

INFORME DEL SECTOR DE LOS CONCESIONARIOS EN ESPAÑA

**Informe sobre la situación actual de los concesionarios de
automóviles y vehículos industriales**

FACONAUTO, 31 de diciembre de 2012

I.- INTRODUCCIÓN: EL SECTOR DE LOS CONCESIONARIOS

Los concesionarios de automóviles y vehículos comerciales son pequeñas y medianas empresas, en su mayoría de carácter familiar, que se dedican a la distribución, venta y servicio posventa de los vehículos automóviles de un fabricante o importador como empresarios independientes, actuando en su propio nombre y bajo su responsabilidad y riesgo, dentro de la zona o área territorial que le haya asignado su proveedor.

Los **2.908** concesionarios (**2.761** de turismos y todoterreno y **169** de vehículos industriales) establecidos en España cumplen una función socioeconómica muy relevante en las comunidades donde se ubican, empleando directamente a **103.253** trabajadores. Asimismo, los **2.970** subdistribuidores y talleres oficiales de la red secundaria dependientes de los concesionarios de la red principal mantienen **27.156** empleos directos (Ver **Anexos núm. 1 A y 1B**).

En **2012** los concesionarios facturaron **22.120,35** millones de Euros –es decir, **3,6** billones de pesetas– según se refleja en el Anexo núm.1 A y 1B, lo que supone un **2,09% del PIB** español, según las previsiones económicas para España de FUNCAS¹ (ver **Cuadro nº 1**) y colaboraron en la recaudación de los **24.089** millones de euros de impuestos y tasas que generó el Sector de Automoción en 2011 (Ver **Anexo núm.2**).

CUADRO Nº 1

Cuadro 1								
PREVISIONES ECONÓMICAS PARA ESPAÑA, 2012-14								
Tasas de variación anual en porcentaje, salvo indicación en contrario								
Fecha: 4-12-2012								
	Datos observados			Previsiones FUNCAS			Variación de las previsiones (a)	
	Media 1996-2007	2010	2011	2012	2013	2014	2012	2013
1. PIB y agregados, precios constantes								
PIB, pm	3,7	-0,3	0,4	-1,4	-1,6	0,3	0,1	0,2
Consumo final hogares e ISFLSH	3,8	0,7	-1,0	-1,8	-3,3	-0,6	0,3	-0,1
Consumo final administraciones públicas	4,3	1,5	-0,5	-4,0	-4,9	-2,9	-0,5	0,2
Formación bruta de capital fijo	6,4	-6,2	-5,3	-9,0	-7,9	-3,4	0,6	1,1
Construcción	5,4	-9,8	-9,0	-11,6	-11,1	-5,9	0,7	1,5
Construcción residencial	7,3	-10,1	-6,7	-7,3	-6,3	-3,9	-0,3	0,0
Construcción no residencial	4,2	-9,6	-11,0	-15,5	-15,6	-7,8	1,5	3,1
Equipo y otros productos	7,5	2,8	2,5	-4,1	-2,9	0,1	0,6	0,2
Exportación bienes y servicios	6,7	11,3	7,6	3,2	4,5	5,8	1,5	0,7
Importación bienes y servicios	9,3	9,2	-0,9	-4,7	-4,6	0,6	1,8	0,8
Demanda nacional (b)	4,5	-0,6	-1,9	-3,8	-4,5	-1,5	0,2	0,2
Saldo exterior (b)	-0,8	0,3	2,3	2,4	2,9	1,8	-0,1	0,0
PIB precios corrientes: - millardos de euros	--	1048,9	1063,4	1052,9	1046,6	1060,5	--	--
- % variación	7,4	0,1	1,4	-1,0	-0,6	1,3	-0,1	0,2

Fuentes: 1996-2011: INE y B.E. Previsiones 2012-14: FUNCAS.

¹ FUNCAS: Fundación de las Cajas de Ahorros (<http://www.funcas.es/Indicadores/Indicadores.aspx?id=1>)

II. EL ENTORNO OPERATIVO

La operativa del concesionario viene regulada por los contratos de distribución y de servicio autorizado –en casos aislados, se recurre a un tercer contrato de distribución de recambios²–. El proveedor vende sus productos al distribuidor y éste, a su vez, los revende a sus clientes aplicando un margen, que constituirá la fuente de ingresos de su actividad comercial. En la realización de su actividad económica, el distribuidor actúa, en todo caso, en su nombre y por cuenta propia, asumiendo los riesgos que pudieran derivarse del negocio. La modalidad de distribución que se aplica por la gran mayoría de las Marcas de automóviles en España es el de «*distribución selectiva*», que permite limitar el número de los distribuidores (limitación cuantitativa) y establecer unos criterios de selección cualitativos (limitación cualitativa), para preservar de este modo la calidad y solvencia de las empresas integradas en la red.

Las especiales características de los automóviles, que necesitan a intervalos regulares, en momentos imprevisibles y en lugares variables, operaciones de mantenimiento y reparación especializadas, exigen una cooperación estrecha entre los fabricantes de los vehículos con los distribuidores y reparadores autorizados para asegurar un servicio de venta y postventa especialmente adaptado a un producto, por las implicaciones que tiene en la seguridad vial y en el medioambiente.

