese a los retos

El 42,6% de las compañías prevé aumentar sus inversiones en nuevas actividades de movilidad este año, frente al 41% que ya las incrementó en 2025, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

**L**as empresas de automoción y movilidad de España mantienen su apuesta por las nuevas actividades vinculadas a la transformación del sector. El 41% de las compañías consultadas por el Barómetro Movilidad+Auto 2026 aumentó sus inversiones en nueva movilidad en 2025 respecto al ejercicio anterior, mientras que el 42,6% prevé incrementar estos recursos en 2026. La proporción que contempla reducirlos se mantiene, además, en niveles bajos: pasa del 9,8% en 2025 al 6,6% previsto para este año.

Por tamaño, las pequeñas empresas son las que muestran una mayor predisposición a aumentar sus inversiones en nueva movilidad. El 47,8% incrementó estos recursos en 2025 y el porcentaje alcanza el 52,2% en sus previsiones para 2026. Entre las medianas, la proporción pasa del 35,3% al 41,2%, mientras que entre las grandes empresas aumenta del 38,1% al 42,9%.

La evolución también presenta diferencias según la actividad. Entre los fabricantes de vehículos, el 50% incrementó sus inversiones en nueva movilidad en 2025 y el 62,5%

prevé hacerlo en 2026. Los proveedores de componentes y servicios pasan del 37,5% al 43,8%, mientras que las empresas dedicadas específicamente a nueva movilidad elevan la proporción del 40% al 45%. En los concesionarios, puntos de venta y talleres, el porcentaje aumenta del 43,8% al 51,3%, mientras que el transporte público mantiene una posición diferenciada, aunque con una muestra más reducida.

## Diversificación de la inversión

El vehículo eléctrico concentra buena parte de esta apuesta inversora. El 49,2% de las empresas

consultadas declara invertir en esta actividad, por delante del vehículo híbrido, con un 39,3%, y de las infraestructuras de recarga, con un 21,3%. Las plataformas de movilidad alcanzan el 19,7%, mientras que el vehículo conectado representa el 11,5% y el autónomo el 8,2%.

Las grandes compañías son las que presentan una mayor orientación hacia las tecnologías de electrificación. El 61,9% invierte en vehículo eléctrico y el 52,4% en vehículo híbrido, frente al 43,5% y el 34,8%, respectivamente, entre las pequeñas empresas. Estas últimas muestran, en cambio, una mayor presencia relativa de las plataformas de movilidad, actividad en la que participa el 30,4% de las compañías de más reducido tamaño.

Por actividad, los fabricantes concentran su inversión en el vehículo eléctrico, con un 75% de respuestas, y el híbrido, con un 62,5%. Las empresas de nueva movilidad presentan un perfil más diversificado, con las plataformas de movilidad como principal ámbito de inversión, con un 50%, seguidas por el vehículo eléctrico, con un 35%, y las infraestructuras de recarga, con un 20%.

**Las pequeñas empresas prevén aumentar más sus inversiones en nueva movilidad (52,2%) con los vehículos eléctricos e híbridos como principales destinos**



Vehículos eléctricos conectados a puntos de recarga

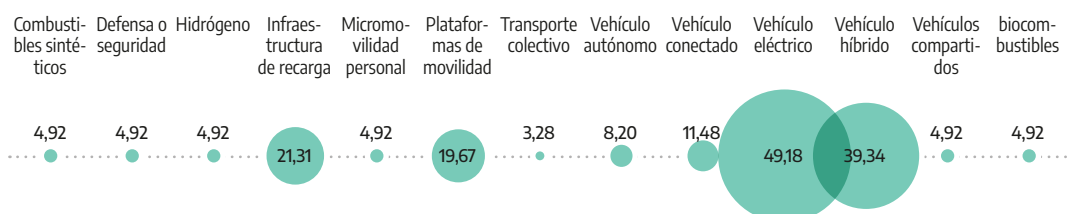
## Inversión en actividades de nueva movilidad en 2026

En porcentaje de empresas que prevén un aumento



## Principales actividades de nueva movilidad

En porcentaje de empresas que invierten





# *La «excepción ibérica» también rige para la industria del automóvil española*

Cuando empezaron a caer las primeras bombas lanzadas por Rusia sobre Ucrania en febrero de 2022, una de las primeras consecuencias fue el encarecimiento de los precios de la energía. En ese momento se buscaron alternativas y remedios para una escalada que amenazaba toda la economía y los bolsillos de los particulares. La ubicación de la península Ibérica como territorio periférico propició una solución imaginativa que se llamó la 'excepción ibérica'. Ese mecanismo de control de los precios convirtió a España y Portugal en una isla que nadaba a contracorriente al tener unos costes energéticos por debajo de los que sufrían la mayoría de los países europeos. La industria de automoción española vive ahora una situación similar con una bonanza que la convierte en otra excepción ibérica.

El Barómetro Movilidad+Auto 2026 refleja ese viento de cola que impulsa las inversiones, el empleo y los proyectos de futuro y que convierte el sector del automóvil español en una isla rodeada de países que registran otra coyuntura muy diferente marcada por los ajustes estructurales. En un contexto en el que los grandes grupos automovilísticos europeos se estrechan el cinturón sacrificando incluso fábricas en su territorio nacional, las plantas situadas en España viven en la cresta de la ola gracias a un récord de inversiones en esa nueva excepción ibérica.

Ese potente respaldo a la industria automovilística española viene, en parte, de grupos alemanes y franceses, que tienen que vencer incluso críticas internas por no defender su tejido productivo y favorecer el de otro país. Es otro episodio de lo que el sector denominó acertadamente como el 'milagro español' de una industria potente en manos de grupos de capital extranjero.

Pero el flujo de nuevas inversiones también llega de grupos chinos, unos nuevos y potentes actores que han tomado posiciones en el tablero de juego del sector. El decantamiento de las inversiones de grandes compañías chinas por España refuerza esa excepción ibérica en un ciclo que recuerda las oleadas en las que llegaron a nuestro país las fábricas de grupos japoneses, estadounidenses y europeos. La gran diferencia es la aceleración del nuevo ciclo dominado por empresas de China que desembarcan y se asientan en el mercado y, en algunos casos, en el tejido productivo español.

Con los proyectos de gigafactorías de baterías dominados por fabricantes del gigante asiático y los centros productivos en marcha o en proyecto, nuevos o reciclados, no es de extrañar que la percepción de la llegada de las empresas chinas haya mejorado con rapidez en el sector español, en el que predomina la consideración de oportunidad frente a la amenaza. España se

**El Barómetro  
Movilidad+Auto  
2026 refleja  
viento de cola  
que impulsa  
las inversiones,  
el empleo y los  
proyectos de futuro  
y que convierte  
el sector del  
automóvil español  
en una isla**



Gamma Valeru / Unsplash

ha convertido en objeto de deseo de otros países que también tientan a las empresas chinas y en un punto de fricción diplomático en un clima de recelos comerciales y políticos mutuos entre la Unión Europea y China.

Por todo ello, conviene ser conscientes de la excepcionalidad que vive la industria de automoción española, aunque no es un privilegio porque se lo ha ganado con sólidos argumentos de competitividad y con el trabajo conjunto de muchos actores, desde intrépidos visionarios hasta los trabajadores pasando por las administraciones.

Todos bien alineados en busca de esas nuevas inversiones en juego con instrumentos como los PERTE financiados con fondos europeos tempo-

rales que han actuado como palancas de atracción de inversiones.

Sin embargo, el ciclo positivo que se inicia en España no está exento de riesgos, tanto internos como externos y sobrevenidos en muchos casos. Hay que evitar que se desvanezca la excepción ibérica, como sucedió con el mecanismo energético.

Por ello no se puede bajar la guardia y tras los actos de celebración por la colocación de primeras piedras o de inicio de producción hay que seguir escudriñando cómo evoluciona el volátil entorno para estar preparados. Con ese propósito nace el Barómetro Movilidad+Auto y el nuevo canal de elDiario.es, como instrumentos para explicar la frenética transformación de la industria de la movilidad.

# La llegada de marcas chinas, más oportunidad que amenaza para el sector pero con diferencias

El 54,1% de las compañías considera una oportunidad de negocio la entrada de fabricantes chinos en la UE, frente al 41% que la percibe como una amenaza, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

**L**a llegada de las marcas chinas al mercado europeo genera una percepción más positiva que negativa en el conjunto de las empresas de automoción y movilidad españolas, aunque con diferencias significativas según el tipo de actividad. El 54,1% de las compañías consultadas por el Barómetro Movilidad+Auto 2026 considera una oportunidad la entrada de estos fabricantes en la Unión Europea y España, frente al 41% que la percibe como una amenaza.

Los datos reflejan así una división dentro del sector ante la expansión de los fabricantes chinos. Mientras las actividades relacionadas con la nueva movilidad y los servicios encuentran mayoritariamente oportunidades en la entrada de nuevos competidores, los actores más expuestos direc-

tamente a la fabricación y comercialización de vehículos muestran una percepción más contenida y sitúan los posibles riesgos por encima de las oportunidades.

## Diferencias por actividad

Las mayores diferencias aparecen al analizar la actividad de las empresas. Las compañías vinculadas a la nueva movilidad son

**Concesionarios y fabricantes son las empresas más críticas, con un 62,5% que ven las nuevas marcas como una amenaza**

las que muestran una percepción más favorable: el 70% considera una oportunidad la llegada de las marcas chinas a la UE, mientras que solo el 20% la interpreta como una amenaza y el 10% se muestra indiferente.

También entre los proveedores de componentes y servicios predomina esta visión, con un 56,3% de respuestas que apuntan a una oportunidad, frente al 37,5% que habla de una amenaza y el 6,3% que se muestra indiferente.

En cambio, los actores más directamente vinculados a la comercialización y fabricación de vehículos muestran una posición más cautelosa. El 62,5% de los concesionarios, puntos de venta y talleres considera una amenaza la llegada de las marcas chinas, fren-





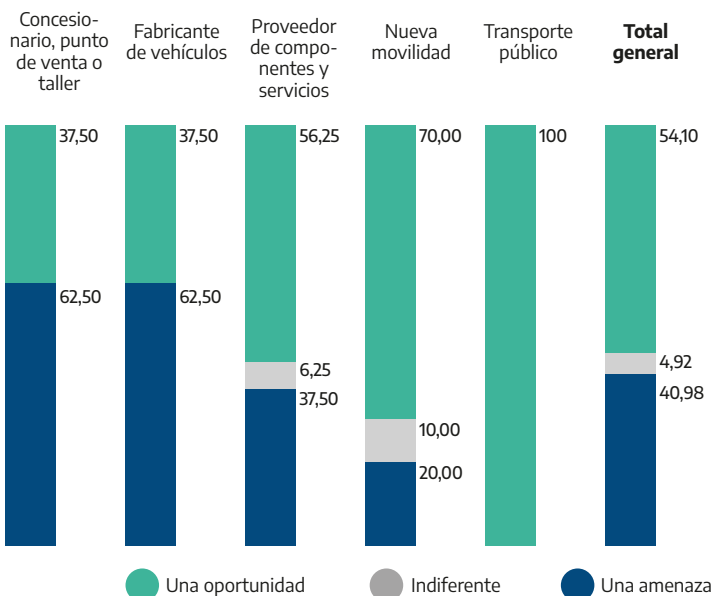
Desembarco de coches de SAIC en el puerto de Ferrol. EFE / Kike Delgado

te al 37,5% que la interpreta como una oportunidad, como se puede ver con la apertura de cientos de puntos de venta. El mismo reparto se registra entre los fabricantes de vehículos.

La valoración también presenta diferencias según el tamaño de las empresas, aunque en todos los segmentos predomina la consideración de oportunidad. Entre las pequeñas compañías, el 56,5% interpreta la llegada de las marcas chinas como una oportunidad, frente al 39,1% que la considera una amenaza. En las medianas, los porcentajes se sitúan en el 52,9% y el 41,2%, respectivamente, mientras que entre las grandes empresas la percepción de oportunidad alcanza el 52,4%, frente al 42,9% que la ve como una amenaza.

## ¿Cómo ve la llegada de marcas chinas a la UE?

(en %)





## Automoción: el momento de acelerar

**L**a automoción española afronta uno de los momentos más decisivos de su historia reciente. La transformación hacia la movilidad sostenible, la irrupción de nuevos fabricantes internacionales, la electrificación del parque móvil y la necesidad de reforzar la autonomía industrial europea están configurando un escenario lleno de desafíos, pero también de oportunidades. En este contexto, España cuenta con una ventaja competitiva evidente: una industria consolidada, una potente red de proveedores, capacidad tecnológica y una posición de liderazgo como segundo fabricante de automóviles de Europa.

