



Estudio, análisis y previsiones
del mercado del automóvil
en el sector empresarial



El Informe CVO 2013

Observatorio del Vehículo de Empresa

Depósito Legal:

M-18145-2013

Impreso en papel ecológico



Estudio, análisis y previsiones
del mercado del automóvil
en el sector empresarial

El Informe CVO 2013
Observatorio del Vehículo de Empresa

INDICE

EDITORIAL

« Reinventemos la gestión de flotas », por Cecilia Boned , Consejera Delegada de Arval España	11
--	----

PRÓLOGO

« Una brújula de viaje », por Alejandro Madrigal , Director del Observatorio del Vehículo de Empresa	13
---	----

CAPÍTULO I: La Economía Española: Indicadores Macroeconómicos

15

I. PIB	16
II. INFLACIÓN	17
III. EMPLEO	19
IV. CONSUMO PRIVADO	20
V. AHORRO DE LOS HOGARES	21
VI. CONSUMO PÚBLICO	22
VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES	23
VIII. DÉFICIT PÚBLICO	24

CAPÍTULO II: Mercado del Vehículo Nuevo

25

I. PARQUE DE VEHÍCULOS	26
a. Evolución y previsión	26
b. Distribución del parque por canal de distribución	27
c. Distribución del parque por edad de los vehículos	28
d. Distribución del parque por emisiones de CO ₂	29
e. Distribución del parque por precio medio del vehículo	31
f. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución	32
g. Distribución por tipo de combustible	33
II. MATRICULACIONES VEHÍCULO NUEVO	35
a. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo	35
b. Matriculaciones mensuales	37
c. Matriculaciones mensuales por canal de distribución	37
d. Matriculaciones por segmento de vehículos	39
e. Matriculaciones por tipo de combustible	41
f. Matriculaciones por emisiones de CO ₂	44
«El uso responsable de materiales ligeros tendrá especial relevancia para BMWi», por Gernot Volkmer , Presidente ejecutivo de BMW Ibérica	48
g. Matriculaciones por marca del fabricante	50
h. Matriculaciones por modelo de vehículo	54
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES	56
a. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución	56
b. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos	58
c. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante	61

CAPÍTULO III: Mercado del Vehículo de Ocasión	65
HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN	66
a. Evolución y previsión de las ventas de VO	66
b. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	67
c. Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo	68
d. Tiempo medio de stock del VO	69
e. Ventas de VO por tipo de combustible	69
f. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	70
g. Evolución de las ventas de VO por segmento	71
h. Evolución de las ventas de VO por cilindrada	72
i. Evolución y previsión de las ventas de VO por marcas de fabricante	73
CAPÍTULO IV: Equipamientos	75
I. EQUIPAMIENTO DEL VEHÍCULO	76
a. Implantación del GPS	76
b. Llantas	77
c. Pintura	79
d. Grado de equipamiento	80
II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD	82
a. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad	82
b. Cuota de integración de los equipamientos de seguridad por tipología de vehículo	83
c. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad en función del método de financiación	84
CAPÍTULO V: Mantenimiento	85
I. INTRODUCCIÓN	86
a. Kilometraje anual	86
b. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	87
c. Kilometraje anual por tipo de vehículo	88
d. Kilometraje en el contador	88
e. Tipo de motor	89
f. Contrato de mantenimiento	90
II. NEUMÁTICOS	91
a. ¿El vehículo necesitó cambiar neumáticos en 2012?	91
b. Necesidad de cambio de neumáticos por tipo de vehículo	91
c. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación	92
d. Lugar de reparación	92
e. Decisión de la elección del taller	93
f. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	93
III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	94
a. ¿Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2012?	94
b. Por tipo de vehículo	94
c. Según el método de financiación	95
d. Lugar de reparación	95
e. Decisión del lugar de realización del mantenimiento	96

f.	Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento	96
----	---	----

CAPÍTULO VI: Daños y Reparaciones 97

I.	REPARACIONES	98
a.	Entradas al taller según edad del vehículo	98
b.	Entradas al taller según método de financiación y tipo de vehículo « El vehículo de empresa, una oportunidad de oro para los talleres», por Juan Antonio Sánchez Torres Presidente de Ganvam	98 99
c.	Entradas al taller según edad y método de financiación	101
d.	Lugar de realización de la reparación	101
e.	Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación	102
II.	GARANTÍA	103
a.	¿Está su vehículo en garantía?	103
b.	Garantía en función de la edad del vehículo	103
III.	SEGURO	104
a.	Tipo de seguro	104
b.	Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo	104
c.	Tipo de seguro según el método de financiación y por tipología de vehículo	105
d.	Tipo de accidentes	106
e.	Tasa de accidentes según el método de financiación y según el tipo de vehículo	106
f.	Accidentes declarados al seguro	107
g.	¿Quién paga los daños del vehículo?	107
h.	Lugar de reparación de los daños	108
i.	¿Quién elige el lugar de reparación?	109

