

PSA acelera su ofensiva comercial con 34 modelos hasta 2021 y su regreso a EE UU

Quiere elevar las ventas un 10% en dos años - El grupo renueva la imagen, apuesta por los vehículos autónomos, híbridos y eléctricos y prepara su desembarco en Argelia e India

[josé carneiro](#) vigo 06.04.2016 | 01:38

Carlos Tavares, con la nueva imagen del grupo PSA.

Punto y aparte en la historia de PSA. El grupo automovilístico francés presentó ayer las bases de su nuevo plan estratégico, denominado *Push to Pass*, y que tiene como objetivo elevar las ventas de la compañía un 10% hasta 2018 y otro 15% adicional hasta 2021, según anunció ayer su presidente, Carlos Tavares. Para lograrlo, el consorcio llevará a cabo una ofensiva de producto sin precedentes, con 34 nuevos modelos en seis años (de los cuales al menos



tres se lanzarán en Balaídos); redoblará su apuesta por los vehículos autónomos, híbridos y eléctricos, y accederá a nuevos mercados, retornando a Estados Unidos. La corporación, que también ha renovado su imagen y denominación (de PSA Peugeot Citroën a solo Grupo PSA), invertirá a mayores en nuevas formas de movilidad, como el *car-sharing*. "Estamos listos para cambiar de paradigma anticipándonos a los cambios en el uso del automóvil", aseguró Tavares.

El *patrón* de PSA explicó ayer en París que el nuevo plan sustituye al *Back in the Race* y busca responder a las necesidades de movilidad de los usuarios, adaptándose a los cambios en el uso del coche. El ejecutivo portugués apuntó que este plan servirá para orientar a la compañía "hacia la dinámica de eficiencia, de excelencia operativa y de agilidad" generada en el programa anterior. PSA seguirá con el control de las inversiones en I+D y con una gestión "rigurosa" de los costes fijos y de producción. Entre los objetivos se incluyen el mejorar un 10% la facturación entre 2015 y 2018 y un 15% adicional en 2021, mientras que la previsión es obtener un margen operativo del 4% en la división de automoción entre 2016 y 2018 y un resultado del 6% en 2021.

Para ello, la empresa tratará de crear más valor con la optimización de la explotación de su base actual de clientes e intentará ampliarla con la digitalización y las ofertas de posventa multimarca, así como con el *leasing*, con vehículos de ocasión, con servicios de movilidad y de gestión de flotas. En el área de producto, PSA prepara 26

lanzamientos de turismos y 8 de vehículos comerciales hasta 2021 (incluyendo el K9 de PSA-Vigo), lo que representa un "nuevo vehículo por región y marca al año", según explicó Tavares. Entre esos 34 nuevos modelos habrá un *pick-up*, como avanzó FARO el viernes. Igualmente, se reforzará la estrategia tecnológica, de manera que prevé poner a la venta siete coches híbridos enchufables (*plug-in*) y cuatro eléctricos, al tiempo que pondrá en marcha un programa de vehículos conectados y autónomos.

Por otro lado, PSA sigue adelante con su desembarco en Argelia con una nueva planta, y mantiene negociaciones para regresar a India, también con implantación, dentro de la apuesta de PSA por nuevos mercados, entre los que destaca su retorno a EE UU después de un cuarto de siglo de ausencia. Este regreso será progresivo y comenzará en 2017 con un servicio para compartir coche (*car-sharing*). "Para ser rentables debemos estar en los tres mercados más grandes del mundo", apuntó Tavares, en alusión a EE UU, China y Europa.

"Car-sharing"

En su apuesta por este nuevo negocio, el grupo ha entrado en el capital de la firma francesa de *car-sharing* Koolicar, a través de una ampliación de capital por importe de 18 millones de euros. La operación representa una nueva implicación de PSA en los servicios de movilidad. Koolicar, con presencia en 40 ciudades francesas y con más de 60.000 usuarios, comenzó su actividad de servicio de coche compartido entre particulares en 2012.