



Informe sobre la Situación de los Concesionarios de Vehículos en España a 31 de diciembre de 2002

Madrid, 30 de Marzo de 2003

1. PRESENTACIÓN

1.1. VALORACIÓN DEL MERCADO

MATRICULACIONES DE VEHÍCULOS a 31.12.2002		
	ACUMUL.	Var. 2002/2001
TURISMOS	1.335.333	-6,5
TODO TERRENO	74.063	-7,5
COMERCIALES	195.209	-6,0
Industriales Ligeros	2.039	-19,5
Industriales Medios	6.610	-9,5
Industriales Pesados	34.439	-5,9
TOTAL IND. PESADOS	43.088	-7,8
Autobuses y Autocares	2.647	-4,2
TOTAL VEHICULOS	1.650.340	-6,8

- El **mercado de vehículos de turismo** ha registrado en España en el 2002 un volumen de matriculaciones acumulado de **1.335.333** unidades. La variación de la demanda, respecto al 2001 es de una caída acumulada del -6,5%.

La demanda de particulares ha representado el 64,3% en el acumulado del año, lo que equivale a una caída del -11,4% respecto al año anterior. Dicha falta de confianza ha sido debida a la fragilidad de la creación del empleo, la desaceleración del índice de la renta salarial y al efecto negativo de la inflación que ha supuesto un retraso en la realización de las compras de cierto valor.

La demanda de alquiladores, con 188.880 unidades en el acumulado año, registra una variación del -1,7%. Durante el año 2002 hemos visto la caída del sector Turístico debido principalmente a los Mercados Inglés y Alemán y la evolución del Mercado de Alquiladores de sólo un -1,7% en el año sólo se explica por la inyección de ofertas con un coste mínimo para las Compañías de Rent-a-car pero que drenan la rentabilidad de las marcas y los Concesionarios.

La demanda de las empresas, sin incluir alquiladores, representa el 21,5% del mercado acumulado, lo que representa un mínimo crecimiento del 1,1% respecto al 2001. El canal que de verdad ha aumentado a lo largo del 2002 ha sido el de las Compañías de Renting que supone un crecimiento del 20%.

Las bajas de vehículos de turismo acogidos al Plan Prever durante el 2002 quedaron en 273.562 unidades, es decir, un -16,8% respecto al 2001. La caída del Programa Prever es el fiel reflejo de la caída de la demanda de particulares.

Si se analizan la evolución de la demanda por tipo de carburante, el mercado diesel registró una variación de 5 puntos porcentuales en el acumulado año, respecto al 2001. La distribución del mercado, en el acumulado año, es del 57,5% diesel y 42,5% gasolina.

En conclusión: El año 2002 ha sido un año negativo en cuanto a matriculaciones; mucho peor de lo que nos diría la simple lectura del dato (-6,5%) ya que el canal de particulares continúa deprimido (-11,4%) y han faltado medidas de rejuvenecimiento del Parque Automovilístico Español (35% más de 10 años de antigüedad) puesto que el Plan Prever con una caída del 20% prueba que no ha sido suficiente para alcanzar las medias Europeas de la edad del Parque.

- El **mercado de vehículos de todo terreno** ha registrado un volumen de matriculaciones de **74.063** unidades en el 2002. Las variaciones de la demanda, respecto al 2001, ha sido del -7,5% en el acumulado del año.

La demanda de los alquiladores, con 4.700 unidades matriculadas en el 2002, registra una caída del -23,2% respecto al 2001. La demanda de las empresas, sin incluir alquiladores, representa el 35,1% del mercado, que supone un 0,9% respecto al año anterior. La demanda de particulares, ha supuesto el 58,5% del mercado, con una caída del -10,0% en el acumulado del año respecto al 2001.

Analizando la evolución de la demanda por tipo de carburante, el mercado diesel registra un incremento de 3,8 puntos respecto al 2001. La distribución del mercado por carburante, en el acumulado año, es del 79% diesel y 21% gasolina.

- El mercado de **vehículos comerciales**, en su conjunto, ha registrado un volumen de matriculaciones de **195.209** unidades. La variación de la demanda, respecto al 2001 ha sido del -6,0%. La demanda de los alquiladores, con 27.236 unidades matriculadas en el acumulado año, ha crecido un 1,2% respecto al 2001.

