

GRUPO PEÑA¹

“La falta de mecánicos provoca una crisis en el sector del taller”. Antena 3, 4 de marzo de 2024.

“El coche eléctrico desata una oleada de terror en los talleres mecánicos”. El Periódico, 12 de septiembre de 2023.

“La propuesta de Grupo Peña frente a la falta de profesionales: un nuevo centro de FP para formar a los jóvenes”. Autopos, 6 de marzo de 2025

A mediados de mayo de 2025, Antonio y Francis, pertenecientes a la segunda y tercera generación de la familia Peña, se encontraban preparando la agenda correspondiente al consejo de administración de Grupo Peña, principal órgano de gobierno de la compañía. En el consejo, que se reuniría en el mes de junio, se revisaría el cierre de las cuentas del ejercicio 2024, y se daría seguimiento a los aspectos estratégicos en los que estaba inmersa la empresa.

Uno de estos asuntos era la puesta en marcha del Proyecto de Formación Profesional que se llevaría a cabo en junio de 2025 en la ciudad de Córdoba y en el que Grupo Peña había invertido un millón de euros. De esta forma, añadiría a su negocio de recambios para vehículos, un centro de formación especializado en automoción. La inauguración era inminente y, aunque su participación en el proyecto había sido viable financieramente, la familia seguía preguntándose si debía acometer este tipo de diversificaciones que transformarían en buena medida el modelo de negocio del grupo y tendrían un impacto considerable en la gestión, en el gobierno de la compañía y en la propia familia.

El Anexo 1 presenta los estados contables de Grupo Peña desde el año 2015 hasta el año 2024.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor Juan Pérez Gálvez y la colaboradora científica D^a Macarena Selva Morán, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.
Copyright © junio 2025, Fundación San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.

EL ORIGEN: HISTORIA DE UN EMPRENDIMIENTO

Los orígenes de Grupo Peña se remontaban a finales de los años sesenta, en la localidad de Baena (Córdoba), donde el joven matrimonio formado por Francisco Peña y Guadalupe Ortiz abrió un negocio de hostelería: Casa Peña. El afán de progresar de Francisco y sus habilidades para las relaciones comerciales hicieron que en poco tiempo fuera nombrado distribuidor de la empresa Campofrío y representante de cervezas San Miguel en su localidad.

Con el propósito de darles un mejor futuro a sus hijos —Paco, Antonio e Isabel— y valiéndose de la experiencia adquirida en el mundo de las ventas, Francisco decidió mudarse a Córdoba y abrir una tienda de comestibles: Ultramarinos Peña². A su vez, comenzó a trabajar como agente comercial para la sociedad anónima Reunisa, comercializadora de furgonetas y motocicletas. Aquella colaboración despertó en Francisco el interés por el mundo de la automoción.

Fruto de lo anterior, en 1971, nació Repuestos Peña, con un firme objetivo: ofrecer los mejores productos y un servicio integral de calidad a los talleres de reparación de la zona. En los inicios, se especializaron en chapa, paragolpes, metalizados y luminarias, ya que eran los recambios más demandados.

Su hijo Paco se incorporó a la empresa prácticamente al mismo tiempo que Francisco, a la edad de dieciséis años. Tres años más tarde, en 1974 se incorporó su hijo Antonio como aprendiz que con catorce años realizaba los repartos en bicicleta al carecer de licencia para conducir un automóvil o una motocicleta. El carácter trabajador, incansable y constante del fundador, unido a su afán emprendedor, dejó una huella en el espíritu del proyecto iniciado. Sus hijos recordaban a su padre:

“Primero el servicio al cliente, después la rentabilidad, valores necesarios para la sostenibilidad del largo plazo. Cuando se hacen bien las cosas, el dinero siempre aparece”.