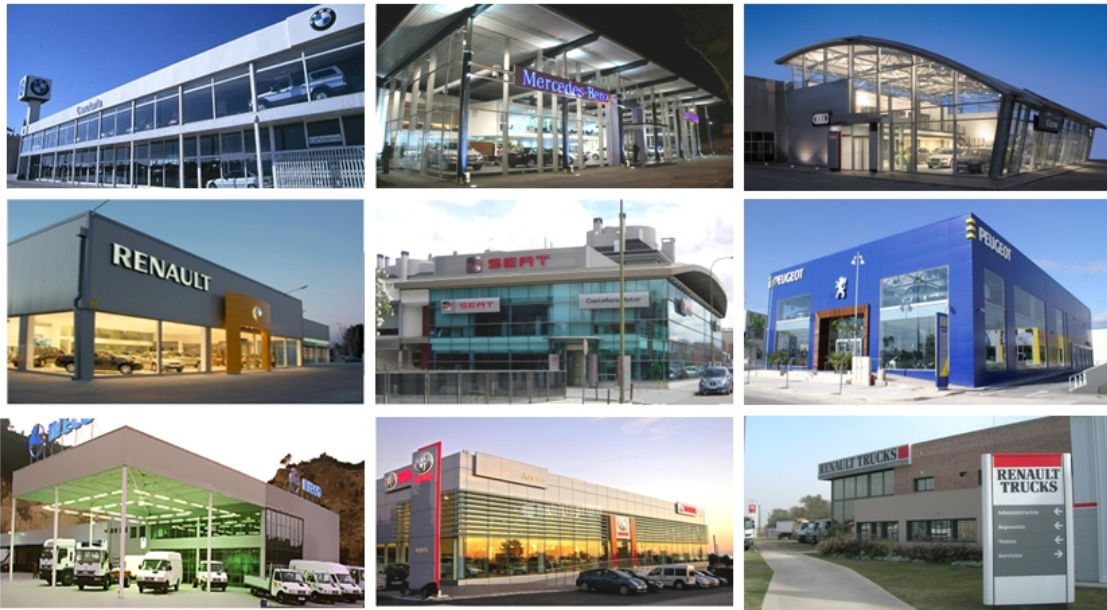
Por ello, el concesionario debe disponer de una organización profesional para el servicio de postventa conforme a las normas del proveedor. El personal afecto al servicio de postventa de la marca del fabricante deberá estar en todo momento en posesión de la capacitación y formación básica para reparar los vehículos del fabricante y disponer de la documentación técnica actualizada y, especialmente, de los manuales de reparación y del conjunto de notas técnicas, difundidas por el proveedor, debiendo el concesionario adoptar las medidas apropiadas para que el personal afecto al servicio de venta y de postventa mantenga actualizados sus conocimientos comerciales y técnicos.

Asimismo, el concesionario debe disponer en permanencia de un parque mínimo de vehículos de sustitución, suficientes para satisfacer las necesidades de la clientela y poder ofrecérselos durante las operaciones de reparación y de mantenimiento, y comprometerse a implantar los medios técnicos y humanos necesarios para garantizar las prestaciones de asistencia gratuita de que disfruta la clientela en virtud de la garantía del fabricante. Asimismo, se esforzará por implantar los medios técnicos y humanos necesarios para garantizar el servicio postventa a satisfacción de la clientela de la Marca.

Para asegurar una eficaz promoción comercial de los productos del fabricante, el concesionario debe disponer también de un presupuesto publicitario

² En las redes de distribución de las marcas CITROEN y PEUGEOT del Grupo PSA.

proporcional a su volumen de negocio que se aplicará conforme a las normas del proveedor y que es condición necesaria para que el concesionario pueda disponer de la ayuda publicitaria que establezca el proveedor para el conjunto de la red comercial.



Los concesionarios cumplen una función esencial en el sector de automóviles y vehículos industriales al financiar los stocks de vehículos, piezas de recambio y accesorios de los fabricantes. Los concesionarios financian las existencias de los fabricantes comprando los vehículos al “precio máximo recomendado” o de “lista”, lo que supone pagar al proveedor una media de un 15% más del precio de venta “retail” o final, porque no se deducen los descuentos promocionales a clientes (una media de 3.200 euros por vehículo vendido) con el descuento del margen comercial que le corresponda al distribuidor en el modelo concreto. Por tanto, los distribuidores financian ese diferencial durante un plazo medio variable entre 45 y 180 días (en 2008 y 2009 se alcanzaron los 180 días de media; en 2010 y 2011, se invirtió la tendencia; y en 2012 el plazo se ha situado en los 40 días). Por tanto, hasta que no venden el vehículo al cliente final, los concesionarios no pueden iniciar la recuperación de las promociones y descuentos aplicables, lo que le supone seguir financiando ese diferencial de 15 a 45 días adicionales.

Los concesionarios realizan importantes inversiones en suelo e instalaciones para exposición, almacenes y taller en las mejores localizaciones de las ciudades y poblaciones donde están implantados, mantienen un personal altamente cualificado en proceso de formación continua, y adquieren sistemas informáticos, equipos de diagnóstico, herramientas y utillaje específico, etc. La inversión media de un concesionario de automóviles instalado en un área

metropolitana supera los 6 millones de euros³, y se amortiza en un plazo medio de entre 15 y 20 años, pero sólo sirve para la distribución de los vehículos de determinada marca por la exclusividad de los estándares específicos exigidos por cada marca.

Por consiguiente, los concesionarios españoles garantizan un alto nivel de competencia entre las diferentes marcas y de concurrencia dentro de la red de distribución en un mercado maduro en el que ningún fabricante supera en 2012 el 10% de cuota del mercado de turismos y el 25% del mercado de vehículos industriales, que está más concentrado.

La organización de la actividad comercial y de servicio postventa, y el modelo de negocio del distribuidor en su conjunto, se configuran conforme a las directrices del proveedor, que concreta y especifica cada uno de los procesos de la concesión y, en particular, los siguientes:

- Estándares, dimensión y las calidades de las instalaciones.
- Estructura económico-financiera del concesionario y el plan contable.
- Modelo de negocio: la forma de trabajar y explotar el mercado tanto en la venta como en el servicio posventa.
- Auditorías de procesos, estándares y garantías.
- Número y cualificación profesional del personal contratado.
- Plan de formación de los empleados.
- Plan de negocio, objetivos e incentivos.
- Sistemas de gestión y administración (sistemas informáticos).