Los datos invitan al optimismo. El Barómetro Movilidad+Auto 2026 refleja que el 44,9% de las empresas del sector espera una mejora de la actividad durante este año, mientras que siete de cada diez prevén aumentar su facturación y cerca de dos tercios confían en mejorar sus beneficios. Además, la inversión continúa creciendo y la contratación de nuevos perfiles profesionales sigue siendo una prioridad para la mayoría de las compañías.

Ese optimismo se apoya en una realidad tangible. La industria española de automoción alcanzó en 2025 una inversión récord de 3.197 millones de euros, un 24,7% más que el año anterior. Buena parte de esos recursos se han destinado a adaptar las fábricas españolas a la producción de vehículos electrifica-

dos y a atraer nuevos proyectos industriales. Al mismo tiempo, el sector mantuvo casi 54.000 empleos directos en las plantas de fabricación y generó una facturación superior a los 80.000 millones de euros.

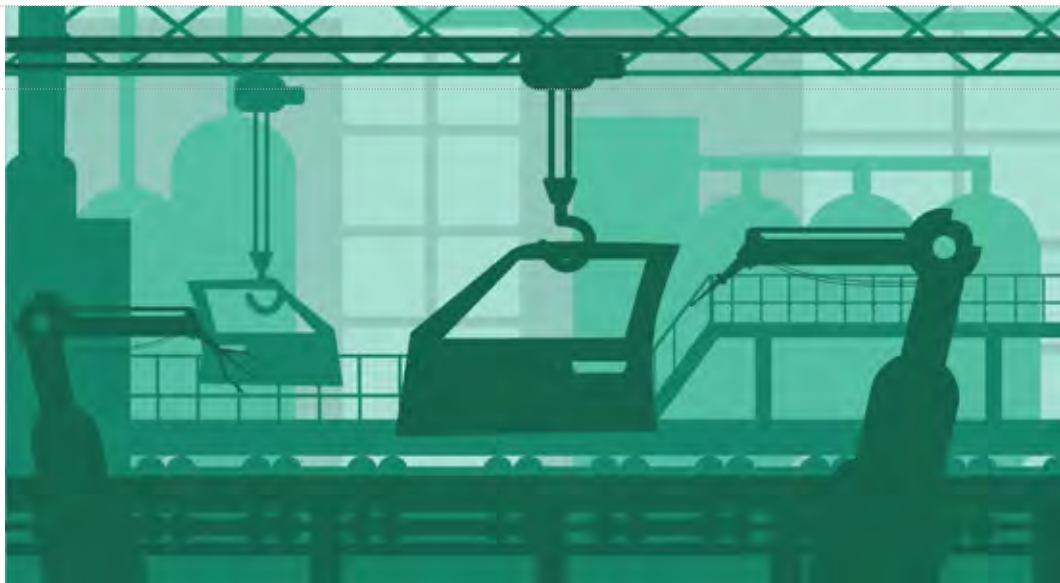
El peso de la automoción en la economía nacional es difícilmente discutible. Su contribución al PIB se acerca al 11%, representa el 18% de las exportaciones españolas y constituye uno de los principales motores industriales del país. Además, genera cientos de miles de empleos directos e indirectos y sigue siendo una actividad estratégica para numerosas regiones españolas.

En esta transformación juega un papel fundamen-

tal el recién estrenado Plan Auto+, aprobado por el Ministerio de Industria y Turismo y dotado con 400 millones de euros para incentivar la compra de vehículos eléctricos y electrificados. El programa introduce ayudas directas, simplifica la tramitación y, además, tiene carácter retroactivo para las adquisiciones realizadas desde el 1 de enero de 2026. Esta medida responde a una demanda histórica del sector y busca impulsar la demanda al mismo tiempo que favorece la producción industrial vinculada a la movilidad sostenible.

El Plan Auto+ forma parte de la estrategia España Auto 2030, una hoja de ruta diseñada para fortalecer la competitividad de la industria española, acelerar la electrificación y consolidar a nuestro país como

*España cuenta  
con una ventaja  
competitiva  
evidente: una  
industria  
consolidada,  
una potente red  
de proveedores,  
capacidad  
tecnológica y  
una posición de  
liderazgo como  
segundo fabricante  
de automóviles  
de Europa*



Abdillah Studio / Unsplash

uno de los grandes centros europeos de fabricación de vehículos eléctricos. El objetivo es claro: que la transición energética no suponga una pérdida de capacidad industrial, sino una oportunidad para generar más actividad económica, innovación y empleo.

Otro de los fenómenos que están redefiniendo el panorama industrial es la llegada de fabricantes chinos. Aunque parte del sector observa este proceso con cautela, el Barómetro Movilidad+Auto 2026 revela que prácticamente la mitad de las empresas considera esta presencia una oportunidad.

Y existen razones para ello. La implantación de grupos asiáticos en España puede suponer nuevas inversiones productivas, desarrollo tecnológico, centros de investigación y una creciente integración de proveedores nacionales en las cadenas de valor globales. El Gobierno ha insistido en que el objetivo no es atraer inversiones de corto recorrido, sino proyectos con arraigo industrial, capacidad de innovación y generación de empleo cualificado. El ejemplo de la colaboración entre Chery y Ebro en Barcelona ilustra precisamente esta estrategia de transferencia tecnológica y desarrollo industrial a largo plazo.

La electrificación también está impulsando la aparición de nuevos perfiles profesionales ligados a la digitalización, la ingeniería de baterías, el soft-

ware, la conectividad y la fabricación avanzada. No es casualidad que más del 83% de las empresas mantenga o incremente la incorporación de nuevos profesionales y que las inversiones en vehículo eléctrico lideren claramente la innovación empresarial.

Junto a ello emerge una oportunidad complementaria: la participación de la industria de automoción en el creciente esfuerzo inversor europeo en defensa. Según el Barómetro Movilidad+Auto 2026, más de la mitad de las empresas considera positiva esta posibilidad. Las capacidades industriales, tecnológicas y de fabricación de muchos proveedores del automóvil pueden encontrar nuevas vías de crecimiento en este ámbito, diversificando actividades y fortaleciendo la base industrial española.

España dispone hoy de los ingredientes necesarios para liderar la nueva movilidad europea: capacidad productiva, experiencia industrial, talento, inversiones y una estrategia pública orientada a la electrificación. El reto ahora consiste en transformar esa ventaja en una posición duradera. Si se mantiene la colaboración entre administraciones y empresas, el país tiene una oportunidad histórica para consolidarse como un auténtico hub de fabricación de vehículos eléctricos, innovación tecnológica y movilidad sostenible para las próximas décadas.

# La automoción espera una mejora del negocio, aunque con diferencias por actividad

Más de la mitad de las empresas confía en que el sector mejore en 2026 y el 65,6% prevé aumentar su resultado operativo, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026

**L**a previsión de mejora del negocio se impone en las perspectivas de las empresas de movilidad y automoción, aunque con diferencias significativas en función del tipo de actividad. El 50,8% de las compañías considera que el sector mejorará este año, frente a un 27,9% que espera que se mantenga estable y un 14,8% que prevé un descenso, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es. Por tamaño, las empresas medianas son las que muestran una mayor confianza, con un 52,9% que anticipa una mejora, seguidas de las pequeñas, con un 52,2%, y las grandes, con un 47,6%.

Las diferencias son más acusadas por actividad. Las empresas vinculadas a la nueva movilidad presentan la mayor proporción de respuestas favorables, con un 70% que espera una mejora del sector en 2026. Le siguen los fabricantes de vehículos, con un 62,5%, y los proveedores de componentes y servicios, con

un 56,3%. En el transporte público, todas las empresas participantes anticipan una mejora. En cambio, concesionarios, puntos de venta y talleres muestran una posición más prudente: solo un 12,5% espera una mejora, mientras el 56,3% prevé estabilidad y el 18,8%, un descenso.

## Facturación al alza

La evolución de la facturación también apunta a un escenario de crecimiento. En 2025, el 73,8% de

las empresas aumentó sus ingresos frente al ejercicio anterior, al sumar quienes registraron incrementos de hasta el 10%, hasta el 30%, hasta el 50% o superiores. Para 2026, la proporción que prevé elevar su facturación se sitúa en el 73,8%, mientras que un 16,4% espera mantenerla y un 9,8% anticipa descensos. Entre las distintas actividades, destaca la nueva movilidad, donde el 80% prevé aumentar sus ingresos, mientras que en fabricantes esta proporción alcanza el 50%.

La mejora también se traslada al resultado operativo. El 65,6% de las empresas registró un incremento de este indicador en 2025 y otro 65,6% espera volver a mejorarlo en 2026. Las empresas medianas presentan la mayor expectativa de crecimiento, con un 76,5%, por delante de las grandes, con un 66,7%, y las pequeñas, con un 56,5%. Por actividad, los proveedores de componentes y servicios alcanzan el 81,3% de previsiones de mejora,

**Las empresas de nueva movilidad son las más optimistas, mientras que concesionarios y talleres anticipan una evolución más contenida**



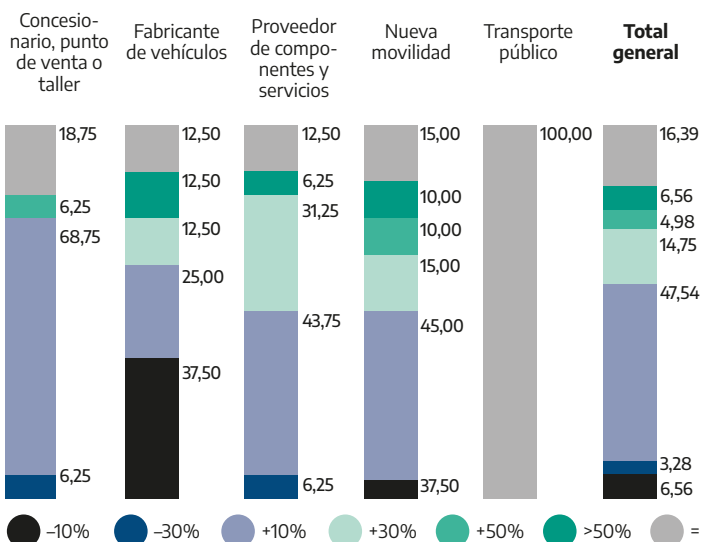
Visitantes en el salón Automóvil Barcelona / Fira de Barcelona

mientras que nueva movilidad se sitúa en el 70% y los fabricantes en el 62,5%.

Las exportaciones constituyen, sin embargo, un ámbito de mayor cautela. En 2025, el 55,7% de las empresas mantuvo sus ventas exteriores y solo el 14,8% las incrementó. Para 2026, el porcentaje que prevé aumentar sus exportaciones sube hasta el 19,7%, mientras que el 47,5% espera mantenerlas y un 6,6% anticipa un descenso. Las grandes empresas presentan las mayores expectativas de crecimiento exterior, con un 28,6%, frente al 21,7% de las pequeñas y el 5,9% de las medianas.

## Facturación de la empresa en 2026 (previsión respecto a 2025)

En porcentaje de empresas





## Una nueva era para la automoción

**L**a industria de la automoción atraviesa el momento más determinante de su historia. Electrificación, digitalización, un contexto geopolítico incierto, nuevas exigencias regulatorias, nuevas generaciones de consumidores, nuevos comportamientos de compra y una competencia global cada vez más intensa están redefiniendo el sector a una velocidad sin precedentes. En este contexto, la capacidad de adaptación ya no es una ventaja competitiva; es una condición indispensable para el éxito.

Durante décadas, el automóvil ha sido uno de los principales motores industriales de Europa y España. En nuestro país, la automoción representa cerca del 11% del PIB, genera empleo para más de dos millones de personas y exporta más del 85% de sus vehículos. Contamos con una base industrial sólida, una amplia red de proveedores, talento altamente cualificado y una reconocida capacidad de innovación. Sin embargo, garantizar esa competitividad a largo plazo es el gran reto. Debemos protegerla y potenciarla para asegurar el futuro del sector. Porque fortalecer la industria española es también contribuir a consolidar el liderazgo industrial de Europa en un entorno cada vez más exigente.