CAPÍTULO VII: Barómetro CVO 111

I.	ASPECTOS DE LA FLOTA	112
a.	La flota se mantiene estable	112
b.	Recortes en el presupuesto, principal razón para “congelar” la flota	113
c.	Se mantiene la presión sobre los costes	113
d.	La flota crecerá en los próximos tres años	114
e.	Apoyo público para aumentar el tamaño de la flota «Recuperar las ciudades para los ciudadanos», por Iñigo de la Serna , Presidente de la FEMP	115 116
II.	FINANCIACIÓN	118
a.	El renting sigue siendo el método de las grandes empresas	118
III.	POLÍTICA DE FLOTA	119
a.	Las flotas, en manos de la alta dirección	119
b.	Conducción compartida para reducir los gastos de flota	119
c.	La telemática gana enteros	120
IV.	MOVILIDAD EFICIENTE	121
a.	El eléctrico no acaba de encontrar su sitio	121

FUENTES Y METODOLOGÍA 122



Cecilia Boned

Consejera Delegada de Arval España

Reinventemos la gestión de flotas

Al igual que sucede en otros muchos sectores de la economía española, uno de los principales retos que debe afrontar la industria del automóvil es adaptarse a la nueva talla de mercado. Sin embargo, coincidirán conmigo en que sería un craso error medir la gestión de los vehículos de empresa únicamente en términos de tamaño de flota.

Como año tras año revela el Observatorio del Vehículo de Empresa (CVO), las decisiones relacionadas con los coches corporativos se escalan a alto nivel ejecutivo, poniendo de manifiesto que estamos ante una partida presupuestaria estratégica y con gran peso en las cuentas de resultados. No en vano de la aplicación de una buena política de movilidad para los equipos comerciales o técnicos, o incluso de los directivos, dependerá también la productividad y la imagen de la compañía.

Lo curioso es que a pesar de este carácter estratégico del vehículo de empresa, la gestión de la flota ha evolucionado más bien poco. Paradójicamente, mientras los negocios se ven abocados a adaptarse a nuevos mercados, nuevos competidores, nuevas prácticas... La [corporate car policy](#) permanece inamovible. Me gusta ser clara: seguimos haciendo lo mismo pero más barato.

¿Acaso no es momento de que la gestión de la flota evolucione a la par que el negocio? ¿Cómo podemos los operadores de renting contribuir a alcanzar este objetivo? ¿Con qué herramientas contamos para lograrlo? Sin duda, todos sabemos que tenemos en nuestra amiga la tecnología una gran aliada.

Aprovechando las soluciones tecnológicas embarcadas en los vehículos es posible dar un giro de 360 grados a la gestión de las flotas para ofrecer un mejor servicio a la empresa y conseguir además una importante reducción de los costes asociados.

La TIC ya permiten concebir sistemas telemáticos en los coches que garantizan la transmisión de datos a alto nivel. No habrá flota que se precie que no lleve integrada este sistema de monitorización, lo que hará posible ofrecer un

servicio absolutamente proactivo, detectando antes que el propio conductor una anomalía que debe hacerle pasar por el taller.

Llegados a este punto hay que ser muy conscientes de que las relaciones de los operadores con las empresas están cambiando totalmente. Quien continúe concibiéndolas como bidireccionales se quedará indefectiblemente atrás. Las relaciones son ya omnicanal o multicanal, como prefieran llamarlo.

Esta nueva gestión de la movilidad exige una relación integrada empresa-conductor-operador de renting donde involucrar al empleado en la gestión activa de la flota, máxime cuando la mitad de los gastos de esta partida depende del uso que estos hagan de los coches. Es preciso cambiar el uso para reducir costes.