1. **Estándares y calidades de las instalaciones:** El concesionario debe cumplir los estándares o normas básicas del proveedor, en particular en lo referente al tamaño, equipamiento, ubicación, aspecto interno y externo, e identificación corporativa de sus instalaciones de venta y servicio postventa. Debe disponer con al menos 35 m² por vehículo en exposición y 50 m² de área dedicada a la atención de clientes con una superficie total entre 250 y 1.000 m². Por lo que se refiere a la postventa, la superficie total oscila entre 500 y 2.500 m², según el fabricante y el tamaño del área territorial de influencia del concesionario.

³ Las instalaciones de taller de los concesionarios oficiales tienen una superficie media construida de 2.000 m², con un coste promedio de 6 millones de euros; los estándares de rotulación, identificación y organización del taller y almacén de recambios tienen un coste medio de 500.00 euros; el coste medio anual de contratación y formación técnica del personal (1 jefe/asesor de servicio, 1 jefe de taller, 3 técnicos en mecánica general, electrónica, chapa y pintura, 1 jefe de recambios y 1 recambista) es de 234.000 euros; el coste medio de adquisición y mantenimiento de los equipos y sistemas informáticos de gestión y de pedidos de almacén es de 11.000 euros; el coste medio anual de los equipos de diagnosis y las actualizaciones de la información técnica es de 6.000 euros; el coste medio de adquisición de las herramientas y utillaje específico es de 3.500 euros; y, finalmente, el coste medio de adquisición del resto del equipamiento (bancadas, plataformas elevadoras, máquinas de lavado de vehículos, etc.) es de 25.500 euros.

2. **Modelo de negocio:** El concesionario se obliga a llevar a cabo una eficaz promoción de las ventas haciendo uso de los medios y recursos más adecuados para fomentar el desarrollo de contactos con los clientes y potenciales compradores y a prestar un servicio postventa de calidad. El Concesionario debe informar regularmente al proveedor sobre sus actividades de venta y postventa, lo que supone el envío inmediato de información sobre pedidos, entregas, matriculaciones, reparaciones y atención de garantías. El proveedor se reserva el derecho a requerir en cualquier momento al concesionario para que le facilite información acerca de las condiciones de la competencia, situación de mercado, stock disponible de vehículos, recambios y accesorios, y estimación de futura demanda de los productos contractuales (vehículos y recambios).
3. **Estructura económico-financiera:** El concesionario debe mantener los recursos propios que establece el departamento de desarrollo de red del fabricante en función del volumen de negocio previsto, aplicar el plan de contabilidad establecido por el proveedor y participar regularmente en el estudio comparativo de cuentas de explotación de los concesionarios de la red. El concesionario debe presentar anualmente, para su revisión por el proveedor, sus cuentas anuales certificadas inmediatamente después de su certificación por los auditores e informar mensualmente al proveedor de la situación de la cuenta de resultados, balance, recursos e inversiones de la empresa.
4. **Auditorías de procesos, estándares y garantías:** El concesionario está sometido a un control férreo de sus procesos internos, debiendo contar al efecto con la certificación ISO 9002 de calidad. Asimismo hay Marcas que exigen la certificación ISO 14002 de medioambiente. El proveedor controla asimismo el cumplimiento por el concesionario de los estándares de venta y posventa, así como de las normas de garantías recurriendo para ello al servicio de auditores externos. Para que éstos puedan revisar el cumplimiento de los estándares de venta y de servicio el concesionario debe atender todos sus requerimientos de información y facilitarles toda la documentación necesaria.
5. **Número y cualificación profesional del personal:** El proveedor fija el número y la cualificación del personal contratado por el concesionario, reservándose incluso la homologación de las capacidades y habilidades del gerente/director/propietario. Por lo que se refiere a la actividad de venta, se exige disponer de personal con experiencia acreditada, como mínimo 1 jefe de ventas y 1 vendedor por cada 100 uds/año con un mínimo de 2, 1 recepcionista de taller y 1 responsable financiero o de administración. Por lo que se refiere a la postventa, el concesionario debe disponer como mínimo de 1 jefe/asesor de servicio, 1 jefe de taller, 1 técnico en cada una de las especialidades de taller (mecánica, electrónica, chapa y pintura), 1 jefe de recambios y un número variable de recambistas según el volumen de ventas del concesionario.

6. **Plan de formación de los empleados:** El personal contratado por el concesionario debe ser formado para mantener su capacitación profesional de acuerdo a la política de formación del proveedor y a los requisitos establecidos para su puesto de trabajo. El proveedor puede comprobar anualmente el nivel de capacitación del personal del concesionario, que debe asistir con carácter obligatorio a los cursos de formación previstos en el plan de formación –un mínimo de 20 horas para los vendedores y de 120 horas para el personal de posventa–.
7. **Plan de negocio, objetivos e incentivos:** Para promocionar y vender eficazmente los productos contractuales (vehículos, piezas de recambio y accesorios) el distribuidor debe pactar con el proveedor un plan de negocio anual con los objetivos de ventas, esto es, el número mínimo de vehículos automóviles y piezas de recambio, que el distribuidor deberá vender durante el año natural y/o la cuota de mercado (penetración) que debe alcanzar en el área territorial de responsabilidad asignada por el proveedor. También se definen en el plan de negocio anual el número de vehículos de demostración de que deberá disponer para realizar pruebas dinámicas con los clientes y los vehículos de sustitución que tendrá para entregar al cliente durante la reparación de su vehículo. Aunque a falta de acuerdo se prevea el recurso a la mediación de un árbitro o perito independiente, en la práctica, para no “tener problemas” y poder conseguir los “incentivos” por cumplimiento de objetivos, el concesionario debe terminar aceptando los objetivos que le han “propuesto”.

El plan de negocio anual determina el nivel de aprovisionamiento de vehículos y piezas de recambio para el stock del concesionario. Ello no evita que, en momentos puntuales, el proveedor le “reasigne”, sin pedido previo de la concesión, un número variable de vehículos, normalmente de difícil venta, lo que dificulta aún más la gestión comercial del concesionario. Por otro lado, la mayoría de los proveedores vinculan los incentivos variables (margen variable), que permiten al concesionario rentabilizar su actividad, a encuestas de satisfacción de los clientes finales realizadas por muestreo, que tienen un alto nivel de aleatoriedad. Este es uno de los mayores factores de riesgo e incertidumbre a los que se debe enfrentar un concesionario.