A pesar de los desafíos, existen razones para mirar al futuro con confianza. El Barómetro

Movilidad+Auto 2026 muestra que el 44,9% de las empresas del sector en España espera una evolución positiva de la industria de la automoción y la movilidad en 2026, mientras que el 71% prevé seguir aumentando su facturación. Además, la transformación tecnológica avanza con fuerza: más de la mitad de las compañías (53,8%) ya invierte en vehículo eléctrico, consolidando la electrificación como el principal motor de innovación. Son indicadores que reflejan una industria que sigue apostando por el crecimiento, la tecnología y el desarrollo del talento como palancas fundamentales para competir en el futuro.

Desde SEAT & CUPRA, iniciamos una nueva eta-

pa precisamente con esa ambición. Tras años de transformación, hemos construido una base industrial más sólida, más flexible y mejor preparada para responder a una demanda cada vez más variable, condicionada por la evolución de los mercados. Nuestro objetivo es seguir reforzando nuestro papel industrial dentro del Grupo Volkswagen y contribuir activamente a la transformación del sector en Europa desde España. La llegada del CUPRA Raval abre una nueva era para Martorell, una planta preparada para adaptarse a las necesidades del mercado mediante una producción flexible. CUPRA, por su parte, se ha consolidado como una de las marcas automovilísticas de mayor crecimiento en Europa y seguirá sien-

*SEAT & CUPRA tiene  
un futuro sólido.  
Afrontamos esta  
nueva era desde  
una posición de  
fortaleza, con clara  
vocación industrial y  
la convicción de que  
la transformación  
es una oportunidad  
para generar  
crecimiento, impulsar  
la innovación  
y contribuir a la  
automoción europea*



do nuestro principal motor de crecimiento y creación de valor. Para 2030, el foco es impulsar todo su potencial mediante la renovación continua de su gama y una mayor expansión internacional.

No existe una hoja de ruta única para la industria más allá de la próxima década. La regulación, el contexto geopolítico, la evolución tecnológica y las dinámicas del mercado seguirán configurando el camino. Lo que sí sabemos es que las empresas que se

transformen y mantengan la capacidad de adaptarse estarán mejor preparadas para liderar ese futuro.

SEAT & CUPRA tiene un futuro sólido. Afrontamos esta nueva era desde una posición de fortaleza, con una clara vocación industrial y con la convicción de que la transformación representa una oportunidad para generar crecimiento, impulsar la innovación y contribuir al futuro de la automoción europea. Porque el futuro no se espera. Se construye.

# El empleo mantiene su crecimiento, aunque pierde impulso en 2026

El 39,3% de las empresas aumentó su plantilla en 2025 y el mismo porcentaje prevé hacerlo en 2026, mientras crece ligeramente la proporción que anticipa recortes

**E**l empleo en el sector de la automoción y la movilidad mantiene una evolución positiva, aunque las previsiones para 2026 apuntan a una cierta moderación. El 39,3% de las empresas aumentó su plantilla en 2025, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es, mientras que otro 52,5% mantuvo estable el número de trabajadores. Solo un 8,2% redujo su plantilla.

Las previsiones para 2026 mantienen el porcentaje de empresas que espera incrementar el empleo en el 39,3%, pero elevan hasta el 9,8% las compañías que anticipan una reducción de plantilla. Al mismo tiempo, el 50,8% prevé mantener sus niveles de empleo. El resultado dibuja un mercado laboral relativamente estable, aunque con una ligera pérdida de dinamismo respecto al comportamiento registrado en 2025.

Por tipo de empresa, los proveedores de componentes y servicios presentan una de las evoluciones más significativas. En 2025, el 31,3% aumentó su plantilla y un 25% la redujo, mientras que el 43,8% la mantuvo. Para 2026, el porcentaje que prevé contratar sube hasta el 37,5%, aunque se mantiene en el 25% la proporción que espera reducir empleo.

Entre los fabricantes de vehículos, el 25% incrementó sus

plantillas en 2025 y el 62,5% las mantuvo, frente a un 12,5% que las redujo. Las previsiones para 2026 apuntan a una mayor estabilidad: el 37,5% espera aumentar el empleo y el 62,5% mantenerlo, sin empresas que anticipen descensos.

## Los proveedores afrontan 2026 con mayor contratación

Los concesionarios, puntos de venta y talleres también muestran una evolución contenida. El 43,8% aumentó su plantilla en 2025 y el 56,3% la mantuvo, mientras que para 2026 el porcentaje de empresas que prevé aumentar el empleo baja al 31,3% y un 12,5% contempla reducciones.

Las empresas de nueva movilidad mantienen una posición más expansiva: la mitad aumentó su plantilla en 2025 y otro 50% la mantuvo, y para 2026 se mantienen esas previsiones.

**El cambio del sector también se refleja en la necesidad de nuevos perfiles profesionales, especialmente en los proveedores**



Una trabajadora junto a un robot humanoide / BMW

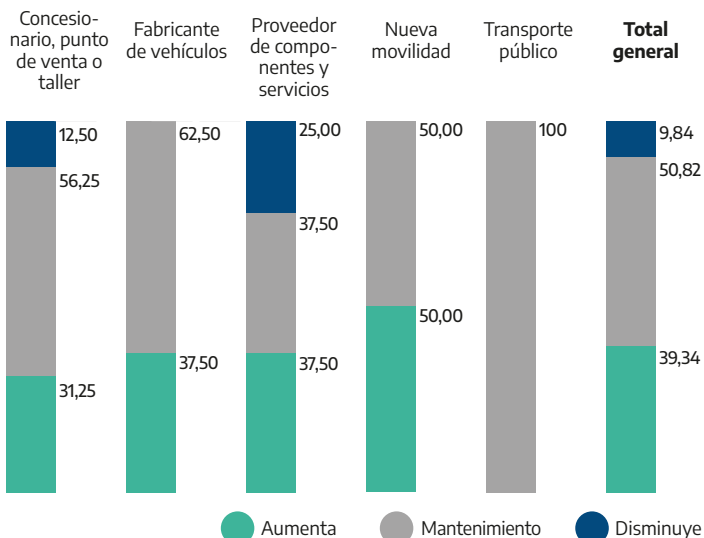
La transformación del sector también se refleja en la incorporación de nuevos perfiles profesionales. El 39,3% de las empresas prevé aumentar la contratación de nuevos perfiles, mientras que un 45,9% mantendrá su nivel actual y un 8,2% no incorporará nuevos perfiles.

### Más contratación de nuevos perfiles

Los proveedores vuelven a destacar, con un 56,3% que prevé aumentar la contratación de nuevos profesionales. En nueva movilidad, el porcentaje alcanza el 45%, mientras que entre fabricantes y concesionarios se sitúa en el 25%.

## Evolución de la plantilla en 2026

Previsión respecto a 2025 (en porcentaje de empresas)



# La búsqueda de financiación adicional y el apoyo público apuntalan la actividad y los proyectos

El 26% de empresas recibe fondos públicos y el 14,8% recurre a nuevas fuentes de financiación, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es

**L**as compañías del sector de la movilidad y la automoción están afrontando la actual coyuntura con estrategias diferentes en función de su tamaño y actividad. En el conjunto de las empresas, las opciones más utilizadas son la búsqueda de una mayor financiación (casi 15%), el freno o revisión de inversiones (13%) y el ajuste de la plantilla (11,5%), según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es.

De forma paralela a la necesidad de financiación, un 26% de las compañías ha recurrido a financiación o ayudas públicas como apoyo a su actividad y sus proyectos. Las empresas de transporte encabezan esa financiación de origen público con un 100%, seguidas de fabricantes (50%) y proveedores (31%).

El tamaño de la compañía marca diferencias importantes. Las grandes empresas presentan los porcentajes más elevados en medidas relacionadas con el empleo

y las inversiones: un 28,6% declara aplicar ERE o despidos y otro 28,6% ha frenado o reducido inversiones. Además, un 23,8% ha recurrido al cese de contratos temporales y un 19% a ERTE de suspensión de contratos o reducción de jornada. En cambio, solo un 9,5% señala nuevas fuentes de financiación o refinanciación.

Entre las empresas medianas, la estrategia es más diversificada.

**Las grandes empresas recurren más a ajustes de empleo y control de inversiones, mientras que la financiación domina entre proveedores y nueva movilidad**

El 29,4% señala otras medidas, mientras que un 17,6% recurre a nuevas fuentes de financiación. Los ajustes de empleo tienen una incidencia del 5,9% tanto en contratos temporales como en ERE o despidos, mientras que los ERTE alcanzan el 11,8%. Entre las pequeñas empresas, las medidas laborales tienen una presencia menor: solo un 4,3% aplica cese de contratos temporales, otro 4,3% ERTE y el mismo porcentaje frena o reduce inversiones. El 17,4% busca nuevas fuentes de financiación y el 26,1% adopta otras medidas.

## Diferencias según la actividad

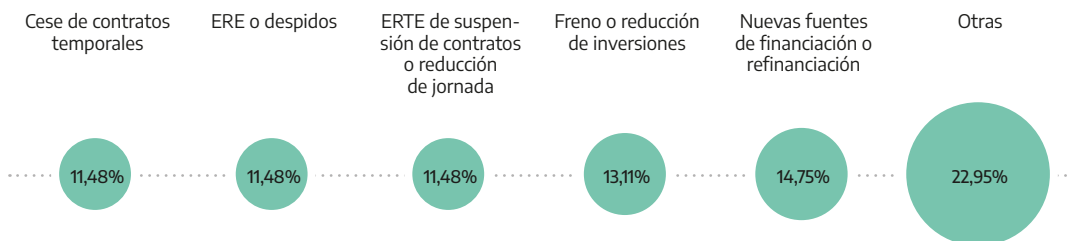
Por actividad, los fabricantes de vehículos destacan por el recurso a los ERTE, que alcanza el 62,5% de las empresas. También un 25% declara haber aplicado ERE o despidos y otro 25% haber recurrido al cese de contratos temporales. Además, un 25% señala otras medidas y un 12,5% nuevas vías de financiación.



Contenedores en una terminal del Puerto de València / Valenciaport

## ¿Qué medidas aplica la empresa ante la coyuntura actual?

En porcentaje de empresas



Los proveedores de componentes y servicios presentan una estrategia más repartida: un 25% aplica otras medidas y otro 25% ha recurrido al cese de contratos temporales; un 18,8% señala ERE

o despidos, el mismo porcentaje frena inversiones y otro 18,8% busca nuevas fuentes de financiación.

Los concesionarios, puntos de venta y talleres concentran

su respuesta en el control de las inversiones, con un 25% que declara haberlas frenado o reducido, mientras que el 12,5% aplica ERE o despidos y otro 12,5% señala otras medidas.

# Stellantis acelera su transformación con el plan estratégico FaSTLAne 2030

El grupo automovilístico moviliza 60.000 millones de euros para reforzar su competitividad, acelerar el desarrollo de nuevos vehículos y ganar flexibilidad industrial y tecnológica

La transformación de la industria del automóvil no solo exige nuevos modelos y nuevas tecnologías, sino ganar velocidad en el desarrollo, mejorar la rentabilidad y encontrar nuevas formas de colaboración en un mercado en constante evolución. Stellantis ha diseñado el plan estratégico FaSTLAne 2030 para afrontar los retos combinando su escala global con una mayor capacidad de adaptación a las necesidades de cada región. El CEO del grupo, Antonio Filosa, destaca que el plan «está diseñado para impulsar el crecimiento rentable a largo plazo» con la premisa de «tener el cliente en el centro de todo lo que hacemos» y con el objetivo de «conectar a personas con las marcas y con los productos que aman y en los que confían».

La estrategia movilizará 60.000 millones de euros durante los próximos cinco años y se articula en seis grandes líneas: una gestión más precisa de la cartera de marcas, la inversión en plata-

formas y tecnologías globales, el desarrollo de alianzas, la optimización de la huella industrial, la mejora de la ejecución y el refuerzo de los equipos y las regiones. El objetivo es combinar las ventajas de una gran compañía global con la capacidad de responder con rapidez a las particularidades de cada mercado. Para ello el grupo cuenta con icónicas marcas Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge, DS Automobiles, FIAT, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, Ram, Vauxhall, Free2move y Leasys.



## Más de 60 nuevos vehículos

Una de las expresiones más visibles de esta estrategia será la renovación de la oferta. Stellantis prevé lanzar más de 60 nuevos vehículos y realizar otras 50 renovaciones significativas has-

ta 2030, combinando eléctricos de batería, híbridos enchufables, vehículos de autonomía eléctrica extendida, híbridos y modelos de combustión y mild hybrid. La compañía pretende mantener diferentes soluciones de movilidad para adaptarse a las necesidades de los clientes y a las características de cada mercado.