De ahí que el desarrollo de servicios online específicos para un conductor cada vez más digital, como portales web y aplicaciones móviles, cobre especial importancia en este nuevo concepto de flota. La puesta en marcha de canales que permitan conexión inmediata conductor-operador para la resolución ágil de cuestiones relacionadas con el coche e incluso, solicitar cita previa en un taller, algo que parecía impensable hace tan sólo unos años, se convertirán en una acción más que cotidiana.

Las nuevas tecnologías harán posible también una economía compartida, donde el car-sharing será su máxima representación. Y aquí será precisamente donde el eléctrico comience a verse como una opción urbana de movilidad más realista pero también más social combinando el uso mixto del coche, profesional y privado, durante la semana y, por qué no, durante el fin de semana también.

Ahora bien, en este nuevo modelo de movilidad no podemos ser meros proveedores de coches, sino que deberemos ir más allá transformándonos en consultores en pro de una movilidad total. Hagamos del renting una verdadera industria de servicios, hagamos de la tecnología nuestra mejor aliada.



Una brújula de viaje

Hace ahora cuatro años veía la luz la primera edición del Libro del Observatorio del Vehículo de Empresa. Todos recordarán que nacía entonces con la vocación de convertirse en una publicación de referencia en el mercado automovilístico, una guía de consulta sobre el vehículo de empresa que, con carácter anual, proporcionara a todos los actores involucrados –fabricantes, compañías de renting, gestores de flotas, autoridades públicas, etc.- una visión independiente del mercado local e internacional basada en datos objetivos y previsiones certeras.

Pues bien, con esta cuarta edición que ahora tienen entre sus manos vamos consolidando nuestro objetivo. Año a año hemos ido ampliando esta retrospectiva del sector automovilístico con un firme propósito: servir de brújula para comprender la evolución del entorno macroeconómico, que tanto condiciona nuestra actividad, al mismo tiempo que ser un apoyo sólido para los directivos en la toma de sus decisiones.

Y es que si algo hemos observado en estos últimos años es cómo los directivos, muy conscientes del peso de las flotas en la cuenta de resultados, no han dudado en tomar las riendas de una actividad que si antes delegaban en mayor medida, ahora deciden controlar mucho más de cerca. No en vano el 80% de los altos mandos ha asumido en este último año el control sobre sus flotas.

Cómo optimizar gastos sin tener que reducir el tamaño de la flota operativa es otra de las claves sobre las que arrojamos luz en esta edición. Son mayoría las empresas que verían reducido su negocio comercial si recortaran gastos de esta forma, consiguiendo exactamente lo contrario de lo que se proponían que no es ni más ni menos que adecuar la inversión.

En este objetivo, las soluciones telemáticas se alzan como una herramienta que gana enteros a la hora de mejorar el uso y optimizar el gasto de los coches, con ahorros de hasta un 15%. Concretamente, el uso de sistemas telemáticos crece doce puntos porcentuales con respecto al año pasado, hasta el extremo de que casi dos de cada diez directivos ya han decidido implantarlas como medida de monitorización de los conductores.

No faltan tampoco llamadas de atención en estas páginas a los actores involucrados en el desarrollo de la movilidad eléctrica, llámese fabricantes o Administraciones Públicas, que tienen el compromiso de ir salvando los obstáculos para su verdadero despegue, como la autonomía o la excesiva duración del tiempo de recarga, un aspecto que añade esta última edición y que las empresas perciben como una nueva limitación.

Les propongo que se sumerjan en los diferentes capítulos que forman este libro, en los que colaboran reconocidas firmas del sector automoción nacionales e internacionales, tanto institucionales como del entorno privado que, con su particular visión experta, darán respuesta a interesantes preguntas: ¿estamos ante el inicio del fin de la hegemonía de los diésel? ¿es el vehículo corporativo la nueva gallina de oro de los talleres? ¿la reducción de emisiones pasa por la fibra de carbono?... Pasen, pasen y lean.