Los *Derivados de Turismo* con 95.882 unidades, matriculadas en el acumulado año, registran una variación del -7,0%. Los *Micro- Van* con 515 unidades, matriculadas en el acumulado año, registran una variación del 11,5%. Las bajas de vehículos comerciales hasta 3.500 KG. de MMA, acogidos al Plan Prever ha sido de 24.945 unidades, es decir, un -10,9% respecto al 2001.

Los *Furgones de < 3,5 TM* han registrado unas matriculaciones de 54.124 unidades (-4,0%) y los *Pick-Up* 9.341 unidades (-11,1%). Se han matriculado 35.347 unidades (-5,2%) de *Furgones de 3,5 TM*.

- La matriculación de **vehículos industriales**, en su conjunto, ha registrado un volumen de matriculaciones **34.439** unidades en el 2002 (-5,9%).

Por segmentos, los *Camiones ligeros* registraron 2.039 unidades matriculadas en el 2002 (-19,5%), los *Camiones Medios* 6.610 unidades (-9,5%) y los *Pesados* 25.790 unidades (-3,6%).

Dentro de los Camiones Pesados, los *Rigidos de Carretera* registraron 5.825 matriculaciones en el 2002 (-1,7%), los *Rigidos de Obras* 3.805 unidades (-4,3%) y los *Tractocamiones* 16.160 unidades (-4,1%).

- El mercado de **autobuses, autocares y microbuses** ha alcanzado en el 2002 la cifra de **2.647** unidades matriculadas (-4,2%). Por segmentos, se han matriculado 269 Microbuses (108,5%), 1.489 Autocares (-5,2%) y 889 Autobuses (-16,3%).

1.2 PREVISIONES DE VENTAS PARA EL 2003

FACONAUTO estima que en el 2003 las ventas de vehículos retrocederán un **4,32%**. La caída será mayor en el primer semestre y dará paso a una leve recuperación en el segundo semestre. Por segmentos, la previsión de ventas es de **1.279.696 turismos** (-4,17%), **70.269 todo terreno** (-5,12%), **192.515 comerciales** hasta 3,5 TN. (-1,38%), **34.041 Vehículos Industriales de más de 3,5Tn** (-21%) y **2.490 Autobuses y Autocares** (-5,93%).

Los factores macroeconómicos que avalan estas previsiones son un crecimiento del PIB del 2,3%, crecimiento de los salarios reales en un 2,9%, subida del desempleo en un 1,4%, una inflación subyacente del 2,8%, unos tipos de interés medios del 3%, y la entrada en un ciclo de reducción de la "demanda de sustitución" (vehículos que han cumplido el ciclo medio de vida de 8 años y que potencialmente se renovarían en el ejercicio).

PREVISIONES MATRICULACIONES DE VEHÍCULOS a 31.12.2003		
	ACUMUL.	Var. 2003/2002
TURISMOS	1.279.696	-4,17
TODO TERRENO	70.269	-5,12
COMERCIALES	192.515	-1,38
Industriales Ligeros	2.012	-1,32
Industriales Medios	6.350	-3,93
Industriales Pesados	25.679	-25,43
TOTAL IND. PESADOS	34.041	-21,00
Autobuses y Autocares	2.490	-5,93
TOTAL VEHICULOS	1.579.011	-4,32

2. SITUACIÓN DE LOS CONCESIONARIOS ESPAÑOLES

2.1. Facturación

La facturación conjunta de los concesionarios oficiales (red principal) alcanzó en el 2001 los **20.793 millones euros (3,45 billones de pesetas)**. Entre las áreas de negocio de las concesiones, sigue destacando la contribución de la venta de vehículos nuevos, que ascendió a **13.833 millones de euros**, esto es, un 4,72% menos que en el 2001. Los departamentos de Vehículos de Ocasión, con **1.913 millones de euros** y de Recambios, **2.405 millones de euros**, tuvieron un buen comportamiento, con crecimientos del 12,25% y del 10,52% respectivamente.