La tecnología constituye otro de los grandes ejes de FaSTLAne 2030. Stellantis prevé invertir más de 24.000 millones de euros en cinco años en plataformas globales, sistemas de propulsión y nuevas tecnologías. La nueva plataforma STLA One contribuirá a simplificar y hacer más eficiente el desarrollo de vehículos. La previsión es que, en 2030, tres plataformas globales concentren la mitad de los volúmenes anuales del grupo.

A esta arquitectura se suma una nueva generación de tecnologías digitales. STLA Brain, STLA SmartCockpit y STLA AutoDrive integrarán software, conectividad, inteligencia artificial y asistencia a



la conducción. Su despliegue comenzará en 2027 y Stellantis prevé que en 2030 el 35% de sus volúmenes mundiales incorpore al menos una de estas tecnologías. La filosofía que guía esta evolución es que la innovación tenga una aplicación concreta para el usuario: tecnología «made for humans».



### Alianzas para acelerar

La colaboración con otros fabricantes y empresas tecnológicas adquiere una dimensión estratégica. Stellantis busca utilizar las alianzas para complementar sus capacidades, compartir inversiones, ampliar mercados y mejorar la competitividad de su cadena de suministro.

En España, esta estrategia tiene una aplicación especialmente relevante a través de Leapmotor International, participada en un 51% por Stellantis. Ambos grupos contemplan colaborar en compras y proveedores y compartir capacidad industrial en las plantas de Madrid y Zaragoza, en línea con los futuros requisitos de fabricación europea. El modelo se extiende a otros mercados y socios, con nuevas fórmulas de cooperación con Dongfeng y sinergias con Tata y Jaguar Land Rover. En el ámbito tecnológico, Stellantis trabaja con

compañías como NVIDIA, Qualcomm, CATL, Uber, Mistral AI y Wayve, entre otras.

### Más flexibilidad y velocidad

La transformación alcanza también a las fábricas. FaSTLANe 2030 plantea elevar la utilización de la capacidad industrial mediante el aumento de volúmenes, la reutilización de instalaciones y el intercambio de capacidad con socios.

La velocidad es otro de los elementos centrales de la estrategia. El objetivo de Stellantis es reducir de 40 a 24 meses el tiempo necesario para desarrollar nuevos vehículos. La inteligencia artificial tendrá un papel relevante en este proceso. El grupo ya cuenta con más de 120 aplicaciones de IA desplegadas en sus operaciones. A ello se suma el Value Creation Program, que pretende alcanzar 6.000 millones de euros de reducción anual de costes en 2028 respecto a la base de 2025.

**Stellantis prevé lanzar más de 60 nuevos vehículos y realizar otras 50 renovaciones significativas hasta 2030**



## *Al mal tiempo buena cara*

**E**s curioso como la conclusión que se desprende del Barómetro de Movilidad+Auto2026 es que el sector del automóvil en España se muestra optimista cuando lo que se palpa es un cierto pesimismo porque siguen sin estar las cosas claras. La razón podría estar en las fuertes inversiones para adaptarse a las nuevas tecnologías sin, por otro lado, dejar las antiguas. En general, ni los grandes fabricantes van a dejar de invertir en un futuro, ni tampoco los concesionarios, talleres y demás, salvo que quieran salir del negocio.

Es llamativo que un 68% de las empresas van a aumentar o mantener la inversión en eso que llaman «nueva movilidad», que la gente de la calle no acaba de tener claro. Y sorprende porque las empresas de 'carsharing', por ejemplo, que se supone que están de lleno en esa «nueva movilidad», no están en su mejor momento. Se indica que el coche eléctrico y los híbridos enchufables son el origen de que las inversiones anuales hayan crecido y que asuman prácticamente el 50% de las mismas. Algo que es natural porque las viejas tecnologías prácticamente no se están revisando o actualizando.

En cuanto al coche eléctrico de baterías (BEV), la incertidumbre que lo rodeaba ha ido desapareciendo. El común de los mortales empieza a tener claro cuáles son sus virtudes, sus defectos y para qué uso son adecuados. Además, la aparición de modelos con precios más ajustados ha incentivado, incluso tanto como las esporádicas subvenciones, la venta. Lo que no ha conseguido este tipo de vehículos es mantener un buen valor residual. Muchos de los profesionales de la venta de ocasión no los

quieren y otros les buscan una salida comercial fuera de España. Además, no hay que perder de vista el riesgo que suponen las baterías usadas y el alto ritmo de actualización que tienen los componentes de estos coches.

Se veía venir que la lentitud de la Comisión Europea a la hora de desarrollar nuevas normas iba a dejar sin demasiado efecto los aranceles a Estados Unidos y a China. El caso de los vehículos chinos es particularmente asombroso en un momento en que ya hay cuatro marcas que tienen modelos en el mercado español salidos de las plantas de Zona Franca (Barcelona) y de Linares (Jaén), y todavía no está aprobada la norma de contenido local (debería ser el 70%) para que sean considerados de producción europea. Con suerte, la norma saldría a final de año. Mientras tanto, estas fábricas actúan como meras ensambladoras, con compras reducidas de materiales, piezas y componentes españoles o europeos. Son buenas noticias que Chery, Geely, SAIC y BAIC vaya a fabricar en España, pero que lo hagan con todas las de la ley (nunca mejor dicho). En caso contrario, es competencia desleal.

Con respecto a las importaciones de coches chinos, nada que oponer. Pero las autoridades europeas deberían exigir que lo hicieran de forma que sus clientes tengan asegurado el servicio de mantenimiento. Empieza a haber algún temor respecto a los modelos de algunas marcas que carecen de la capacidad de atender a sus clientes con recambios y accesorios. No sólo sus valores residuales están cayendo por los suelos, sino que hay países en los que las aseguradoras se niegan a cubrirlos porque las reparaciones se eternizan en los talleres.



## *Automoción española: viento a favor, corrientes de fondo*

**L**a automoción española encara este tramo final de 2026 con más razones para el optimismo que para la inquietud. Después de años marcados por la pandemia, los problemas de suministro, la inflación, la transformación tecnológica y una regulación cada vez más exigente, las empresas parecen haber recuperado confianza en la evolución del negocio.

Así lo refleja el Barómetro Movilidad+Auto 2026 con una mayoría de compañías que espera una mejora del sector y de las cuentas. La inversión acompaña esa confianza y buena parte de ese esfuerzo apunta precisamente hacia las áreas que definirán el automóvil de los próximos años. El vehículo eléctrico encabeza las prioridades tecnológicas, seguido del híbrido, las infraestructuras de recarga y las plataformas de movilidad.

La transformación, por tanto, no parece estar quedándose únicamente en declaraciones de intención y el sector sigue incorporando perfiles profesionales especializados. El empleo presenta además un escenario de estabilidad con sesgo favorable y también el mercado ofrece señales positivas. Las matriculaciones crecen y la electrificación gana presencia. A ello se suma un dato relevante: pese a las tensiones comerciales internacionales, la mayoría de las empresas considera limitado el impacto de los aranceles. Incluso la llegada de fabricantes chinos es percibida mayoritariamente como una oportunidad.

El panorama, por tanto, dista de ser sombrío. Pero la buena navegación no elimina algunas corrientes de fondo que merece la pena vigilar. Una de ellas es industrial. Mientras el mercado interior crece, la producción española de vehículos retrocedió un 1,7% durante el primer semestre por la adaptación de las plantas a nuevos modelos electrificados y la debilidad de algunos de los grandes mercados europeos.

La balanza comercial ofrece otra señal de cautela. Las importaciones crecen bastante más deprisa que las exportaciones y el superávit exterior de la automoción se ha reducido con fuerza. Al mismo tiempo, los fabricantes afrontan una transformación costosa, junto a la competencia internacional, la presión regulatoria y la necesidad de renovar un parque automovilístico todavía muy envejecido.

Nada de ello invalida las buenas perspectivas actuales. Más bien recuerda que el éxito de la transición no puede medirse únicamente por las ventas o por el avance del vehículo electrificado. España parte de una posición industrial relevante, cuenta

con empresas dispuestas a invertir y mantiene expectativas de crecimiento. El desafío consiste en transformar ese impulso en más producción, mayor valor añadido y capacidad exportadora. El mar, en definitiva, está razonablemente en calma y el viento sopla a favor. Conviene aprovecharlo sin olvidar que, bajo la superficie, siguen existiendo corrientes capaces de alterar el rumbo.

*El mar está  
razonablemente  
en calma y  
el viento sopla  
a favor; conviene  
aprovecharlo  
sin olvidar  
las corrientes*



## *El momento de transformar para competir*

**L**a automoción española vive un momento decisivo. No hablamos solo de cifras, sino de industria, empleo y futuro. Detrás de cada vehículo fabricado hay miles de trabajadores, proveedores y familias que dependen de una cadena de valor que durante décadas ha situado a España entre los grandes países fabricantes de Europa y del mundo. Pero hay que recordar que esta posición no está garantizada, se ha de seguir trabajando para poder competir.

El sector en España ha hecho los deberes. En 2025, los turismos electrificados alcanzaron un volumen récord de 225.617 unidades vendidas, el doble que el año anterior y el 20% de cuota de mercado. Una señal clara de que el mercado empieza a responder, de que la oferta crece y de que los ciudadanos ven la electrificación como una opción clara de compra. Vamos por la senda correcta, pero hemos de acelerar. Europa superó el 25% y sigue creciendo. Los datos de 2026 marcan esa aceleración donde las ayudas públicas y el esfuerzo de las marcas por poner modelos con enchufe más accesibles nos hacen aspirar a un cierre de año en el que uno de cada cuatro turismos vendidos sea electrificado.

La electrificación ha establecido un nuevo juego, con nuevas reglas. España y Europa compiten en un tablero global cada vez más exigente. China avanza con fabricantes muy potentes, enorme capacidad tecnológica y una escala industrial difícil de igualar. Estados Unidos protege e impulsa su industria con instrumentos muy ambiciosos. Europa no pue-

de responder con lentitud, fragmentación o dudas. Necesitamos una política industrial que acompañe la transición, que defienda nuestra capacidad productiva y que permita a nuestras fábricas atraer nuevos modelos e inversiones. Ahí la Ley de Aceleración Industrial ha de ser el engranaje clave que siga impulsando la capacidad industrial y de atracción de nuevas oportunidades en Europa.

Atravesamos un momento de cambio decisivo. Porque esta transformación no es solo eléctrica, es profundamente tecnológica. El vehículo autónomo, conectado y definido por software va a ganar relevancia. Quien domine esas tecnologías dominará también una parte esencial del valor industrial del automóvil. España tiene fábricas, talento, proveedores, centros tecnológicos y marcas comprometidas. Lo que necesita ahora es velocidad, certidumbre y una estrategia de país como la que se ha consensuado en el Plan España Auto 2030. Un plan con un objetivo claro y una visión única: mantenernos como referente en este nuevo escenario.

La automoción no pide privilegios, pide condiciones para seguir invirtiendo, proteger el empleo y asegurar que la próxima generación de vehículos también se diseñe, se desarrolle, se fabrique aquí y continúe siendo un actor clave en la riqueza y en la balanza comercial española. Y, todo ello, siempre con una regulación europea y española compatible con el mercado y la competitividad de la industria, ambiciosa pero realista.



## *Sin industria no habrá sociedad del bienestar*

**L**a automoción europea afronta una etapa decisiva. A la transformación tecnológica y la descarbonización se suma la competencia global, las tensiones geopolíticas, los costes elevados y un marco regulatorio que condiciona la inversión. El reto ya no es solo avanzar hacia una movilidad más sostenible, sino garantizar el empleo y la capacidad industrial en Europa. España parte de una posición privilegiada gracias a una cadena de valor sólida e internacionalizada en la que los proveedores son esenciales con más del 75 % del valor del vehículo, 40.949 millones de facturación, 325.850 empleos, exportaciones por 24.688 millones y 1.220 millones en I+D+i, un 3% de su facturación y el doble de la media industrial española. Pero esta fortaleza no puede darse por garantizada. La incertidumbre geopolítica y económica sigue impactando en los costes energéticos, logísticos, de materias primas y de financiación. Si el contexto no mejora, la industria de proveedores de automoción podría prolongar la moderada contracción de la facturación y registrar un ligero ajuste del empleo.

