

Empresas / Finanzas

Plan estratégico a 2025 Renault eleva a 3.000 millones el recorte de costes y refuerza su apuesta por España

De Meo descarta más despidos y las plantas españolas respiran

Disminuirá un 20% la producción mundial para ganar rentabilidad

ANTONIO MARTOS
MADRID

Luca de Meo, director general del grupo Renault, mandó ayer un mensaje claro: el consorcio francés tiene que vender menos coches y ganar más dinero, transformando así su modelo de negocio de volumen a otro orientado hacia una mayor rentabilidad.

En este contexto, anunció que el grupo ha elevado a 2.500 millones el recorte en costes fijos para 2023 y hasta 3.000 millones para 2025 para volver a un crecimiento rentable y sostenible, tras entrar en pérdidas en 2019 por primera vez en una década, y hacer frente a la crisis provocada por el Covid-19. Dichas premisas se enmarcan en el nuevo plan estratégico de la multinacional, denominado *Renaulution*, presentado ayer, con el que se marca objetivos de eficiencia más ambiciosos que los anunciados en mayo.

Renault recortará producción, gastos en I+D y simplificará los procesos de fabricación (reducirá de 6 a 3 sus plataformas de construcción y de 8 a 4 sus familias de motores), aunque ha descartado más despidos. En mayo, comunicó que recortaría 14.600 empleos en tres años en el mundo, sin afectar a España, donde emplea a más de 12.000 trabajadores entre sus cuatro fábricas: Valladolid (motores y montaje), Palencia (montaje) y Sevilla (cajas de cambio).

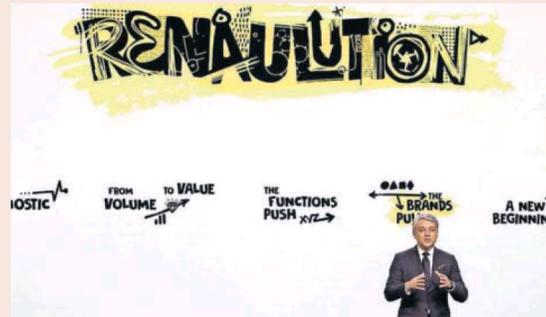
"En principio, los planes son buenos para nuestros compañeros españoles", aseveró De Meo, descartando así, de momento, salidas de las factorías nacionales, que cuentan con la ventaja de que ya trabajan con las plataformas en las que se basarán algunos de los nuevos vehículos que lanzará el grupo en los próximos años.

"No hay recortes adicionales de empleo", afirmó. No obstante, matizó que los planes para las plantas del país dependerán de los términos que recoja el convenio colectivo que están negociando empresa y sindicatos. De Meo ya avanzó en octubre que Renault centrará la producción de modelos 100% eléctricos en Francia y que a España llegarán variantes híbridas e híbridas enchufables de modelos como el Captur o el Kadjar.

Las negociaciones ahora mismo están paradas. La empresa considera que las propuestas de los agentes sociales son "muy poco realistas", pues, en su opinión, encarecerían los costes laborales un 56%, lo que "empeoraría la competitividad y dificultaría la adjudicación de nuevos productos" a las factorías nacionales. Por su parte, los sindicatos mantienen que no habrá acuerdo hasta que la compañía presente sus planes de producción para España.

"El plan es una oportunidad para nuestro ecosistema industrial en España, al que consideramos una fuerza en el mundo de Renault, porque es muy competitivo", insistió De Meo, resaltando que "habrá dolores" debido a la búsqueda de una mayor competitividad.

Según detalló la multinacional gala, su volumen de producción bajará un 20% para 2025, de los cuatro millones de coches que produjo en 2019 a 3,1 millones de unidades (ver gráfico). "Pasaremos de una empresa de automoción que utiliza tecnología a una empresa de tecnología que utiliza automóviles, donde al menos el 20% de los ingresos provendrá de los servicios de datos y el comercio de energía para 2030", subrayó el italiano, que cogió los mandos del grupo el 1 de julio tras



Luca de Meo, director general de Renault, presenta el plan estratégico del grupo.

Reestructuración de la capacidad industrial



Reducirá de 6 a 3 sus plataformas de construcción y de 8 a 4 sus tipos de motores

"El plan es una oportunidad para nuestro ecosistema industrial en España"

abandonar Seat en enero. Uno de los principales ejes del nuevo plan es una "estricta disciplina de costes". Así, además de los costes fijos, los variables también bajarán en 600 euros por cada vehículo para 2025, mientras las inversiones y los gastos de innovación y desarrollo se reducirán de un 10% de la facturación a un 8% para 2025. De Meo resaltó que "ya no medirá su éxito en cuota de mercado ni en volumen de ventas, sino en rentabilidad". "Se trata de una transformación pro-

funda de nuestro modelo de negocio", indicó.

Por otra parte, el máximo ejecutivo de Renault recaló el interés de que extienda en los próximos años la producción hacia otros mercados, especialmente Asia (India y Corea) y América Latina, de forma que se reduzca el porcentaje de ventas en Europa. El grupo Renault vendió 2,94 millones de coches en todo el mundo en 2020, un 21,3% menos en la comparativa interanual, afectado por la pandemia.

Hacia un 3% de margen operativo

El plan estratégico estará estructurado en tres fases que se lanzarán en paralelo. La primera, *Resurrección*, se extenderá hasta 2023 y se centrará en recuperar el margen y generar liquidez. La segunda, *Renovación*, continuará hasta 2025 y consistirá en la renovación y el enriquecimiento de las gamas de modelos, contribuyendo a la rentabilidad de las marcas.

La última, *Revolución*, comenzará en 2025 y servirá para cambiar el modelo económico del grupo hacia la tecnología, la energía y la movilidad. De este modo, Renault pretende lograr más de un 3% de margen operativo con alrededor de 3.000 millones de euros de flujo de caja libre entre 2021 y 2023. Para 2025, espera un margen operacional del 5%, con 6.000 millones de euros de flujo de caja acumulado y aumentar en al menos 15 puntos el beneficio operativo del automóvil en comparación con 2019.

"El plan *Renaulution* consiste en orientar la empresa del volumen al valor. Más que un cambio radical se trata de una profunda transformación de nuestro modelo de negocio. Hemos establecido una base sólida para nuestro desempeño. Hemos simplificado nuestras operaciones, comenzando con la ingeniería, ajustando nuestro tamaño cuando era necesario", dijo De Meo.