Alejandro Madrigal
Director del Observatorio del Vehículo de Empresa (CVO)

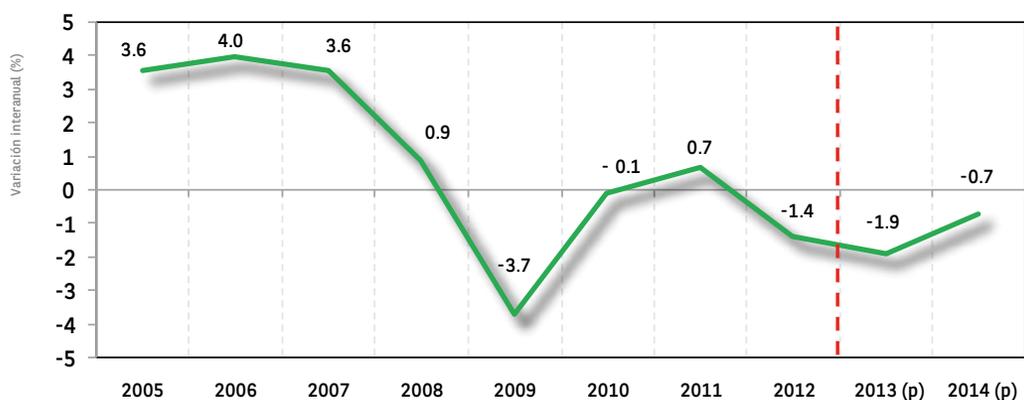
CAPÍTULO I

La economía española: Indicadores macroeconómicos

I. PIB

El Producto Interior Bruto de nuestro país, que en 2011 cerró con un modesto crecimiento del 0,7%, volvió a caer el año pasado hasta valores negativos, registrando un retroceso global del 1,4% en 2012.

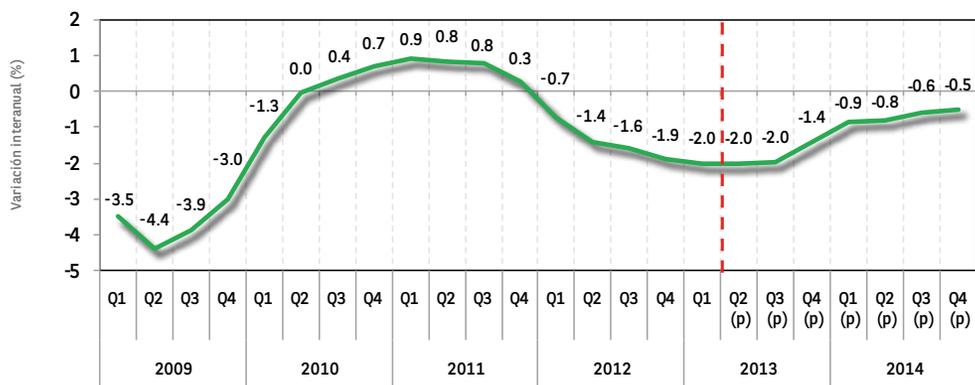
Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución Anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

BNP Paribas prevé que la economía española experimente un retroceso del 1,9% en 2013. El PIB cerró en negativo durante el primer trimestre, con una caída del 2% hasta marzo en tasa interanual; tendencia que continuará durante todo el año, si bien el descenso se atenuará en la recta final del año (-1,4%).

Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución Trimestral



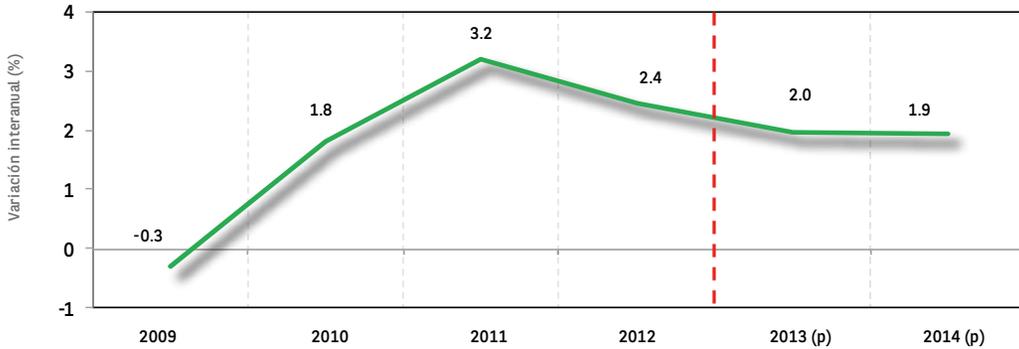
Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Las previsiones apuntan a que la actividad económica se recuperará levemente a lo largo del próximo año, aunque seguirá marcando cifras negativas durante todo el ejercicio, pronosticando el mejor dato para el último trimestre de 2014, donde la contracción será del 0,5%.