8. **Sistemas de gestión y administración:** Los concesionarios están obligados por el proveedor a utilizar los sistemas de comunicación para gestionar los pedidos de vehículos y piezas de recambio, e incluso deben utilizar un sistema informático de gestión previamente homologado, que debe estar conectado 24 horas con los servidores del proveedor. Ello le permite controlar la gestión del distribuidor y disponer a tiempo real de la información comercial y de servicio relevante del distribuidor. Por lo que respecta a las relaciones con los clientes (CRM), el proveedor las gestiona directamente ya que dispone de acceso a la

información comercial del concesionario. A tal efecto, el concesionario debe procurar la obtención del consentimiento de los datos para su cesión al proveedor, especialmente la relativa a las obligaciones de garantía del fabricante.

Se puede concluir que la operativa empresarial de los concesionarios se caracteriza por modelo de gestión basado en el volumen, por lo que debe asumir un riesgo excesivamente alto, con apalancamientos que duplican los recursos propios de la empresa, para obtener una rentabilidad media sobre facturación negativa en la mayoría de las redes e inferior al 1% en las redes más saneadas. Así, en el periodo expansivo del mercado de automoción en España, entre 2004 y 2009, la rentabilidad sobre la facturación de las PYMES concesionarias se mantuvo en una media entre el 0,8% y 2,3% y en **2012** se ha situado en **-0,94%** con tendencia a bajar (ver **Anexo nº 3**).

En definitiva, el Sector de Automoción es un sector con márgenes muy bajos, basado en un modelo de negocio obsoleto que vincula el retorno de la inversión al volumen de facturación, por lo que su rentabilidad ha ido disminuyendo paulatinamente con la crisis económica hasta los registros más negativos en junio de 2012.

Con productos y/o servicios cada día más parecidos e incluso idénticos, y sin crecimientos en las áreas de venta y postventa en perspectiva, no se puede mantener una oferta de servicios sobredimensionada (para un mercado de 1.200.000 turismos y 200.000 vehículos industriales) sin perder rentabilidad. Además, el exceso de operadores provoca rentabilidades bajas, guerra de precios y otros efectos negativos.

III.- SITUACIÓN ACTUAL DE LOS CONCESIONARIOS OFICIALES

La crisis económica ha golpeado de lleno al Sector de Automoción en los cinco últimos años (2008-2012), agravándose especialmente desde el agotamiento del presupuesto del Plan 2000E en mayo de 2010, y las dos sucesivas subidas del IVA del 16 al 18%, en julio de 2010, y del 18 al 21% en vigor desde septiembre de 2012.

En **2012** el mercado de turismos y todo terreno se situó en sólo **700.551** unidades (**-13,6%** respecto a 2011), **76.965** unidades de comerciales (**-26%** respecto a 2011) y **13.268** camiones con una caída del **-22,1%** respecto a 2011 (ver el **Anexo nº 4**).

Con un retroceso acumulado entre 2007 y 2012 del **mercado de turismos y todo terreno** de un **-56,63%** y de un **-72,14%** del **mercado de comerciales y camiones**, los concesionarios están pasando graves dificultades económicas y financieras, especialmente en este último ejercicio de 2012. Pese a la relevante reestructuración interna de las organizaciones y su progresiva adecuación a la

coyuntura de hundimiento de la demanda interna de vehículos, el derrumbe del mercado desembocará en una dura concentración del sector que se va a acelerar en el primer semestre de 2013 por la negativa coyuntura económica general y la del sector y por la implantación de los nuevos contratos de distribución el 1/6/2013 que aplicarán las nuevas reglas de competencia de la UE.

Según los datos disponibles, sólo la desaparición de una de cada tres de las empresas actuales devolvería al sector a las rentabilidades de 2007, por lo que, una media entre el 25 y el 30% de los concesionarios en España caerán en la reorganización puesta en marcha por los fabricantes de automóviles.

Por otro lado, la extrapolación de la evolución de las ventas a la rentabilidad prevista del sector en los próximos años da como resultado que, con los niveles de rentabilidad del año 2007 sólo se podría mantener el 70% de las empresas actuales, situación inviable en la actualidad, por lo que con un 85% de las empresas actuales, el sector se situaría con una rentabilidad entre el 1% y el 0,5%.

Con el panorama actual de crisis económica general y del sector, en particular, los concesionarios deberán analizar la viabilidad de su empresa y, si es preciso, acometer un plan de optimización de sus recursos, para mejorar los márgenes comerciales en la venta y la postventa. Los concesionarios que potenciaron la eficiencia comercial, mantuvieron el margen operativo en la venta y la postventa, redujeron costes y cerraron los centros e instalaciones deficitarias, están hoy en mejor posición para afrontar los dos próximos años con rentabilidades superiores al uno por ciento.

La debilidad del consumo y el aumento del desempleo y la morosidad –9% en automoción y 11% en línea blanca (electrodomésticos) y marrón (muebles)– son factores que condicionarán negativamente la concesión de préstamos por las entidades financieras, tanto a las empresas como a las familias, porque los fallidos han mermado sus recursos propios.

La falta de liquidez del sector bancario ha traído como consecuencia el rechazo de un mayor porcentaje de solicitudes de préstamos para la adquisición de automóviles y vehículos comerciales e industriales. También se ha producido un endurecimiento de las condiciones financieras, tanto para la concesión de nuevos créditos como la renovación de los ya concedidos. Así, si en 2007 se autorizaba una media de 65 operaciones de cada 100, en 2012 sólo se aprueban 45 de cada 100 operaciones, teniendo en cuenta que los pedidos de vehículos de particulares han caído más de un 56,6% desde 2007. Por lo que se refiere a la concesión de líneas de crédito para financiar el stock, ésta se ha reducido a la mitad y encarecido entre 2 y 5 puntos, según la entidad financiera que intervenga en la operación.