CINCUENTA AÑOS DE CRECIMIENTO CONTINUO

Las décadas de los ochenta y los noventa sirvieron para abrir nuevas delegaciones, tanto en la ciudad de Córdoba como en su provincia (Montilla, Lucena, Baena, Pozoblanco y Linares). A la vez que ampliaron la gama de productos para otros sectores, como el agrícola, se especializaron en frenos, suspensiones y embragues. Por otro lado, la oportunidad de entrar en el negocio de la pintura para vehículos los llevó a adquirir una empresa especializada en este ámbito. También, buscando la mejora en el potencial de compra de repuestos, se adhirieron a Grouauto Union³ (1992).

² Cerraron la tienda de ultramarinos para poder enfocar todos los esfuerzos en el nuevo negocio.

³ Grouauto Unión Ibérica es un grupo líder en la distribución de recambios y servicios para la posventa de automoción para turismos y vehículos industriales en España y Portugal. Constituido en 1989, despliega una amplia oferta de programas y soluciones para responder a las necesidades actuales y

Crearon la empresa Tractores y Recambios S.L. (1994) y la empresa Bronitec, dedicada al recambio de vehículo industrial (1998). A su vez, fueron actores destacados en la creación de la red EuroTaller⁴ (1998), Intertaller (2003) y Top Truck (2005).

Todo el proceso de desarrollo del negocio, tanto en sectores como en tipología de clientes, iba necesitando una mayor profesionalización y control de la gestión. En los años ochenta, fue empresa pionera en la informatización y contratación de personal cualificado para cimentar el desarrollo de un proyecto que cada vez se visualizaba con mayor proyección, puesto que iba unido al incremento del parque móvil de usuarios, tanto privado como industrial.

El ritmo de crecimiento y de expansión propició el traspaso de la gestión a la siguiente generación; el matrimonio fundador decidió dejar a sus hijos Paco y Antonio al frente de los negocios, con 43 y 34 años, respectivamente.

El progreso de los negocios y una continua reinversión en los mismos permitió una posición financieramente holgada que llevó a la decisión de “patrimonializar” parte de los beneficios mediante inversiones en olivar. Este hecho supuso la entrada en el negocio de aceite de oliva virgen extra, con almazara propia, y denominación de origen Baena. Con visión en el largo plazo, la familia decidió crear buenos cimientos para llegar ser una empresa de marca; y así se constituyó Peña de Baena⁵. Entrar en este negocio, cuya gerencia fue asumida por Paco ese mismo año, significó volver a los orígenes ya que los ascendientes de la familia Peña habían sido agricultores.

A partir del año 2000 la empresa experimentó un fuerte crecimiento. Se abrieron nuevas delegaciones en otras provincias de Andalucía y en Ciudad Real (2013). El porfolio de productos, clientes y servicios propició la iniciativa de organizar en 2001 la primera feria profesional del sector del recambio, Peña Profesional⁶, lo que generó un reconocimiento de marca y mejoró su posicionamiento en el sector.

El fuerte impulso emprendedor articulado en diferentes sociedades mercantiles motivó que en el año 2003 se hiciera una reorganización societaria de todas ellas y se creara el Grupo Peña Automoción, al que posteriormente se fueron incorporando nuevas líneas de negocio como el neumático (con Michelin como proveedor), la venta de servicios con el nacimiento del programa de gestión para talleres, GP-GesTaller (2005) y el catálogo virtual GP-Cat (2016).

futuras de los talleres multimarca. Es un grupo de compras formado por 29 recambistas de turismo y camión a nivel nacional con sede en Madrid.

⁴ EuroTaller, Intertaller y Top Truck: son redes de talleres multimarca que facilitan formación, información, *marketing* y comunicación a los talleres independientes.

⁵ A fecha de 2024 la empresa Peña de Baena había recibido quince medallas de oro y plata en veinticinco años, otorgadas por el consejo regulador de la comarca.

⁶ Peña Profesional era la mayor feria del sector, con más de cien expositores y una asistencia de ochocientos talleres. Se realizaba compra de maquinaria y se presentaban las novedades conectando proveedores y clientes.