La situación no es exclusivamente española. En Europa, el 76% de los proveedores espera en 2026 una rentabilidad inferior al 5%, un nivel insuficiente para sostener a largo plazo las inversiones en innovación y capacidad industrial, según CLEPA. Uno de cada cuatro prevé incluso pérdidas. En este contexto, la competitividad industrial debe situarse al mismo nivel que los objetivos climáticos. Según

una encuesta de YouGov encargada por CLEPA, una media del 47% de los ciudadanos apoya incentivar alternativas más limpias en lugar de prohibir tecnologías. Necesitamos un marco predecible y basado en la neutralidad tecnológica.

También debemos promover la producción local en Europa, facilitar la financiación, especialmente para las pymes, reducir cargas administrativas y garantizar costes energéticos competitivos. Será igualmente clave impulsar la innovación, la digitalización y el talento, así como la renovación del parque. La movilidad del futuro será sostenible, segura, conectada y automatizada, pero también debe seguir siendo industrial. Europa no puede limitarse a regular: debe conservar la capacidad de diseñarla, desarrollarla y fabricarla. Tenemos una oportunidad única con la Ley de Aceleración Industrial europea y el concepto 'Made in Europe' que debe medir el valor industrial real. Desde SERNAUTO defendemos que el ensamblaje final de los vehículos es importante, pero el valor también está en los componentes, subcomponentes, ingeniería, software, innovación y tecnología.

España dispone de conocimiento, empresas y talento para liderar esta transformación. El desafío es convertir esa capacidad en nuevas inversiones (para las que España está muy bien posicionada), proyectos y empleo mediante una política industrial ambiciosa que permita a nuestros fabricantes y proveedores seguir siendo imprescindibles en la nueva cadena global de la movilidad.

# La tensión geopolítica golpea de forma desigual a las empresas de movilidad

El conflicto de Irán y el bloqueo del estrecho de Ormuz generan un impacto de 2,84 puntos sobre cinco, por encima del efecto de los aranceles de EEUU

**L**a creciente tensión geopolítica deja huella en las empresas de automoción y movilidad. El conflicto bélico de Irán y el bloqueo del estrecho de Ormuz son percibidos como una amenaza moderada, con un impacto medio de 2,84 puntos sobre una escala de uno a cinco, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es. Los aranceles de Estados Unidos registran un efecto sensiblemente menor, de 2,20 puntos, mientras que los aranceles de la UE a China alcanzan 2,54 puntos.

El impacto de la crisis de Oriente Próximo presenta diferencias importantes según el tipo de empresa. Los negocios vinculados directamente al cliente final, como concesionarios, puntos de venta y talleres, son los que declaran una mayor exposición por la incertidumbre generada, con una valoración media de 3,38 puntos. Entre los grandes bloques empresariales,

los fabricantes de vehículos alcanzan 2,75 puntos, los proveedores de componentes y servicios 2,69 y las empresas de nueva movilidad 2,50.

El impacto de la política arancelaria estadounidense presenta un comportamiento diferente. Las grandes empresas sitúan su efecto en 2,76 puntos, frente a 2,63 en concesionarios, 2,50 en

fabricantes y 1,94 entre los proveedores de componentes. Las compañías de nueva movilidad muestran una exposición similar, de 1,95 puntos.

## Los aranceles de EEUU

La diferencia también se aprecia por tamaño. Las empresas grandes registran una valoración media de 2,76 puntos, claramente por encima de las medianas, con 1,94, y las pequeñas, con 1,87. El resultado global se queda en 2,20 puntos, lo que apunta a un impacto más concentrado en las compañías de mayor dimensión y con una mayor exposición internacional.

## La relación comercial con China

Los aranceles de la UE a China tienen un impacto medio de 2,54. Los concesionarios alcanzan 3,13 puntos, seguidos de los fabri-

**Los concesionarios son los más expuestos a la guerra de Irán por la incertidumbre generada, mientras que las grandes empresas temen más los aranceles**



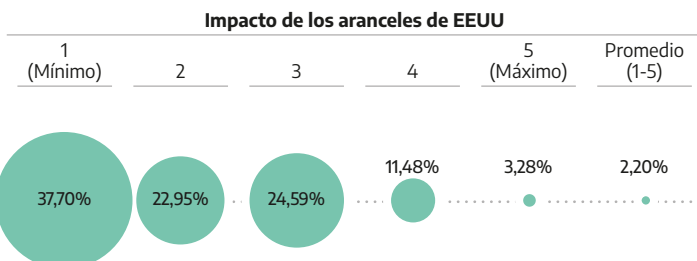
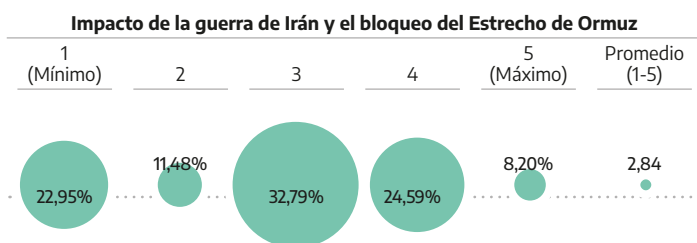
Control del tráfico de buques de Irán en el estrecho de Ormuz EFE / EPA / Hasan Shirvani

cantes, con 2,75, los proveedores, con 2,44, y las empresas de nueva movilidad, con 2,05. Por tamaño, las grandes empresas son las más expuestas, con 2,81 puntos, frente a 2,74 en las pequeñas y 1,94 en las medianas.

La valoración de los aranceles europeos a China ofrece un resultado similar, con una media general de 2,47 puntos. Los concesionarios vuelven a situarse por encima de la media, con 3,06 puntos, mientras que los proveedores alcanzan 2,44, las empresas de nueva movilidad 2,11 y los fabricantes 2,25. Por tamaño, las grandes empresas registran 2,80 puntos, las pequeñas 2,57 y las medianas 1,94.

## ¿Qué efecto tiene la tensión geopolítica en la empresa?

Porcentaje de empresas en cada nivel. 1 = impacto nulo 5 = mucho impacto





## *La confianza también se administra*

La disposición a invertir responde a un mercado que funciona. Las ventas de vehículos electrificados crecen con el apoyo del Plan Auto+ y de los planes autonómicos de renovación del parque, y la llegada de nuevos fabricantes ha ampliado la oferta y ajustado los precios

**H**ay un dato del Barómetro Movilidad+Auto que resume bien el momento del sector: el 77,1% de las empresas de automoción declara no recibir financiación ni subvención pública, y aun así casi dos de cada tres prevén aumentar su inversión este año. La transformación del sector se está financiando, en su mayor parte, con recursos propios.

Esa disposición a invertir responde a la lectura de un mercado que funciona. Las ventas de vehículos electrificados crecen con el apoyo del Plan Auto+ y de los planes autonómicos de renovación del parque, y la llegada de nuevos fabricantes ha ampliado la oferta y ajustado los precios en beneficio del comprador. Cuando el producto está disponible y el incentivo llega a tiempo, la demanda aparece.

Las cifras del Barómetro reflejan esa confianza: el 44,9% de las compañías espera una mejora del sector y el 71% prevé incrementar su facturación. El esfuerzo inversor se reparte entre el vehículo eléctrico, en el que invierte el 53,8% de las empresas, y el híbrido, que concen-

tra el 46,2%. La neutralidad tecnológica está aplicándose ya en las decisiones de balance.

También cambia la plantilla del concesionario. El 83,6% de las empresas mantiene o incrementa la incorporación de nuevos perfiles, en un negocio donde vender un vehículo eléctrico exige explicar la infraestructura de recarga, el coste real de uso y el encaje de las ayudas disponibles.

Desde Faconauto sostenemos que este escenario justifica objetivos ambiciosos para el conjunto del año: 1,3 millones de unidades matriculadas y una penetración de los electrificados próxima al 30%. Son cifras que el mercado puede alcanzar, con la condición de que el apoyo público no se interrumpa. Más de la mitad de las empresas señala el impacto elevado de la normativa de emisiones sobre su actividad, y ese esfuerzo solo es sostenible con políticas alineadas.

La confianza que mide el Barómetro es un activo, y como todo activo puede consumirse. Mantenerla depende de lo que el sector encuentre enfrente la próxima vez que decida invertir.

*La confianza que mide el Barómetro es un activo, y puede consumirse. Mantenerla depende de lo que el sector encuentre enfrente la próxima vez que decida invertir*



## *Marcas chinas: el reto de la fidelización*

**L**a irrupción de las marcas chinas es ya un factor de transformación del mercado en España. La más reciente edición del Barómetro Movilidad+Auto así lo evidencia: el 49% de las empresas considera su llegada una oportunidad, mientras que más del 46% la percibe como una amenaza. Un empate que refleja las dos caras de un fenómeno que está alterando el mercado. La oportunidad es evidente. Estas marcas han llegado con una oferta amplia, avanzada y muy competitiva en precio. Dinamizan las matriculaciones, amplían las opciones del consumidor y democratizan el acceso a tecnologías electrificadas. Además, España presenta unas condiciones especialmente favorables para su penetración: el precio tiene un peso importante en la decisión de compra y los consumidores más jóvenes muestran menos prejuicios hacia el 'Made in China'.

Pero sería un error analizar este fenómeno únicamente desde el crecimiento de las ventas. La verdadera prueba llegará después. No todas las marcas que están desembarcando conseguirán consolidarse y la propia distribución comienza a encontrarse ante una oferta difícil de absorber. El mercado terminará ordenándose y habrá que comprobar qué proyectos tienen detrás un modelo de negocio sostenible. Porque vender un vehículo es solo el principio de la relación con el cliente. El reto estará en la pos-venta, en el mantenimiento, en -muy importante- la disponibilidad de recambios y -muy importante también- en el valor residual. Será dentro de tres o cuatro años cuando podamos comprobar si quienes hoy compran estas marcas vuelven a elegir las.

Porque vender demuestra capacidad comercial; retener al cliente, demuestra confianza y fidelización.

Lo que sí es cierto es que la presión competitiva de las marcas chinas ya se está sintiendo y trasciende el vehículo nuevo desplazando compradores de vehículos seminuevos hacia modelos chinos y presionando a la baja el precio del. El Índice GANVAM muestra cómo este ajuste alcanza ya a todas las edades: incluso los vehículos de más de diez años redujeron alrededor de un 4% su precio durante el primer semestre.

Las marcas chinas son una realidad y un motor de cambio. La competencia estimula el mercado, amplía las opciones del consumidor y acelera la innovación. Además, en un contexto de mayor oferta que demanda, los concesionarios parecen obtener mejor rentabilidad con la distribución de estos modelos chinos, sin olvidar que estas nuevas marcas apuestan por la venta a través de acuerdos con distribuidores ya asentados y no por venta directa con contratos de agencia.

Ahora bien, su expansión debe hacerse garantizando unas condiciones equilibradas para todos los operadores y asegurando que estas nuevas marcas facilitan información técnica para cumplir así con sus obligaciones de homologación. El sector español de la distribución ha demostrado muchas veces su capacidad de adaptación. Ahora afronta una nueva transformación. La clave no estará únicamente en quién consiga vender más coches, sino en quién sea capaz de construir confianza, aportar valor durante toda la vida del vehículo y convertir una primera compra en una relación duradera.

# Hyundai da un salto en la tecnología de los vehículos eléctricos con IONIQ 3

El nuevo compacto eléctrico de Hyundai lleva al segmento urbano la filosofía IONIQ, con un diseño aerodinámico, un habitáculo concebido como un espacio habitable y una nueva generación de conectividad

**L**a electrificación del automóvil también implica replantear la relación entre el vehículo y las personas que lo utilizan cada día. Bajo esta premisa nace el Hyundai IONIQ 3, un compacto 100% eléctrico con el que la marca traslada su visión de la movilidad eléctrica a un formato pensado para las necesidades cotidianas de los conductores europeos y que supone un salto en tecnología. El modelo combina diseño, eficiencia, habitabilidad y tecnología conectada en una propuesta que busca hacer más sencilla la experiencia de conducir un vehículo eléctrico. Su desarrollo europeo refleja además la intención de adaptación a los hábitos de movilidad y a las carreteras del continente.

Uno de los rasgos más reconocibles del IONIQ 3 es su silueta «Aero Hatch», una nueva interpretación del compacto eléctrico que persigue simultáneamente una buena eficiencia aerodinámica y una utilización inteligente del



espacio. Su frontal bajo da paso a una línea de techo que se prolonga sobre los ocupantes y desciende progresivamente hacia la zona posterior. Esta configuración contribuye a conseguir un coeficiente aerodinámico de aproximadamente 0,263, líder en el segmento, al tiempo que permite ofrecer un interior amplio pese a unas dimensiones exteriores contenidas. El lenguaje de diseño «Art of Steel» de Hyundai aporta superficies limpias y definidas, mientras que los elementos de iluminación pixela-

dos refuerzan la identidad de la familia IONIQ.