Todo ello hay dado lugar a que las PYMES de nuestro Sector estén cerrando los centros e instalaciones no rentables y ajustando al máximo el empleo, para

adecuar sus estructuras a la caída de la actividad. El ajuste empezó en 2008 con la resolución de los contratos temporales y pasó a partir de 2009 y, sobre todo, en 2011 y 2012 a la presentación de ERES extintivos, para evitar el cierre de las empresas. Estos expedientes extintivos están plenamente justificados por las causas económicas objetivas que afectan al Sector, explicitadas en los párrafos anteriores.

En definitiva, la situación de las PYMES de las redes de distribución es casi insostenible. Los empresarios tienen que plantearse la adopción de medidas, hasta ahora impensables, como el cierre de centros de trabajo o el abandono de la representación de marcas sin rentabilidad operativa, para asegurar la viabilidad de las empresas, porque la venta y la posventa van a evolucionar a peor en los próximos meses. En los dos próximos subapartados, resumimos la problemática específica de los concesionarios de vehículos industriales y de turismos.

1.- Concesionarios de Vehículos Industriales

El derrumbe del sector de la construcción residencial y de la obra pública ha supuesto una **caída del -72,14% de las matriculaciones respecto del 2007**. La venta del vehículo industrial depende directamente de la evolución de la construcción, tanto residencial como de la obra pública, por lo que la práctica paralización de la construcción residencial –como consecuencia del estallido de la “*burbuja inmobiliaria*”– y la reducción en más de un -70% del volumen de obra pública contratada, ha supuesto un gravísimo revés para las previsiones de venta y posventa del Sector.

Además, la caída de la recaudación de las Administraciones Públicas, tanto de la Estatal como de las Autonómicas y, sobre todo, de las Locales, así como el aumento del retraso de los Ayuntamientos de sus pagos a los proveedores de obra pública introduce un factor adicional que ha agravado la caída de actividad del Sector. Si no hay construcción y actividad económica, no se venden ni reparan camiones.

Según nuestras previsiones, el mercado de vehículos industriales en 2013 sufrirá todavía una ligera caída del una caída del -0,26% (90.000 vehículos matriculados frente a 90.233 en 2012), gracias a la positiva aportación de los vehículos comerciales y los industriales ligeros. Nuestra previsión se alinea con las de las ANFAC (fabricantes) y ANIACAM (importadores). En definitiva, prevemos en 2013 un mercado plano que repetirá las cifras de matriculaciones de 2012, ya que no se contempla un cambio del escenario macroeconómico que permita una recuperación a corto plazo del volumen de obra pública contratada ni de la construcción residencial.

La situación financiera de los concesionarios sigue siendo muy difícil por el derrumbe del mercado y la saturación de stocks de vehículos industriales con una duración media que supera en algunas empresas de la red de distribución

los 24 meses. Teniendo en cuenta que el valor medio por unidad –chasis-cabina, sin carrozado– es de 78.000 euros, se llega a la conclusión de que las pólizas de crédito de los concesionarios de industriales han superado todos los límites y los gastos financieros suponen el mayor factor de riesgo para la viabilidad de las empresas.

Los concesionarios de camiones y tractocamiones se enfrentan, por ello, a un grave problema de liquidez, que compromete su viabilidad económica como consecuencia de la caída de la actividad y del aumento exponencial de los gastos financieros para mantener los stocks de vehículos. La situación se agrava por la dificultad de los potenciales clientes para obtener financiación para la compra de vehículos y renovación de sus flotas, lo que reduce drásticamente los pedidos.

La actividad de posventa (taller) sigue en caída libre, con una pérdida estimada de entradas en taller, según zonas, entre el 35% y el 45%, con la consiguiente pérdida de facturación. Los transportistas y autónomos están aumentando progresivamente su morosidad situándose los impagos de taller en una media del 15%.

2.- Concesionarios de automóviles de turismo y todo terreno

La caída media de las ventas de vehículos nuevos es del 56,63% respecto a 2007. Las ventas a particulares (“ventas retail”) –canal de ventas preferente de los concesionarios– han vuelto a registrar en 2012 una importante caída, con 386.713 unidades matriculadas frente al 1.275.526 unidades de este canal en 2007. Frente a una media de 375 unidades por concesionario en 2007, 2012 se ha cerrado con una media de 135 por concesionario.

RATIO VENTAS CONCESIONARIO/AÑO

	Ventas (*)	Media (**)
2007	1.275.526	375
2008	876.792	257
2009	811.622	238
2010	779.979	251
2011	515.419	182
2012	386.713	135

Fuente: MSI/FACONAUTO

(*) Ventas a particulares + Matriculaciones tácticas.

(**) Media unidades vendidas por concesionario/año

Todos los indicadores de consumo siguen empeorando, incluso los tipos de interés, y esto lleva a un mayor deterioro de la confianza de los consumidores, que en noviembre volvió a registrar su menor valor histórico (-62%). Este dato refleja la contracción de la economía española en 2012, pero lo que más preocupa ahora a los consumidores es el aumento del desempleo que se

situará en 2013 en el 26%, lo que supondrá alcanzar los 6 millones de parados, con 2,5 millones sin derecho a percibir el subsidio de desempleo.

Según nuestras estimaciones, el mercado de automóviles (turismos y todo terreno) se mantendrá estable en 2013 repitiendo las matriculaciones de 2012 (700.000 unidades). Las previsiones del resto de patronales del Sector, ANFAC (fabricantes) y ANIACAM (importadores) son aún más pesimistas, con unas proyecciones de 670.000 y 680.000 unidades respectivamente. No obstante, el escenario podría cambiar si el Gobierno renueva el plan PIVE para todo el 2013, lo que generaría mayor confianza y permitiría continuar la necesaria renovación del parque que superará en 2013 los 9,4 años de edad media.