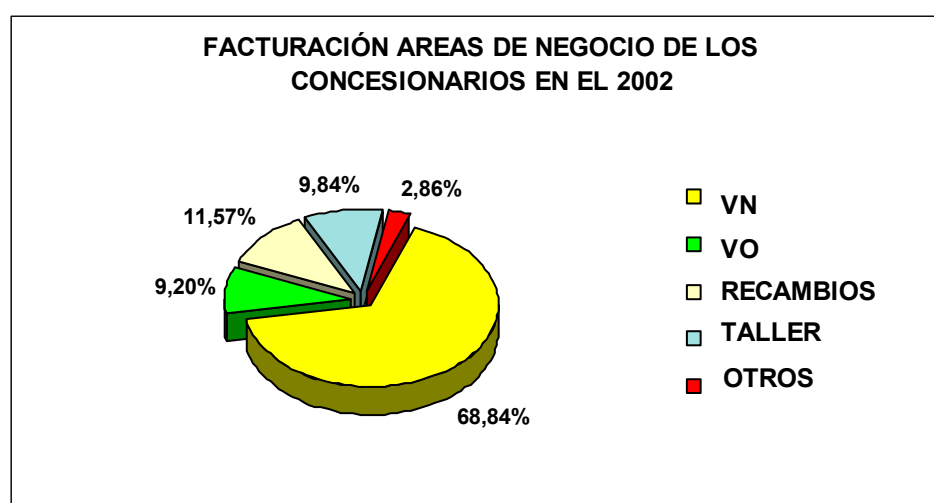
La postventa (taller) se ha mantenido en niveles razonables, con **2.046 millones de euros** de cifra de negocio, que representa un crecimiento del 7,89% sobre el 2001. El capítulo de atípicos o negocios de valor añadido asociados a la venta de vehículos (como financiación, seguros, extensión de garantías, gestoría, etc.) volvió a tener el crecimiento más significativo, muy por encima de los demás departamentos, lo que pone de manifiesto la importante aportación de los servicios asociados a la venta del vehículo para las concesiones (financiación, seguros, extensión de garantías, etc.) con una cifra de negocio de **593 millones de euros**.

Se adjunta una gráfica con la facturación de los concesionarios por áreas de negocio, comparando la facturación de las redes de concesionarios oficiales en 2002 con las de 2001:

FACTURACIÓN CONCESIONARIOS POR AREA DE NEGOCIO (en miles de euros a 31.12.2002)

Areas de actividad	Facturación global redes	% sobre la facturación	Fact. media concesión	% Variación 2002/2001
VENTAS VN	13.833.390	66,53	4.407	-4,72
VENTAS VO	1.913.449	9,20	610	12,25
RECAMBIOS	2.405.980	11,57	766	10,52
TALLER	2.046.611	9,84	652	7,89
OTROS	593.663	2,86	189	35,21
TOTAL	20.793.093	100	6.624	-1,18

En la gráfica siguiente se aprecia la aportación media de cada área de negocio de las concesiones españolas de vehículos.



2.2. Rentabilidad

El beneficio conjunto de los concesionarios de vehículos en el 2002 ascendió a **271,583 millones de euros**, registrándose una caída de la facturación de -34,28% sobre el año 2001. La rentabilidad de los concesionarios de automoción, es decir, el ratio de beneficios sobre facturación antes de impuestos también ha registrado una caída de -31,57%, situándose en un promedio del 1,3%.

La principal conclusión que se deduce de esta cifra es que la rentabilidad de los concesionarios sigue cayendo. Ello es consecuencia del endurecimiento de la competencia, la presión de la oferta y stocks correspondiente a una coyuntura de mercado en recesión, el aumento de las campañas y descuentos, y la reducción de los márgenes operativos de los concesionarios por las marcas de automóviles en una media aproximada de 1 punto.

	2002	2001	% Var. 02/01
Beneficios (miles €)	271.583	413.255	-34,28
Ratio de Beneficio sobre facturación antes de impuestos	1,3%	1,9%	-31,57

2.3. Evolución del número de empresas de las redes oficiales

a) **Redes de turismos, todo terreno y vehículos comerciales:**

El Subsector de la distribución de automóviles integra en la actualidad a **9.540 empresas** (entre las que hemos incluido a las filiales o sucursales participadas por las compañías), en su mayoría pequeñas y medianas empresas. De estas, **3.139 son concesiones** (red primaria) y **5.194** agencias o servicios oficiales que son, también, empresas independientes que colaboran con la concesión en una zona determinada del territorio de la concesión, percibiendo una comisión por su actividad de intermediación.

Es importante señalar que, aunque el número total de empresas ha crecido, se está produciendo una concentración significativa de empresas en manos de menos propietarios. Esta situación es una consecuencia de las estrategias comerciales establecidas por las marcas que pretenden reducir costes y trasladarlos a concesionarios más grandes, que rentabilizan su inversión a partir de la consecución de mayores volúmenes de ventas.