La filosofía de diseño continúa en el habitáculo a través del concepto «Furnished Space», que plantea el interior más como un espacio habitable que como una cabina convencional. La disposición de los elementos, los materiales y las combinaciones de colores buscan crear un ambiente cálido y funcional, mientras que la plataforma eléctrica y el suelo plano contribuyen a aprovechar mejor el espacio disponible.

## **PLEOS Connect: el coche como una extensión del ecosistema digital**

La tecnología constituye otro de los elementos diferenciadores del IONIQ 3. El modelo es el primer Hyundai europeo equipado con PLEOS Connect, la nueva plataforma de infoentretenimiento de la compañía, basada en Android Automotive OS y diseñada para ofrecer una interacción más próxima a la de otros dispositivos digitales que forman parte de la vida cotidiana. El sistema puede incorporar una pantalla central de 12,9 o 14,6 pulgadas, y concentra funciones de navegación, información, entretenimiento y conectividad. A ello se suma el PLEOS App Market, concebido como un ecosistema de aplicaciones integrado en el vehículo, que permite ampliar progresivamente sus posibilidades.

La interacción mediante voz adquiere también un nuevo protagonismo gracias a Gleo IA, el asistente de inteligencia artificial de Hyundai, pensado para facilitar una comunicación más natural con el vehículo y acceder mediante comandos de voz a diferentes funciones y servicios. La conectividad se completa con tecnologías como Hyundai Digital Key 2, Plug & Charge y un planificador de rutas específico para vehículos eléctricos. Además, el sistema Vehicle-to-Load (V2L) permite alimentar dispositivos eléctricos tanto dentro como fuera del vehículo.



## **Dos baterías para adaptarse a diferentes necesidades**

El IONIQ 3 utiliza la plataforma eléctrica E-GMP del Hyundai Motor Group con arquitectura de 400 voltios. La gama contempla dos capacidades de batería: 42,2 kWh para la versión de autonomía estándar y 61 kWh para la de autonomía larga. Las autonomías previstas bajo el ciclo WLTP superan los 344 kilómetros en la configuración estándar y los 496 kilómetros en la de mayor capacidad. En condiciones óptimas, la carga rápida en corriente continua permite pasar del 10% al 80% en aproximadamente 29 minutos en la batería estándar y 30 minutos en la de autonomía larga.

La gama dispone de tracción delantera y potencias de hasta 107,8 kW (147 CV), con un par

máximo de 250 Nm. El objetivo es combinar una respuesta adecuada para el entorno urbano con la capacidad necesaria para desplazamientos interurbanos y viajes de mayor recorrido.

La electrificación se acompaña de un amplio despliegue de sistemas de asistencia a la conducción. El paquete Hyundai SmartSense puede incluir tecnologías como el asistente de conducción en autopista HDA2, el asistente remoto de aparcamiento inteligente, el monitor de visión periférica, el monitor de ángulo muerto y la asistencia de marcha atrás con memoria. El equipamiento de seguridad incorpora además siete airbags de serie, mientras que los sistemas de iluminación LED con función de iluminación frontal inteligente contribuyen a mejorar la visibilidad.



## ¿Qué papel tendrá el renting en la movilidad del futuro?

**E**sta edición del Barómetro Movilidad+Auto 2026 pone sobre la mesa cómo la inclusión de nuevos factores va cambiando, poco a poco, la percepción que tenemos de la movilidad y nuestra idea de cómo tiene que ser. Un punto esencial en este cambio es la propia decisión, en la que marca, modelo, color, potencia... siguen siendo importantes, pero están empezando a compartir protagonismo con una pregunta distinta: ¿cómo quiero acceder al vehículo y qué espero que me aporte?

Antes, poca gente o nadie, si se excluye el mundo empresarial, se planteaba cualquier otra opción que no fuera la compra directa. Sin embargo, el paso hacia modelos de movilidad donde prima el pago por uso y los servicios ha metido en la ecuación otras soluciones entre las que el renting tiene un papel preponderante. El cliente ya no piensa exclusivamente en el coche, sino en un modelo de movilidad, y se decanta por soluciones que le faciliten la vida, con los servicios incluidos, costes previsibles y que le garanticen la capacidad de adaptarse a todos los cambios tecnológicos que se requieran a futuro.

El renting acumula más de un millón de vehículos en su parque, supone casi un 27% del total de las matriculaciones en nuestro país -crece a un ritmo que dobla la evolución del mercado- y cuenta con cerca de 289.000 clientes, pero hay un dato significativo y es que autónomos y particulares son quienes más están haciendo

crecer al renting (11,23%) con un peso del 2,35% en 2015 y del 14,17% en 2026, algo que evidencia que no es una tendencia exclusivamente empresarial, sino que ha entrado en la vida cotidiana de los ciudadanos, porque responde a sus necesidades de movilidad.

En este contexto, siguiendo con la respuesta a la pregunta planteada en el titular, cabe decir que el renting tiene un papel imprescindible en la renovación, descarbonización y electrificación del parque y el orden de estos tres conceptos no es casual. El primer reto que tenemos en la movilidad es rejuvenecer un parque excesivamente envejecido, no solo por razones medioambientales, sino también, para conseguir una movilidad más segura. Este paso conducirá de forma paulatina a la descarbonización y de ahí a la electrificación. En este proceso, el renting parte con ventaja, al contar con el parque de vehículos electrificados más numeroso en términos relativos con un 15% electrificado.

Además, el renting contribuye al diseño de la nueva movilidad con vehículos cada vez más conectados y con más capas de digitalización. Cada vez se hablará más de sistemas embebidos (ordenadores y software del vehículo), de generación y tratamiento de datos y, en definitiva, de un ecosistema que permitirá seguir ampliando los servicios alrededor del vehículo, donde el renting tendrá un papel esencial como gran facilitador del cambio.

*El cliente ya  
no piensa solo  
en el coche,  
sino en un modelo  
de movilidad  
con soluciones  
que le faciliten  
la vida*



## *No pongamos palos en las ruedas de la descarbonización*

**E**spaña necesita casi dos décadas para renovar su parque de vehículos. Los datos son contundentes: en nuestro país tenemos 38,6 millones de vehículos entre turismos, motos, furgonetas, camiones, autobuses y otros en circulación, y en 2025 se matricularon 2,1 millones de unidades nuevas. A ese ritmo, sustituir el conjunto del parque llevaría más de 18 años. Es un plazo que conviene tener presente cada vez que se hable de la descarbonización del transporte.

Ninguna tecnología, por sí sola, puede asumir ese volumen de renovación en el plazo que exige la urgencia climática. La electrificación seguirá creciendo, y así debe ser, pero convertirla en la única vía posible ralentiza, en la práctica, la propia transición que se quiere acelerar. De ahí la importancia de la neutralidad tecnológica: no como discurso, sino como la manera más realista de sumar todas las soluciones disponibles para avanzar más rápido, incluyendo los combustibles sintéticos, los biocombustibles avanzados y el hidrógeno renovable.

Los combustibles renovables tienen aquí un papel especialmente valioso: pueden ampliar las opciones de los consumidores, ofreciéndoles una alternativa para reducir drásticamente su huella de carbono aprovechando los vehículos y las infraestructuras existentes. No exigen esperar a que el parque se renueve para empezar a reducir emisiones, algo que sí ocurre cuando toda la estrategia depende de la compra de vehículos nuevos.

En el caso de la moto, la electrificación es parte clave de la solución, pero las políticas en España aún no la acompañan como deberían. Las ayudas no cubren correctamente la categoría y los planes de despliegue de puntos de recarga rara vez la incluyen. A esto se suma una limitación técnica real: hoy no es posible electrificar todas las motos y vehículos ligeros, y los modelos de mayores prestaciones siguen sin una alternativa eléctrica madura. El volumen y el peso de las baterías actuales no son asumibles físicamente en estos vehículos.

El parque motero español, de 6,1 millones unidades, necesita renovarse (su edad media también ronda los 18 años) y solo lo hará si los usuarios encuentran alternativas reales, adaptadas a sus necesidades y a sus bolsillos. En cualquier caso, cabe destacar el papel fundamental de la moto y los vehículos ligeros en la movilidad sostenible. Su reducido tamaño, que contribuye a la descongestión, su eficiencia energética y reducida huella ambiental, y su coste, accesible para buena parte de la sociedad, convierten a estos vehículos en una pieza estratégica de la nueva movilidad. Las administraciones los olvidan con frecuencia en sus políticas, por eso conviene recordarlo.

La transición hacia una movilidad más limpia no se gana imponiendo una única tecnología, sino ofreciendo a cada ciudadano la alternativa que mejor se ajuste a su realidad. Esa es la verdadera neutralidad tecnológica.



## *España tiene los cargadores. Le falta el coraje de encenderlos todos*

No falta infraestructura, falta encenderla. Y encender todos los puntos de recarga exige dos cosas: agilizar los trámites de concesión de potencia para activar los que esperan luz verde administrativa, y exigir servicio, compromiso y calidad a fabricantes

**D**e los más de 74.500 puntos de recarga instalados en España, casi 18.000 –uno de cada cuatro– no funcionan. No falta infraestructura, falta encenderla. Y encenderlos todos exige dos cosas: agilizar los trámites de concesión de potencia para activar los que esperan luz verde administrativa, y exigir servicio, compromiso y calidad a los fabricantes de los que ya tienen potencia y aun así no funcionan. Y esa es solo la mitad del problema.

La otra mitad es la confianza. Miles de indecisos siguen esperando antes de dar el paso al eléctrico, y no es por falta de modelos: es porque no perciben un rumbo claro e irreversible por parte del Gobierno, la UE y el sector. Sin un mensaje inequívoco de que la electrificación no tiene marcha atrás, seguiremos convenciendo solo a los ya convencidos.

### **Ayudas con problemas**

Las ayudas actuales tampoco despejan esa duda. El Plan Auto+ (400M€, hasta 4.500€ por particu-

lar) abrió en agosto, es retroactivo desde enero y se cobra por orden de solicitud hasta agotar presupuesto: el sector avisa de que podría acabarse antes de fin de año. Pero financia el coche, no el cargador.

El Plan MOVES III, que sí subvencionaba la instalación de puntos de recarga, cerró en diciembre de 2025, y hoy solo queda una deducción del 15% en IRPF, insuficiente para infraestructura pública o de empresa. Comprar un eléctrico sin resolver dónde cargarlo es media decisión: ambas ayudas deben ir de la mano.

A eso se suma el desequilibrio territorial: 22 provincias cumplen el objetivo de potencia para 2026, otras 10 no llegan ni al 50%. Y el 69% de los puntos públicos siguen siendo de baja potencia, con cargas de hasta ocho horas.

Lo que falta es decisión: un mensaje claro del Gobierno y la UE, ayudas que cubran coche y cargador a la vez, y activar lo que ya está construido. 2026 debe ser el año en que dejemos de medir la transición en puntos instalados y empecemos a medirla en confianza real.

*Falta decisión:  
un mensaje claro  
del Gobierno  
y la UE, ayudas  
que cubran  
coche y cargador,  
y activar lo que ya  
está construido*

# Más de la mitad de las empresas muestra interés por entrar en el sector de defensa

**E**l aumento del gasto en defensa y seguridad abre una nueva vía de diversificación para las empresas de movilidad y automoción. Más de la mitad, el 54,1%, considera una oportunidad la entrada en este sector, frente a un 36,1% que se muestra indiferente y un 9,8% que la percibe como una amenaza, según el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es.

La percepción de una oportunidad es mayoritaria entre las pymes, mientras que las grandes compañías muestran una posición más dividida. El 58,8% de las empresas medianas considera que la entrada en defensa representa una oportunidad, frente al 29,4% que se declara indiferente y el 11,8% que la ve como una amenaza. Entre las pequeñas empresas, el porcentaje que identifica una oportunidad se sitúa en el 56,5%.

Las grandes empresas, en cambio, presentan una distribución prácticamente equilibrada entre las posiciones favorables y neutrales. El 47,6% considera una oportunidad entrar en el negocio de defensa mientras que el mismo porcentaje se muestra indiferente en una muestra de una mayor

cautela entre las compañías de mayor tamaño.