En postventa (taller) la caída de la actividad se sitúa entre el 15% y el 25%, debido en parte a la pérdida de renta de las familias, que recurren a otros canales con precios más bajos, pero sobre todo por la pérdida acumulada de más de 3,5 millones de ventas de vehículos nuevos en los últimos cinco años. Por ello, la previsión para los 3 próximos años es de un deterioro mayor de la actividad de postventa, con una pérdida de facturación entre el 10 y el 15%, por el menor número de entradas de taller como consecuencia de la pérdida de ventas de vehículos nuevos de los años anteriores y, por tanto, del número de vehículos en garantía.

IV. PROCESO DE REORGANIZACIÓN DE LAS REDES DE DISTRIBUCIÓN

La gran mayoría de las marcas de automoción, con excepciones como el Grupo Volkswagen, Mercedes o Volvo han puesto en marcha un proceso de reestructuración de sus redes de distribución y reparación, con preavisos de resolución de contrato con efectos 31 de mayo de 2013, que además de responder al objetivo de ajustarlas a la situación actual del mercado obedece también a su voluntad de sustituir los contratos en vigor por otros "contratos ex-novo", ajustados a las nuevas normas de competencia de la UE, que son más beneficiosos para el proveedor.

Llama la atención que la reestructuración se puso en marcha en 2011 cuando el Congreso dejó sin efectos jurídicos la disposición adicional decimosexta de la Ley 2/2011 de Ley de Economía Sostenible, incumpléndose el acuerdo del Sector de Automoción firmado por las asociaciones del Sector con el Ministro de Industria el 7 de marzo de 2011, que se ha confirmado en algunas redes a 31 de diciembre de 2012 (SAAB, PEUGEOT y CITROEN) y que en el resto (OPEL, FORD, RENAULT, FIAT, ALFA ROMEO, LANCIA, JEEP, DODGE, SUZUKI, HONDA y TATA) se producirá el 31 de mayo de 2013.

Los proveedores ya han decidido unilateralmente qué concesionarios seguirán en la red oficial, sin atender necesariamente a criterios económicos objetivos y sin recurrir al sistema resolución rápida de conflictos previsto por el artículo 3,6 del Reglamento de Exención CE 1400/2002. Debe destacarse que los fabricantes e importadores resuelven los contratos en el entendimiento de que

con los nuevos contratos comienza una nueva relación comercial con el mismo distribuidor, sin reconocimiento de los derechos adquiridos, sin compensar al concesionario cesado su fondo de comercio, y sin indemnizar las inversiones no amortizadas.

En definitiva, pocos concesionarios saben a ciencia cierta qué va a pasar con ellos en los próximos seis meses. Lo que sí saben es que les sucederá alguna o algunas de estas alternativas: expulsión de la red, exigencia de aumento de inversiones, reducción de ingresos y renunciadas a derechos. Todo ello en un contexto de fuerte caída de las ventas.

V.- EVOLUCIÓN DEL EMPLEO

En entre enero y diciembre de 2012 se han perdido 5.374 empleos, por lo que la pérdida acumulada de empleos en los concesionarios de automoción desde 2007 es de 49.792. La mayor destrucción se produjo en 2008, con una pérdida de 20.132 puestos de trabajo, seguida del 2009, con 10.173. En 2010, gracias a los incentivos a la compra del Plan 2000E, los concesionarios sólo se perdieron 4.316 empleos, pero en 2011 se perdieron 9.797 puestos de trabajo adicionales.

EVOLUCIÓN EMPLEO RED DE CONCESIONARIOS

	Empleos	Pérdida empleo neta	
2007	180.202		
2008	160.070	-20.132	-11,17%
2009	149.897	-10.173	-6,36%
2010	145.581	-4.316	-2,88%
2011	135.784	-9.797	-6,73%
2012	130.409	-5.375	-3,96%
TOTAL		-49.793	-27,63%

Fuente: FACONAUTO

Sin embargo, lo peor está por llegar, ya que la profunda reorganización y concentración del sector puesta en marcha por las marcas de automoción para adecuar sus redes de distribución al potencial real y futuro del mercado, para asegurar una rentabilidad a medio y largo plazo, quedaría afectado más del 25% de las pymes del sector, lo que supondría una pérdida adicional de más de 20.000 empleos.

VI.- CONCLUSIONES

- 1ª.- La debilidad de la demanda, el crecimiento del desempleo y el clima de desconfianza de los consumidores, con su peor registro histórico de -62%, configuran un escenario macroeconómico a diciembre de 2012 de retroceso del consumo e incertidumbre empresarial que condicionarán negativamente las previsiones de actividad del Sector de Automoción.
- 2ª.- Las restricciones crediticias de las entidades financieras en la concesión de créditos para la adquisición de coches y vehículos industriales y el endurecimiento de las condiciones de financiación de los stocks de los concesionarios, empeoran las expectativas de recuperación del Sector.
- 3ª.- Las previsiones de ventas para 2013 son de 700.000 matriculaciones de turismos y todo terreno y 90.000 de vehículos comerciales e industriales, lo que supone un **mercado inferior en un -59,22% respecto a 2007**. Por lo que se refiere a la postventa, la previsión para los 4 próximos años es de un deterioro mayor de la actividad, con una pérdida de facturación entre el 10 y el 15%, por el menor número de entradas de taller como consecuencia de la pérdida de ventas de vehículos nuevos y, por tanto, del número de vehículos en garantía.
- 4ª.- La rentabilidad media sobre facturación ha sufrido un progresivo deterioro en el último quinquenio, alcanzando **en junio de 2012** un registro negativo del **-0,94%** con tendencia a bajar.
- 5ª.- El proceso de reorganización de las redes de distribución emprendido por las marcas supone que pocos concesionarios saben a ciencia cierta qué va a pasar con ellos en los próximos diecisiete meses. Algunos serán expulsados de la red, a los que sigan se aumentará la exigencia de inversión y les caerán los ingresos en un contexto de fuerte caída de las ventas. Lo que significa que en los próximos 6 se perderán otros 20.000 puesto de trabajo.
- 6ª.- En la coyuntura actual, las empresas deberán priorizar la rentabilidad y adecuar sus estructuras a la demanda real. Los concesionarios que aún deberán afrontar un mayor de ajuste de sus costes, con cierres de los centros de trabajo e instalaciones deficitarias y recurrir, en su caso, a expedientes de regulación de empleo extintivos para amortizar los puestos de trabajo excedentes, la solicitud de aplazamiento de pago de impuestos (Sociedades e IVA) y de seguros sociales a cargo de la empresa.