II. INFLACIÓN

Tras la subida de los precios del 3,2% en 2011, el coste de la vida cerró 2012 con un alza del 2,4%, debido principalmente a la subida del IVA en el mes de septiembre.

Inflación (IPC) - Evolución Anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

En 2013, sin embargo, se prevé que se invierta esta tendencia, de tal modo que el ascenso del 2,6% previsto para el primer trimestre se irá reduciendo hasta situar la inflación en el 1,7% en el último tramo del año, arrojando una subida media del 2% en el conjunto del ejercicio. La previsión para 2014 apunta que el IPC no superará el 1,9%.

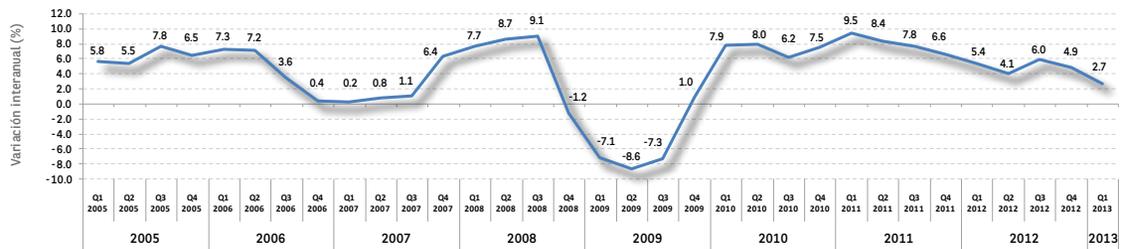
Inflación (IPC) - Evolución Trimestral



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

En cuanto a la variación de precios por sectores, el transporte, finalizó el año pasado con una subida superior al 5%. El incremento del precio de los carburantes disparó la inflación en este subgrupo hasta el 6% en el tercer trimestre de 2012, tendencia que se atenuó en el último tramo, hasta situarse en el 4,9%.

Inflación Transporte - Evolución Trimestral



Fuente: INE

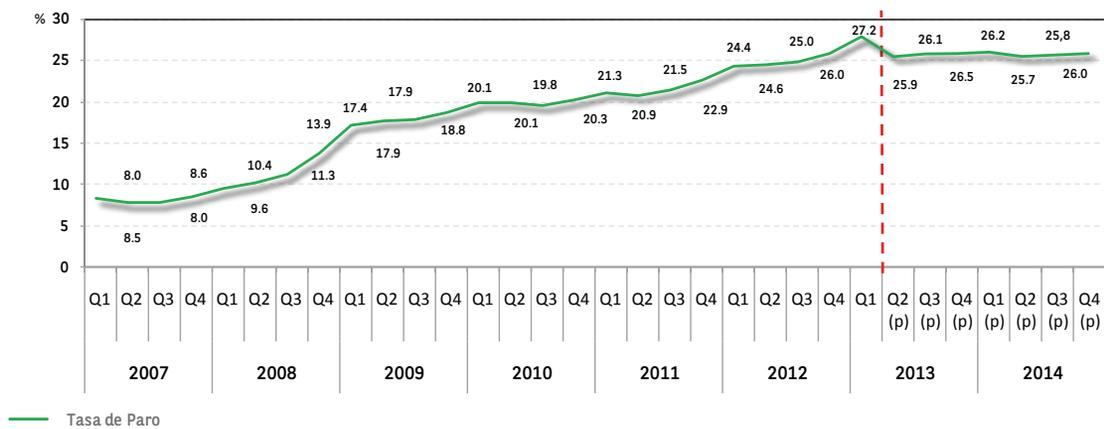


III. EMPLEO

El ejercicio 2012 terminó con una tasa de paro en España del 26%, lo que supone cerca de tres puntos más que en el año anterior, superando así la barrera de los seis millones de desempleados y registrando el sexto año consecutivo con destrucción de empleo.

Durante el primer trimestre, la tasa subió al récord del 27,2%, pero se espera que las cifras de caída se suavicen hasta alcanzar una tasa cercana al 26,5% en el último tramo del año.