Se adjunta un cuadro con las redes oficiales de Concesionarios de automóviles de turismo, todo terreno y vehículos comerciales (derivados de turismo) a 31 de Diciembre de 2002:

Marcas	Concesionarios		TOTAL	Agencias y servicios	Implantación Redes
	Independientes	Filiales			
1. ALFA ROMEO	80	16	96	26	122
2. ASTON MARTIN	1	0	1	0	1
3. AUDI	125	11	136	0	136
4. BENTLEY/ROLLS	4	0	4	0	4
5. BMW	80	0	80	15	95
6. CITROEN	173	19	192	1.025	1.217
7. CHRYSLER	71	0	71	0	71
8. DAEWOO	92	0	92	42	134
9. DAIHATSU	22	0	22	0	22
10. FORD	167	0	167	654	821
11. FIAT	97	28	125	230	355
12. FERRARI	4	3	7	0	7
13. GMC (Chevr/Ca)	0	0	0	0	0
14. HONDA	62	0	62	0	62
15. HYUNDAI	93	0	93	0	93
16. JAGUAR	31	0	31	0	31
17. KIA	73	0	73	93	166
18. AUTOVAS (LADA)	38	1	39	12	51
19. LANCIA	61	14	75	21	96
20. LEXUS	22	0	22	0	22
21. MITSUBISHI	52	65	117	2	119
22. MAZDA	59	0	59	0	59
23. MASERATI	4	2	6	0	6
24. MERCEDES	83	2	85	64	149
25. NISSAN	109	1	110	500	610
26. OPEL	183	0	183	413	596
27. PEUGEOT	142	20	162	637	799
28. PORSCHE	14	3	17	0	17
29. RENAULT	106	9	115	899	1.014
30. ROVER	78	0	78	105	183
31. SKODA	65	0	65	0	65
32. SUBARU	28	0	28	0	28
33. SUZUKI-SANTA	75	0	75	0	75
34. SAAB	39	3	42	0	42
35. SSANGYONG	55	1	56	0	56
36. SEAT	184	10	194	392	586
37. TATA	58	0	58	0	58
38. TOYOTA	92	0	92	6	98
39. VOLVO	55	0	55	58	113
40. VOLKSWAGEN	133	20	153	0	153
41. MORGAN	1	0	1	0	1
TOTAL	2.911	228	3.139	5.194	9.540

b) Redes de Vehículos Industriales:

Por lo que se refiere a las redes oficiales de concesionarios de vehículos industriales, se aprecia una consolidación del número de empresas en la red primaria (concesionarios), después de la fuerte reestructuración vivida en los últimos años, hasta las **716** empresas actuales, de las que **348** son de la **red principal** y **368** de la **red secundaria**. Se adjunta un cuadro con las redes oficiales de Concesionarios de Vehículos industriales pesados a 31 de diciembre de 2002:

Marcas	Concesionarios	Agencias y servicios	Implantación Redes
1. DAF V.I.	22	23	45
2. IVECO-PEGASO	44	58	102
3. MAN	29	25	54
4. MERCEDES (1)	84	88	170
5. NISSAN (1)	99	96	195
6. RVI	41	86	127
7. SCANIA	21	18	39
8. VOLVO	8	26	34
TOTAL	348	368	716

2.4. Evolución del empleo de las empresas de las redes oficiales

El empleo de las empresas de las redes oficiales ha crecido por cuarto año consecutivo, gracias a la aportación de empleo propiciado por el desarrollo y crecimiento de las redes comerciales de marcas en plena expansión comercial en el mercado español (Chrysler, Daewoo, Hyundai, Kia, Mazda, Mitsubishi, Subaru, Tata, Toyota, etc.).

En las marcas de volumen (Citroën, Fiat, Ford, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Seat, Volkswagen, etc.) se ha mantenido el empleo o ha crecido ligeramente.

Departamento	Nº de empleos RED PRINCIPAL	Nº de empleos RED SECUNDARIA	Nº de empleos TOTAL REDES
Ventas VN	29.532	12.256	41.788
Ventas VO	5.012	3.750	8.762
Servicio	49.135	14.864	63.999
Recambios	13.968	5.828	19.796
Administración	17.910	8.332	26.242
Totales	115.557	45.030	160.587

3. CAMBIO DEL MARCO LEGAL EN LA UE

3.1. Cambios radicales en las reglas de competencia

La Comisión Europea aprobó el 31 de julio de 2002, el nuevo Reglamento (CE) N° 1400/2002, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor, publicado en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE), Serie L 203 de 1.08.2002, páginas 30 a 41, ambas inclusive.