FACONAUTO, 30 de Diciembre de 2012.

**Anexo nº 1A: REDES DE DISTRIBUCIÓN DE TURISMOS Y TODO TERRENO:
Nº DE EMPRESAS, FACTURACIÓN Y PLANTILLAS A 31.10.2012**

Marcas	Concesionarios						Subconcesionarios				Totales Redes de Distribución				
	Independientes			Filiales			Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos	Total Empresas	Facturación Mill. Euros	Total Empleos
	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos									
ALFA ROMEO	66	95,00	2.160	4	0,95	18	-	-	-	-	-	-	70	96	2.178
ASTON MARTIN (web)	4	29,00	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	29	31
AUDI	102	1.556,08	5.835	8	18,40	153	-	-	-	-	-	-	110	1.574	5.988
BENTLEY (web)	4	4,56	43	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5	43
BMW	80	1.138,68	3.985	2	10,50	93	-	-	-	-	-	-	82	1.149	4.078
CADILLAC-CORV-HUMMER (*)	2	0,63	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	45
CITROEN	144	1.259,14	6.737	16	14,30	265	518	365,00	4.884	-	-	-	678	1.638	11.886
CHEVROLET	98	364,10	835	-	-	-	0	-	-	-	-	-	98	364	835
DACIA	73	283,98	30	7	6,80	231	137	12,80	2.356	-	-	-	217	304	2.617
DAIHATSU (*)	2	0,15	42	-	-	-	0	-	-	-	-	-	2	0	42
FERRARI (*)	2	9,23	8	-	-	-	0	-	-	-	-	-	2	9	8
FIAT	81	400,63	3.423	-	-	-	127	25,50	1.701	-	-	-	208	426	5.124
FORD	145	1.277,38	6.658	-	-	-	359	-	-	-	-	-	504	1.277	6.658
HONDA	57	160,54	798	-	-	-	0	-	-	-	-	-	57	161	798
HYUNDAI	82	706,13	3.562	-	-	-	59	177,00	437	-	-	-	141	883	3.999
INFINITI	9	13,64	65	6	0,90	15	0	-	-	-	-	-	15	15	80
JAGUAR	29	42,89	340	-	-	-	0	-	-	-	-	-	29	43	340
JEEP	54	57,23	267	2	0,75	16	0	-	-	-	-	-	56	58	283
KIA	75	112,53	2.354	1	0,12	11	0	-	-	-	-	-	76	113	2.365
LADA (web)	7	0,51	743	-	-	-	0	-	-	-	-	-	7	1	743
LANCIA	53	32,90	960	-	-	-	0	-	-	-	-	-	53	33	960
LAND ROVER	59	359,97	326	-	-	-	0	-	-	-	-	-	59	360	326
LEXUS	22	913,95	38	-	-	-	0	-	-	-	-	-	22	914	38
MASERATI (*)	5	1,18	181	-	-	-	0	-	-	-	-	-	5	1	181
MAZDA	75	117,84	891	-	-	-	0	-	-	-	-	-	75	118	891
MERCEDES-SMART	63	966,29	3.241	2	12,10	257	90	270	589	-	-	-	155	1.248	4.087
MINI	64	204,29	766	2	2,10	15	0	-	-	-	-	-	66	206	781
MITSUBISHI	55	121,80	674	-	-	-	0	-	-	-	-	-	55	122	674
MORGAN (*)	1	0,09	8	-	-	-	0	-	-	-	-	-	1	0	8
NISSAN	83	925,44	3.680	-	-	-	0	-	-	-	-	-	83	925	3.680
OPEL	145	1.240,33	7.771	-	-	-	248	253	3.556	-	-	-	393	1.493	11.327
PEUGEOT	119	1.391,23	7.017	20	15,20	315	459	315	4.135	-	-	-	598	1.721	11.467
PORSCHE	21	94,71	140	3	2,50	23	0	-	-	-	-	-	24	97	163
RENAULT	73	1.314,28	8.160	7	13,60	265	617	568	7.534	-	-	-	697	1.896	15.959
ROLLS-ROYCE (web)	2	0,98	27	-	-	-	0	-	-	-	-	-	2	1	27
SEAT	154	1.371,75	7.348	-	-	-	69	-	-	-	-	-	223	1.372	7.348
SKODA	70	293,62	2.400	2	0,95	35	4	0,95	45	-	-	-	76	296	2.480
SSANGYONG (*)	62	29,95	620	-	-	-	0	-	-	-	-	-	62	30	620
SUBARU (*)	39	23,18	308	-	-	-	0	-	-	-	-	-	39	23	308
SUZUKI	70	78,12	396	-	-	-	0	-	-	-	-	-	70	78	396
TATA	53	4,16	520	-	-	-	0	-	-	-	-	-	53	4	520
TOYOTA	79	898,65	5.348	-	-	-	0	-	-	-	-	-	79	899	5.348
VOLKSWAGEN	114	1.625,55	7.654	8	11,40	163	74	-	-	-	-	-	196	1.637	7.817
VOLVO	52	272,58	1.872	-	-	-	0	-	-	-	-	-	52	273	1.872
TOTALES	2.649	19.794,80	98.307	90	110,57	1.875	2.761	1.987,25	25.237	2.761	1.987,25	25.237	5.500	21.893	125.419