Encuesta de Población Activa (EPA) - Tasa de Paro



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

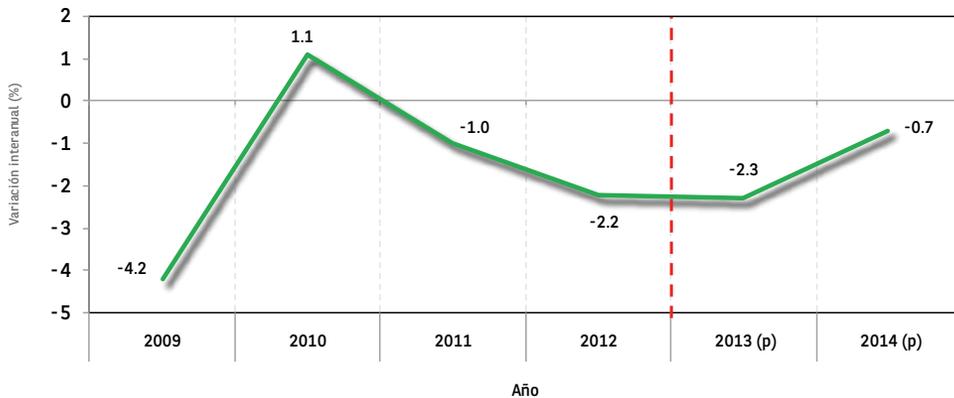
De esta forma, se estima que el presente ejercicio cierre, por tanto, con una tasa media de desempleo cercana al 26% anual, manteniéndose esta misma cifra en 2014.



IV. CONSUMO PRIVADO

Tras el descenso experimentado por el consumo privado en 2011, situándose en el 1%, el ejercicio 2012 duplicó estos valores negativos (-2,2%), como consecuencia, principalmente, del aumento del desempleo y la pérdida de confianza en la evolución de la economía.

Consumo Privado - Evolución Anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p).

El año 2013 cerrará previsiblemente con un acusado descenso de los índices de demanda (-2,3%), debido a las previsiones negativas que se estiman sobre todo para el primer (-4,6%) y segundo trimestre (-3,9%) del año. La tendencia volverá a invertirse en 2014, con un repunte medio del 0,4% en el último tramo.

Consumo Privado - Evolución Trimestral



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p).

V. AHORRO DE LOS HOGARES

La tasa de ahorro de los hogares y entidades sin ánimo de lucro se situó en el 8,2% de su renta disponible en el conjunto del año 2012, cifra 2,8 puntos inferior a la del mismo periodo del año anterior, como consecuencia directa de la subida del coste de la vida y la menor renta bruta disponible.

Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares



Fuente: INE



VI. CONSUMO PÚBLICO

Después de que el año 2011 se despidiera con una caída del consumo público del 2,2%, todavía lo veríamos bajar un 3,7% en 2012, debido principalmente al severo proceso de ajuste presupuestario llevado a cabo por las Administraciones para cumplir con los objetivos de déficit.

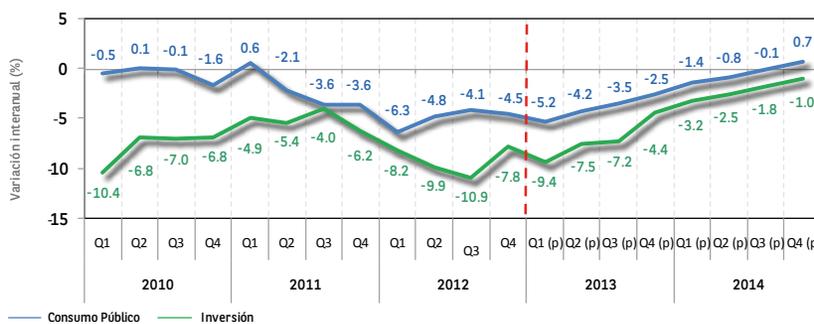
Consumo Público - Evolución Anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Para 2013, las previsiones apuntan a que el gasto público cerrará con un descenso del 3,9%, dos décimas por debajo del año anterior, debido a la contención continuada del consumo.