El Reglamento (CE) N° 1400/2002 supone una modificación sustancial del sistema actual establecido por el Reglamento (CE) N° 1475/95, que seguirá siendo aplicable a los contratos vigentes de forma transitoria hasta el 1 de octubre de 2003 (el artículo 10 del nuevo REC establece un periodo transitorio de un año para la adaptación de los contratos actuales).

La nueva normativa mantiene una Exención Global para el Sector de Automoción e introduce tres modificaciones fundamentales sobre el Reglamento anterior:

- la imposibilidad de aplicar simultáneamente, en un mismo contrato o acuerdo, criterios de distribución selectiva y exclusiva;
- la reorganización del vínculo entre venta y postventa, quedando a la libre elección del empresario la prestación de un servicio integral o la subcontratación del servicio postventa; y
- una mayor flexibilidad para los operadores, de manera que lo que no está expresamente prohibido está permitido.

Conforme al nuevo REC les corresponde a fabricantes e importadores elegir el modelo de distribución (exclusiva ó selectiva cualitativa y/o cuantitativa) para los miembros de su red comercial y de servicio. No obstante, esta libre elección del sistema de distribución no excluye el respeto de los compromisos y obligaciones adquiridos con los miembros de la red oficial en virtud de los contratos vigentes.

3.2. Elementos Básicos del nuevo Reglamento: condiciones generales de aplicabilidad, restricciones especialmente graves y condiciones específicas

Los reglamentos de exención por categorías son instrumentos jurídicos que permiten a los operadores del mercado saber con seguridad cuándo un determinado acuerdo no infringe las normas de competencia. La Comisión, a la vista del Informe de Evaluación y los Estudios realizados por varias Consultoras de prestigio sobre el Sector de Automoción decidió aprobar un nuevo REC específico para el Sector y más estricto que el Reglamento General 2790/99.

En el nuevo Reglamento, a diferencia del anterior Reglamento 1475/95, está permitido lo que no está expresamente prohibido, definiéndose las condiciones necesarias para la exención, las prácticas y conductas que suponen una grave restricción de la competencia y las condiciones específicas que deben reunir los acuerdos. El nuevo REC distingue entre:

- a) las condiciones generales o necesarias para la aplicabilidad del Reglamento, están reguladas en el artículo 3 (umbrales de cuotas de mercado, derecho de traspaso de la empresa, motivación de las resoluciones, duración mínima, plazos de preaviso y recurso a un experto o mediador independiente);
- b) las restricciones especialmente graves (las denominadas CLÁUSULAS NEGRAS) que se recogen en el artículo 4 que dan lugar a la pérdida de la exención y a la nulidad absoluta del acuerdo, bastando para ello la presencia en el contrato de una sola de esas restricciones incondicionales; y
- c) las condiciones específicas (denominadas, CLÁUSULAS GRISES) que se establecen en el artículo 5 que, aunque están prohibidas, sólo dan lugar a la nulidad de la cláusula afectada y no impiden que la exención establecida por el REC se aplique al resto del acuerdo.

Este enfoque de la Comisión es el mismo que el adoptado en el Reglamento General 2790/99, que da un a mayor flexibilidad a los operadores económicos para organizarse al tiempo que asegura un control más eficaz de los acuerdos celebrados por compañías con un cierto poder de mercado. No obstante, la Comisión considera que los mercados de venta de vehículos de motor, de venta de recambios y de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor necesitan normas más estrictas que las contempladas por el Reglamento 2790/99. Este es el motivo por el que la Comisión, a pesar de ser consciente del "efecto corsé" del Reglamento 1475/95, ha aprobado un Reglamento más estricto que su antecesor.

3.3. Comentarios en relación con las condiciones generales de aplicabilidad del nuevo Reglamento

Además de los elementos limitativos de la autonomía de las partes que ya se han mencionado antes (*restricciones incondicionales y condiciones específicas*) el nuevo Reglamento (CE) nº 1400/2002 establece determinadas condiciones generales de aplicabilidad del Reglamento en los artículos 3.3 a 3.6 y 4.2, relativos a:

- a) la transferencia total o parcial de los derechos y obligaciones que surjan de un contrato de distribución y/o servicio posventa a otra empresa del mismo tipo de la misma red de distribución;
- b) la duración mínima de los contratos, la motivación, forma y plazos de preaviso para la rescisión del contrato; y
- c) la obligación que tienen las partes de un contrato de someterse al dictamen de un árbitro.