**Anexo nº 1B: REDES DE DISTRIBUCIÓN VEHÍCULOS INDUSTRIALES:
Nº EMPRESAS, FACTURACIÓN Y EMPLEOS A 31.12.2012**

Marcas	Concesionarios			Talleres Oficiales			Totales Redes de Distribución		
	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos	Empresas	Facturación Mill. Euros	Empleos
DAF	16	18,08	195	18	6,87	122	34	24,95	317
MAN	13	16,12	235	28	6,13	147	41	22,25	382
IVECO	37	43,29	756	42	16,46	473	79	59,75	1.229
SCANIA	14	15,82	211	12	6,02	132	26	21,84	343
VOLVO TRUCKS	9	13,68	223	21	5,20	139	30	18,88	362
RENAULT TRUCKS	28	35,00	635	25	13,31	397	53	48,31	1.032
MERCEDES	21	28,35	431	31	10,78	269	52	39,13	700
NISSAN	31	5,27	385	32	2,00	241	63	7,27	626
TOTALES	169	175,61	3.071	209	66,77	1.919	378	242,38	4.990

Fuente: Elaboración propia FACONAUTO sobre informes Asociaciones.

Anexo nº 2: ESTIMACIÓN INGRESOS FISCALES DEL AUTOMÓVIL

En millones de euros

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% 2011/2007
POR ADQUISICIÓN DE VEHÍCULOS	5.653,6	5.788,5	3.913,5	2.954,6	2.989,5	2.489,9	-56,99%
IVA	4.015,3	4.027,1	2.870,6	2.230,7	2.336,8	2.012,3	-50,03%
IEDMT	1.638,3	1.761,4	1.042,9	723,9	652,7	477,6	-72,89%
POR CONSUMO DE CARBURANTES	17.116,0	18.601,0	16.814,5	17.045,6	18.383,2	18.324,7	-1,49%
IVA	4.842,9	5.791,1	4.561,9	4.690,3	5.871,6	6.483,7	11,96%
IE	12.273,1	12.809,9	12.252,6	12.355,3	12.511,6	11.841,0	-7,56%
POR IMPUESTO DE CIRCULACIÓN	2.265,7	2.412,2	2.635,9	2.653,9	2.812,8	2.807,3	16,38%
POR TRANSFERENCIAS DE VEH. USADOS	223,5	237,9	238,7	198,5	226,1	222,7	-6,39%
ITPAJD	156,0	166,8	177,1	171,5	174,9	169,3	1,50%
IVA	67,5	71,1	61,6	27,0	51,2	53,4	-24,89%
POR TASA DE MATRICULACIÓN	111,2	112,1	82,2	85,7	89,3	74,2	-33,81%
POR PERMISO DE CIRCULACIÓN	72,8	99,8	92,4	78,7	79,7	65,1	-34,77%
POR TASA DE CAMBIO DE TITULARIDAD	103,0	112,3	96,0	106,0	108,3	105,9	-5,70%
TOTAL	25.545,8	27.363,8	23.873,2	23.123,0	24.688,9	24.089,8	-11,96%

Fuente: Mº Economía y Hacienda, Memoria ANFAC y elaboración FACONAUTO. A partir del 1/7/2010 el IVA sube del 16% al 18%

Anexo nº 3: Rentabilidad Redes de Distribución Automóviles 2004-2012

	Opel	Citroen	Seat	Peugeot	VW/ Audi	Ford	Toyota	Skoda	Renault	BMW	Volvo	Mercedes	Nissan
Rentabilidad 2004	2,31	2,45	1,65	2,30	2,30	1,47	2,35	2,00	1,71	3,80	3,20	2,70	1,60
Rentabilidad 2005	1,98	2,17	1,52	1,90	2,10	1,00	2,30	2,20	1,19	3,50	2,20	2,63	1,20
Rentabilidad 2006	1,09	2,35	1,30	2,30	2,40	0,90	2,20	2,50	1,07	3,30	1,50	3,02	0,70
Rentabilidad 2007	1,10	2,23	1,40	1,50	1,80	1,10	1,70	1,60	0,59	2,20	1,20	2,59	0,60
Rentabilidad 2008	-0,70	0,51	-0,50	0,40	0,30	-1,10	-1,00	-0,70	-0,66	-1,60	-1,20	0,69	-0,60
Rentabilidad 2009	0,10	0,40	0,0	1,0	0,7	0,2	0,11	1,1	0,34	-3,00	0,80	-0,61	-0,2
Rentabilidad 2010	0,10	-0,03	-0,30	0,10	1,3	-0,1	0,56	0,7	0,42	0,30	1,90	0,65	0,50
Rentabilidad 2011	-0,71	-0,65	-1,30	-1,10	0,60	-0,1	0,20	0,04	-0,23	-1,00	0,90	0,28	-0,80
Rentabilidad 2012 Junio	-1,10	-1,47	-1,20	-1,40	0,03	-0,9	0,10	-1,00	-1,25	-1,80	-1,10	-0,67	-0,48

Nota: Ratio rentabilidad sobre facturación

Anexo nº 4: Evolución de las matriculaciones de automóviles en España en el periodo 2007-2011 y previsiones de demanda para 2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Var. 2012/07	Previsión 2013 (*)
TURISMOS Y TODO TERRENO	1.615.201	1.161.499	955.151	982.208	809.948	700.551	-56,63%	FACONAUTO ANFAC ANIACAM
								700.000 670.000 680.000
COMERCIALES E INDUSTRIALES	323.876	200.919	120.885	131.885	120.878	90.233	-72,14%	FACONAUTO ANFAC ANIACAM
								90.000 90.000 90.500
TOTAL MERCADO	1.939.077	1.362.418	1.076.036	1.114.093	930.826	790.784	-59,22%	FACONAUTO
								790.000

(*) **Nota:** Previsión cierre 2013 extrapolado sobre datos acumulados a diciembre de 2012.

(*) **Nota:** Previsión 2013 de las patonales del Sector: FACONAUTO (concesionarios), ANFAC (fabricantes) y ANIACAM (importadores).