## Los proveedores, los más abiertos a diversificar

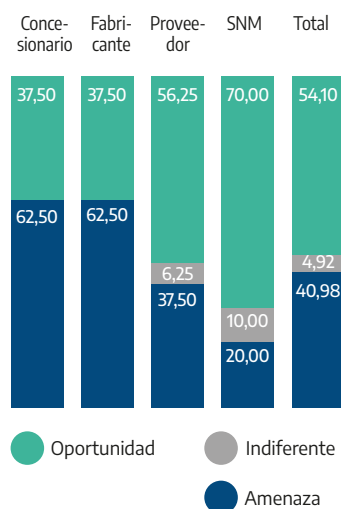
Por actividad, los proveedores de componentes y servicios son los que muestran una mayor predisposición a aprovechar esta oportunidad. El 62,5% considera que la entrada en defensa puede abrir nuevas posibilidades de negocio, frente al 31,3% que se mantiene indiferente y el 6,3% que la percibe como una amenaza.

*Los fabricantes de componentes son las compañías más abiertas a participar en defensa, con un 62,5% que lo considera como una oportunidad, frente al 47,6% de las grandes empresas*

También las empresas de nueva movilidad presentan una elevada expectativa, con un 60% que identifica una oportunidad, mientras que un 30% se muestra indiferente y un 10% la considera una amenaza. Entre los fabricantes de vehículos, la oportunidad es señalada por el 50%, aunque otro 25% la percibe como una amenaza y el 25% restante se mantiene indiferente.

## ¿Cómo ve la entrada en el sector de la defensa?

En porcentaje de empresas





## ***Acelerar la electrificación para ganar competitividad***

**E**l Barómetro Movilidad+Auto 2026, elaborado por elDiario.es, ofrece una fotografía de un sector de la automoción que ha dejado atrás la incertidumbre de los últimos años y entra en una nueva fase marcada por la transformación tecnológica. El estudio confirma una tendencia de fondo: la competitividad futura de la industria dependerá de su capacidad para avanzar en la electrificación.

El hecho de que las empresas prevean aumentar la inversión, mejorar sus resultados y mantener el empleo refleja que el sector ha asumido que la transición hacia la movilidad cero emisiones ya no es una opción estratégica, sino una necesidad industrial para ser competitivos. En ese escenario, el vehículo eléctrico ha dejado de ser un nicho de mercado para convertirse en el principal vector de innovación de las compañías.

Uno de los mensajes más relevantes del Barómetro es que las empresas que apuestan por la nueva movilidad siguen reforzando sus inversiones, especialmente en vehículo eléctrico. Sin embargo, el estudio también pone de relieve que una parte significativa del tejido empresarial aún permanece al margen de esta transformación. Esa dualidad evidencia que hay dos velocidades dentro del sector, un reto que exige políticas capaces de facilitar que toda la cadena de valor participe en la transición.

Es igualmente significativo que las empresas perciban un mayor im-

pacto de la regulación sobre emisiones de CO<sub>2</sub> que de factores externos, como los aranceles. Este dato demuestra que el gran desafío para la automoción europea ya no se basa solo en el contexto geopolítico o comercial, sino en saber adaptarse con rapidez a un nuevo modelo industrial en el que la descarbonización marcará la capacidad de competir.

España tiene ahora la oportunidad de consolidarse como un actor relevante en la movilidad eléctrica, gracias a su capacidad industrial, al desarrollo de la cadena de valor y al crecimiento de la infraestructura de recarga. Pero será necesario acelerar el despliegue de esta infraestructura, dotar de un marco regulatorio estable y simplificar el acceso a los incentivos para que la electrificación avance al ritmo que exige el mercado.

En suma, el Barómetro confirma que la transformación del sector ya está en marcha y que ya no se discute la electrificación de la automoción, sino la velocidad y la estrategia para que la industria espa-

ñola gane competitividad, atraiga nuevas inversiones de valor añadido y aproveche plenamente las oportunidades económicas y tecnológicas que ofrece la movilidad eléctrica. De lo contrario, España corre el riesgo de perder capacidad industrial, inversiones y empleo frente a aquellos países que ya han convertido la electrificación en un eje prioritario de su política industrial.

***El Barómetro  
confirma que  
la competitividad  
de la industria  
dependerá de  
su capacidad  
para avanzar  
en electrificación***



## *Automoción y movilidad: entre la confianza empresarial y la presión geopolítica*

**C**omo indica el Barómetro Movilidad+Auto 2026, el sector afronta el año con cierto optimismo: el 44,9% de las empresas espera mejorar y ya prioriza la inversión en eléctrico e híbrido. Pero ese ánimo convive con un contexto mucho más exigente de lo que sugieren las encuestas.

El VI Informe OBS de Movilidad Eléctrica en España confirma que la electrificación avanza: España cumplió con holgura el hito 2025 del PNIEC y, en el primer semestre de 2026, el eléctrico puro duplicó por primera vez al diésel en matriculaciones. Pero el propio informe señala una brecha creciente entre lo que España compra y lo que fabrica: la producción nacional de BEV cayó un 6,2% a cierre de año, justo cuando la demanda se dispara un 77,1%.

Esa brecha no es solo de ritmo interno: el entorno geopolítico amenaza ya a la industria española, que ha perdido su 8.ª posición como fabricante mundial, al seguir perdiendo tanto producción como cuota de mercado. Marruecos, con costes laborales muy inferiores (hasta nueve veces menores), ensambla más coches para Renault que las plantas españolas del grupo, y Stellantis trasladará allí, en 2029, la producción del Citroën C4 que hoy sale de Villaverde. Brasil, por su parte, ha recibido casi 23.000 millones de dólares en

inversión anunciada en apenas dos años –liderada por BYD, Great Wall Motors y GAC– para producción eléctrica, híbrida y de bioetanol.

Si a esto le sumamos el crecimiento a doble dígito de las importaciones chinas, la estrategia europea de subvencionar vehículos EEE –Eléctricos, Económicos y Europeos– cobra fuerza. Porque cada subvención mal diseñada refuerza a nuestros competidores y hay que primar la fabricación en Europa, no solo las marcas europeas. La diferencia es decisiva. Ahí la trazabilidad de la cadena de valor será cada vez más clave: saber dónde y en qué condiciones se fabrica cada vehículo que subvencionamos.

A esa presión externa se suma una debilidad interna que el VI Informe OBS documenta con detalle: uno de cada cuatro puntos de recarga instalados no funciona, y conectar uno nuevo a la red puede tardar hasta tres o cuatro veces más que en Francia o Bélgica, con dos operadores –Iberdrola y Endesa– controlando ya más de la mitad de la red pública.

El sector ya ha decidido invertir en electrificación. Lo que falta es que la industria, la infraestructura y la política industrial respondan con la misma determinación con la que China, Marruecos y Brasil están moviendo sus fichas.

*El sector ya ha  
decidido invertir  
en electrificación.*

*Lo que falta  
es la misma  
determinación  
que China,  
Marruecos  
y Brasil*

# El sector reclama una hoja de ruta estable y realista para afrontar la descarbonización

Las empresas piden menos incertidumbre regulatoria, ayudas directas a la demanda, neutralidad tecnológica y una mayor protección de la industria europea ante la competencia asiática

**E**l sector de la movilidad y la automoción reclama una hoja de ruta clara, estable y a largo plazo para afrontar la descarbonización, ante la incertidumbre generada por la evolución de la regulación, la demanda y la competencia internacional. Las respuestas recogidas en el Barómetro Movilidad+Auto 2026 de elDiario.es sitúan la estabilidad normativa y la adaptación de las políticas públicas a la realidad del mercado entre las principales demandas de las empresas.

Uno de los ejes de esta hoja de ruta pasa por reducir la presión regulatoria y evitar cambios de dirección que dificulten la planificación de inversiones. Las empresas reclaman mayor certidumbre en la Unión Europea y piden que las nuevas normas sobre emisiones y contaminación tengan en cuenta la evolución real del mercado. En España, también plantean la aprobación del reglamento del Plan España Auto 2030.

Estas peticiones están vinculadas a la persistencia de la preocupación del sector por el impacto en el negocio de las normativas, desde la UE hasta los ayuntamientos pasando por los países europeos, que impulsan la reducción de las emisiones. El promedio del impacto esperado de estas regulaciones se sitúa en un 3,61 en una escala hasta el 5.

**La renovación del parque, el despliegue de la recarga, la fiscalidad y la formación aparecen entre las prioridades hacia una movilidad más sostenible**

La política comercial constituye otro de los frentes. Parte de las empresas reclama una mayor protección de la industria europea frente a las importaciones asiáticas y un marco de competencia homogéneo que permita competir en condiciones similares.

## Ayudas, parque e infraestructura

El estímulo de la demanda aparece como otra de las prioridades. El sector plantea mantener políticas de ayudas consistentes, reforzar la fiscalidad como herramienta para impulsar la electrificación y orientar los incentivos directamente hacia compradores y clientes finales. Junto a ello, reclama planes de achatarramiento que aceleren la renovación de un parque móvil envejecido.

La descarbonización se plantea además desde una perspectiva de neutralidad tecnológica. Las empresas defienden que la transi-



Coches acabados en una fábrica de BYD / Europa Press

ción pueda combinar la electrificación con otras soluciones, como los combustibles sintéticos y otras alternativas de bajas emisiones, en función de su evolución tecnológica y de mercado.

### Más innovación y nuevas capacidades

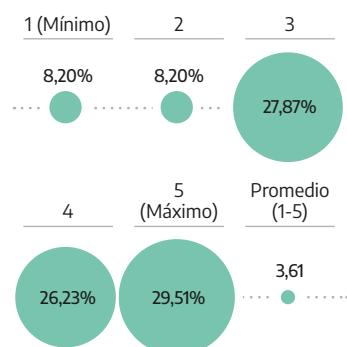
El despliegue de puntos de recarga debe acelerarse, especialmente en las ciudades, mientras que el mercado de vehículos eléctricos de ocasión necesita mayor transparencia sobre el estado y la salud de las baterías para generar confianza entre los compradores.

La hoja de ruta apunta a un mayor esfuerzo en I+D, fabricación aditiva, digitalización y utilización de datos para mejorar la eficiencia de las soluciones de transporte y simplificar procesos. Además, la formación continua y el reciclaje de los trabajadores se consideran necesarios para acompañar la transformación tecnológica de la industria.

El sector también reclama potenciar el transporte colectivo y compartido, la movilidad urbana y metropolitana y el ferrocarril como eje de la logística, junto con una mayor colaboración entre administraciones y empresas.

### ¿Qué efecto tienen las normativas sobre reducción de CO2 en la empresa?

Porcentaje de respuestas en cada nivel.  
1 = nulo 5 = mucho impacto





## *España puede ser un referente europeo si equilibra industria y movilidad ciudadana*

**E**l futuro del automóvil en España se juega en dos escenarios que no pueden avanzar por separado: el de la industria y el de la ciudadanía. La electrificación, la digitalización y la transformación de los modelos de movilidad están obligando al sector a afrontar una profunda reconversión. España tiene una oportunidad para convertirse en un referente europeo, pero ese liderazgo solo será sostenible si consigue conjugar competitividad industrial con una movilidad accesible para todos y todas.

España parte de una posición privilegiada. La automoción representa uno de los grandes pilares de la industria nacional, con fabricantes, proveedores, empresas tecnológicas y miles de profesionales vinculados a una extensa cadena de valor. Mantener y reforzar esta capacidad productiva resulta estratégico para el empleo, la inversión y la economía del país.

La transición hacia el vehículo eléctrico abre nuevas oportunidades, pero también plantea importantes interrogantes. La industria necesita inversiones, estabilidad, innovación y capacidad tecnológica para competir en un mercado global cada vez más exigente. Al mismo tiempo, los ciudadanos y ciudadanas necesitan soluciones de movilidad que sean económicamente asumibles, fiables y adaptadas a sus necesidades reales.

Ese equilibrio es, una de las claves del futuro. La transformación de la movilidad no puede hacerse de espaldas a la industria, pero tampoco puede plantearse únicamente desde las necesidades de la industria. Las decisiones deben tener en cuenta el impacto sobre las familias, los trabajadores y trabajadoras y los distintos territorios.

Existe, además, el riesgo de que la transición genere nuevas desigualdades. El acceso a un vehículo electrificado o a determinadas alternativas de trans-

porte no es el mismo para una familia con recursos que para otra con dificultades económicas, ni para quien vive en una gran ciudad que para quien reside en una zona rural. Por eso, la transición debe ser justa y ordenada, evitando que la movilidad sostenible se convierta en un factor de exclusión social o territorial.