La inclusión de estas cláusulas es imperativa si es que se quiere que un Contrato se beneficie de la exención, lo cual quiere decir que la Comisión ha prescrito, en cierta medida, cómo se deben redactar los contratos de distribución, venta y postventa que se quieran acoger al Reglamento de Exención.

3.4. Necesidad de adaptación de los contratos vigentes a las reglas de competencia del nuevo Reglamento

La importancia de los cambios que introduce el nuevo REC obliga a fabricantes e importadoras a adaptar los actuales contratos de concesión a las nuevas reglas de competencia antes del 1 de Octubre de 2003. El artículo 10 del REC ha previsto un periodo transitorio de un año que es suficientemente amplio para poder adaptar el clausulado de los actuales contratos.

Las Marcas han de decidir el sistema de distribución -exclusivo o selectivo cualitativo y/o cuantitativo- que quieren para su red de distribución y de servicio postventa, debiendo tener en cuenta el sistema de “cuotas umbrales” previsto en el REC y, a continuación, proceder a la adaptación de las cláusulas de los contratos actuales.

Aunque la entrada en vigor con plenos efectos del nuevo Reglamento 1400/2002 el 1 de octubre de 2003 -para los contratos de concesión en vigor y compatibles con el anterior Reglamento 1475/95- no exige la terminación de los actuales contratos, sino únicamente la adaptación de los contratos vigentes, la mayoría de las Compañías concedentes han recurrido a la rescisión unilateral de los contratos alegando la necesidad de *reorganizar una parte sustancial o la totalidad de la red*. Sin embargo, su ejercicio no excluye las consecuencias indemnizatorias y compensatorias que procedan por el daño que la terminación del contrato por la Compañía pueda producir a la empresa concesionaria cancelada de conformidad con lo previsto en los artículos 1101 y siguientes del Código Civil y las sentencias del Tribunal de 12 de Junio de 1999 y de 26 de abril de 2002.

Por último, la necesaria adaptación de los contratos vigentes a las nuevas reglas de competencia de la UE, los nuevos modelos de contratos que se adopten finalmente en cada país deben ajustarse al derecho nacional de cada Estado miembro. Por ello, los nuevos contratos de concesión de ventas, distribución de recambios y/o servicio posventa tendrán un cuerpo común en lo que atañe a los aspectos de competencia, para evitar condiciones discriminatorias, y cláusulas o disposiciones específicas para cada país que respondan a las peculiaridades del ordenamiento jurídico de cada Estado miembro o del mercado y/o área geográfica donde operen las empresas.

3.5. La Comisión ha confirmado al Concesionario como piedra angular del nuevo sistema de distribución

La Comisión Europea ha reforzado en el nuevo Reglamento la función empresarial del Concesionario en el nuevo sistema de distribución en su doble vertiente –empresa de venta y servicio-, dejando en un segundo plano a otros canales de venta como los hipermercados o grandes superficies.

Para asegurar un mayor nivel de competencia y animar a los Concesionarios a emprender nuevas iniciativas pro-competitivas, la Comisión ha querido reforzar la independencia económica y empresarial de los Concesionarios respecto de las Marcas estableciendo normas y disposiciones de derecho contractual como los preavisos mínimos, la necesidad de motivar todas resoluciones contractuales, el recurso a la mediación de un tercero en caso de controversia y, sobre todo, el derecho a vender y ceder sus empresas –parcial o totalmente- a otros concesionarios de la misma marca.

5. CONCLUSIONES

A pesar de la situación coyuntural de recesión por la que atraviesa el Sector de automoción y el ciclo macroeconómico decreciente en el que se encuentran las economías más avanzadas, las nuevas normas de competencia del Reglamento (CE) nº 1400/2002 tendrán un efecto positivo para los Concesionarios de automóviles y vehículos industriales, ya que liberaran muchas de las trabas y restricciones que hasta ahora dificultaban el dinamismo y la competitividad de los Concesionarios. Esta desregulación tiene riesgos claros para las empresas que no sean capaces de adaptarse a la nueva situación, pero también propiciará oportunidades para que los Concesionarios consoliden la relación privilegiada que tienen con sus clientes, la mejoren y diversifiquen, y sigan siendo el canal de ventas y servicio preferido por los consumidores.

FACONAUTO. Madrid, a 30 de marzo de 2003.