Garantizar la movilidad para todos y todas exige combinar diferentes políticas: impulsar una infraestructura de recarga suficiente, favorecer el acceso a vehículos más limpios y asequibles, mejorar el transporte público y ofrecer alternativas especialmente en aquellos territorios donde el vehículo privado continúa siendo imprescindible. La sostenibilidad debe ir acompañada de accesibilidad.

Al mismo tiempo, España no puede perder de vista la dimensión industrial. Una transición demasiado rápida o descoordinada podría poner en riesgo inversiones, empleo y capacidad productiva. Por el contrario, una estrategia bien planificada puede convertir el cambio tecnológico en una oportunidad para atraer nuevas inversiones, desarrollar proveedores, generar empleo cualificado y situar al país en posiciones de liderazgo dentro de la nueva movilidad.

La formación será otro elemento decisivo. La industria necesitará nuevos perfiles vinculados a la electrónica, el software, los datos, la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías de fabricación. Preparar a los trabajadores y trabajadoras para estos cambios será esencial para que la transformación industrial se traduzca en oportunidades laborales.

El objetivo debe ser, por tanto, doble: proteger y modernizar el tejido industrial y garantizar al mismo tiempo el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a una movilidad accesible, sostenible y segura. No se trata de elegir entre industria o ciudadanía, sino de hacer que ambas realidades avancen juntas.



## *El futuro del automóvil en España no se puede construir sin las personas trabajadoras*

**E**l automóvil español afronta una transformación histórica. Los datos muestran una realidad con luces y sombras. El sector empresarial mantiene perspectivas positivas de inversión, facturación y empleo, pero al mismo tiempo persisten riesgos de ajustes de plantilla, presión sobre las empresas proveedoras y cambios tecnológicos que pueden afectar a miles de trabajadores. Por eso, desde CCOO Industria defendemos que no podemos limitarnos a acompañar la transición: las personas trabajadoras deben estar en el centro y participar en las decisiones que determinarán el futuro del sector.

En este contexto, el Plan Auto 2030 debe convertirse en una herramienta estratégica para garantizar el futuro de la automoción en España. Su importancia exige un consenso entre todos los agentes e instituciones implicados. No podemos permitir que un sector tan decisivo para nuestra economía afronte esta transformación sin una hoja de ruta compartida. Desde CCOO hemos participado en este proceso defendiendo que la dimensión industrial debe ir acompañada de una dimensión social.

Necesitamos políticas públicas que condicionen las ayudas y los PERTE al mantenimiento y creación de empleo de calidad, a la inversión productiva y a la participación sindical a través de los planes industriales. Debemos proteger la cadena de proveedores, evitar deslocalizaciones y garantizar que los nuevos proyectos estraté-

gicos se desarrollen en España. La soberanía industrial no consiste únicamente en fabricar vehículos, sino en conservar y desarrollar el conocimiento, las tecnologías y el empleo que existen detrás de ellos.

Y hay una cuestión que considero fundamental: la formación. Desde CCOO proponemos la creación de un Plan Integral de Formación Estatal para el sector del automóvil, que anticipe las necesidades y cuente con una Comisión Paritaria específica del sector. La transición debe garantizar empleo estable, derechos laborales y oportunidades de promoción profesional. También debe abordar la igualdad, el relevo generacional mediante el contrato de relevo y la salud laboral. La competitividad no puede construirse a costa de las condiciones de trabajo, sino sobre la base de una industria más cualificada, segura y capaz de retener el talento.

CCOO no quiere frenar el cambio; quiere ser un actor decisivo en el diseño y la gestión de esta transformación. Queremos una industria del automóvil competitiva, sostenible y tecnológicamente avanzada, pero también una industria que genere empleo digno, cohesión territorial y oportunidades para las nuevas generaciones. Porque el auto-

tomóvil no es solo una tecnología ni una cifra de producción. Son las personas que cada día lo hacemos posible. Y si queremos que España siga siendo una potencia industrial del automóvil, tenemos que poner a sus trabajadores al volante de la transición.

***CCOO no quiere frenar el cambio; quiere ser un actor decisivo en la transformación***



## Transporte público, más ¿y mejor?

**M**ás personas moviéndose en transporte público con medios que disminuyan progresivamente la huella ambiental. Este es grosso modo el escenario de movilidad que se abre en los espacios urbanos donde, conviene recordar, viven la mayoría de españoles. Y es un escenario promovido por diversas normativas que ahora hay que materializar. Llega el momento de convertir las palabras en hechos. Y los hechos, en oportunidades.

Por un lado, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) marca un objetivo que es el trasvase del 35% de pasajeros/km realizados en vehículo privado al transporte público antes de 2030. Esto supone más usuarios para el transporte público. Solo el crecimiento de demanda que genera la aplicación del PNIEC puede suponer un crecimiento del 36% en usuarios de autobús y del 50% en metro para 2030.

Por otro lado, todos estos usuarios se tienen que mover en medios sin emisiones, y es aquí donde entra la responsabilidad directa de los operadores de transporte público, que ya están reconfigurando su flota y que desde 2030 tendrán ya prácticamente que comprar solo buses eléctricos. Y es un esfuerzo grande pues un bus eléctrico urbano cuesta el doble que uno de combustión. Además, esta electrificación requiere en paralelo una infraestructura de recarga que se estima en un punto por vehículo, con un coste unitario que asciende a más de 50.000 euros.

En este nuevo escenario, el sistema de transporte público tiene la oportunidad de generar una nueva base que se traduzca en financiación estable y previsible y en recursos para hacer frente a las inversiones.

### Convertir hechos en oportunidades

Por un lado, el Fondo Estatal de Contribución para la Movilidad Sostenible (FECMO), previsto en la Ley de Movilidad Sostenible, que establece un límite del 50% para la cobertura estatal, permitiendo así un reparto más equilibrado entre las administraciones central, autonómica y municipal, cubriendo los costes del sistema una vez descontados los ingresos por billetes. Por otro lado, el ETS2, el sistema de comercio de emisiones que pondrá precio al CO2 de transporte y vivienda, cuya entrada en vigor está prevista para enero de 2028. La recaudación de este impuesto debería servir para hacer frente a estas inversiones en electrificación, en línea con el PNIEC.

En definitiva, más exigencia de servicio y de inversiones requerirán de un acompañamiento en forma de financiación para que el ciudadano siga disfrutando de uno de los mejores sistemas de transporte público del mundo. De lo contrario, podríamos padecer de indigestión. Y casi 50 millones de españoles, con 4.500 millones de viajes anuales, nos vigilan. A todos.

*El sistema de transporte público tiene la oportunidad de generar una base de financiación estable y previsible para hacer frente a las inversiones necesarias*



## La automoción ante un nuevo cambio de ciclo

El vehículo de motor continúa siendo el eje principal de los desplazamientos de millones de personas y en la actividad económica, el transporte de mercancías y el empleo

**L**a movilidad y la automoción viven una transformación profunda, pero conviene no perder de vista una realidad esencial: el vehículo de motor continúa siendo el eje principal de los desplazamientos de millones de personas y una pieza clave de la actividad económica, la prestación de servicios, el transporte de mercancías y el empleo.

Tanto en Catalunya como en el resto de Europa, el sector afronta un momento decisivo en el que conviven una acelerada transformación tecnológica, la entrada de nuevos operadores, nuevas exigencias regulatorias y unos consumidores que resuelven sus necesidades de movilidad de formas cada vez más diversas.

En este contexto, el primer gran reto es la renovación del parque automovilístico. La antigüedad media de los vehículos continúa aumentando y esto tiene consecuencias directas sobre la seguridad vial, las emisiones y la eficiencia energética. La sustitución de los vehículos más antiguos por modelos de nueva generación es hoy una prioridad de país que requiere medidas públicas eficaces y estables.

Al mismo tiempo, el mercado se ve condicionado por el encarecimiento de los costes de producción, los tipos de interés y la incertidumbre económica. Ante esta realidad, el vehículo de ocasión se ha consolidado como una vía ac-

cesible para garantizar el derecho a la movilidad de muchas familias.

La transición hacia la electrificación continúa avanzando, pero a un ritmo desigual. La disponibilidad de infraestructura de recarga, la percepción sobre la autonomía y la necesidad de estímulos económicos siguen condicionando las decisiones de compra. La neutralidad tecnológica y el asesoramiento profesional serán determinantes para alcanzar los objetivos ambientales sin generar nuevas desigualdades.

Otro elemento transformador es la digitalización. La inteligencia artificial, los canales digitales y las nuevas herramientas de información están cambiando la manera en que los ciudadanos buscan, comparan y adquieren vehículos. Este proceso ofrece grandes oportunidades, pero también obliga a las empresas a adaptarse y a reforzar la confianza y la transparencia.

Por último, las políticas públicas de movilidad deberán encontrar un equilibrio entre sostenibilidad, competitividad y cohesión social. La movilidad del futuro tendrá que ser diversa, conectada y eficiente, pero también viable y accesible. El reto no consiste únicamente en transformar los vehículos, sino en garantizar una movilidad fiable, inclusiva y adaptada a las necesidades reales de ciudadanos y empresas.

*El reto no es solo transformar los vehículos, sino garantizar una movilidad fiable, inclusiva y adaptada a las necesidades*



## *Catalunya ante la nueva competencia industrial*

**E**l Barómetro Movilidad+Auto 2026 dibuja un sector que quiere avanzar, pero sin euforia. El 44,9% de las empresas prevé una mejora de la automoción y la movilidad, y el 71% espera aumentar la facturación. Son indicadores positivos, pero conviven con la transformación tecnológica, la descarbonización, la incertidumbre geopolítica y una competencia creciente.

Esta competencia tiene una dimensión territorial. Catalunya no es solo un mercado para los vehículos chinos: tiene capacidad para producir, adaptar, distribuir y desarrollar tecnología. La reindustrialización de la Zona Franca mediante la alianza entre Chery y Ebro es una muestra de ello, como también lo es el interés por las actividades vinculadas a los componentes y las baterías.

Este atractivo convive con el esfuerzo de las empresas que ya están presentes. SEAT y CUPRA han completado una transformación de más de 3.000 millones de euros en Martorell, donde ya se producen dos modelos eléctricos. Transmesa ha invertido 15 millones en Sant Ramon para fabricar componentes. Y el proyecto de Lotte Energy Materials en Mont-roig del Camp apunta al potencial del territorio para captar nuevas actividades, aunque se ejecute por fases.

La fortaleza industrial necesita también conexión con los mercados. En 2024, el Puerto de Barcelona gestionó 682.084 vehículos,

el 19,1% del tráfico estatal: 203.808 desembarcados y 478.276 embarcados. Vigo gestionó 661.454 y Valencia, 579.585. Los tres puertos concentraban más de la mitad del tráfico estatal. Esta red solo se convierte en valor si se conecta con la producción, los proveedores y el conocimiento.

Es aquí donde aparece el reto de los costes. El salario mínimo mensual equivalente se sitúa aproximadamente en 1.424 euros en España, frente a unos 588 euros en Turquía y 318 euros en Marruecos. No son salarios medios de la automoción ni costes laborales totales, pero ilustran las distintas bases de costes con las que pueden compararse las localizaciones industriales.

El escenario puede verse afectado, además, por la evolución de las políticas europeas sobre el origen de los vehículos. No se puede afirmar que Turquía o Marruecos sean hoy automáticamente 'Made in Europe', pero cualquier tratamiento preferencial en contratación pública, ayudas o cadenas de valor exigiría anticipación.

Por eso, Catalunya no puede competir solo en salarios. Debe hacerlo en productividad, electrificación, automatización, talento, energía, logística e innovación. La confianza que refleja el barómetro es un punto de partida; la competitividad será el resultado de una política industrial capaz de atraer inversión, reforzar las empresas existentes y convertir cada nueva implantación en más valor para el territorio.

**La competitividad  
será el resultado  
de una política  
industrial  
capaz de atraer  
inversión y reforzar  
las empresas  
existentes**

# BARÓMETRO MOVILIDAD+Auto | 2026

 **elDiario.es**

# NUEVA TOYOTA PROACE CITY 2027

AHORA, MÁS EQUIPAMIENTO  
POR LA MISMA CUOTA



HASTA LOS  
**15**  
AÑOS  
DE TU TOYOTA

**GARANTÍA\***  
**TOYOTA**  
**RELAX**

\*Consulta condiciones en toyota.es