Consumo Público - Evolución Trimestral



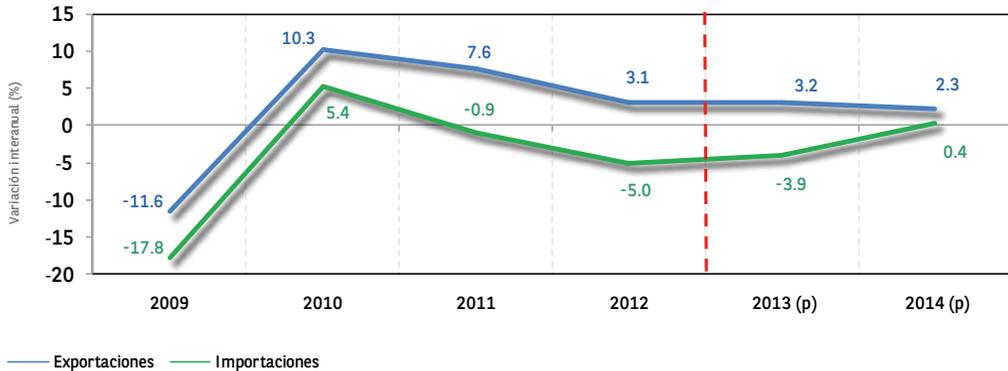
Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Gracias al aumento de la inversión, que irá incrementándose progresivamente para contribuir a reactivar la economía, la caída del consumo público se minimizará hasta el 0,4% en 2014.

VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES

Las exportaciones crecieron el 3,1% en el conjunto del ejercicio 2012, debido a la internacionalización de las empresas españolas, aunque si bien es cierto que recurrieron a los mercados exteriores en mucha menor medida que el año anterior.

Exportaciones e Importaciones - Evolución Anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Por su parte, las importaciones cayeron un 5% en 2012 debido, principalmente, al descenso del consumo interno que se evidenció en los malos resultados del tercer trimestre del año, con un descenso de la actividad cercana al 9,4%.

Exportaciones e Importaciones - Evolución Trimestral



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

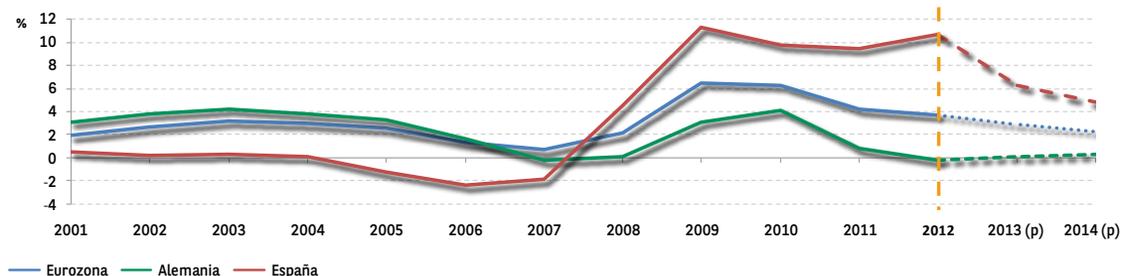
La debilidad del consumo llevará a que las importaciones continúen esta trayectoria bajista en 2013, cerrando el año con una caída anual del 3,9%.

VIII. DEFICIT PÚBLICO

El conjunto de las Administraciones Públicas cerró el ejercicio 2012 con un déficit del 10,6% del PIB, superando en cuatro décimas el límite impuesto por Bruselas, principalmente, por las ayudas a la banca que generaron un desfase del 3,6%.

Traduciendo estas cifras a dinero en curso, el año pasado el conjunto de las administraciones públicas recaudaron 73.298 millones de euros menos de lo que gastaron.

Déficit Público



Fuente: Eurostat y previsiones BNP Paribas (p)

En contraste, Alemania registró el año pasado un superávit del 0,2%, mientras que en el conjunto de la eurozona el déficit se situó en el 3,7%, medio punto menos que el ejercicio anterior.



CAPÍTULO II

Mercado del vehículo nuevo

I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. Evolución y Previsión

Evolución y Previsión del Parque Total

	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
Parque	22.439.119	0,8%	22.672.392	1,0%	22.917.703	1,1%	24.518.000	7,0%	24.726.683	0,9%	24.530.404	-0,8%
Población	45.283.259	1,8%	45.828.172	1,2%	46.017.560	0,4%	46.196.278	0,4%	46.257.974	0,1%	46.357.088	0,2%
Densidad (veh/1000 hab.)	496	-1,0%	495	-0,2%	498	0,7%	531	6,6%	535	0,9%	529	-1,1%

	2013 (p)		2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)	
Parque	24.539.030	0,0%	24.550.086	0,0%	24.646.508	0,4%	24.796.007	0,6%
Población	46.462.195	0,2%	46.567.058	0,2%	46.668.600	0,2%	46.766.352	0,2%
Densidad (veh/1000 hab.)	528	-0,2%	527	-0,2%	528	0,2%	530	0,4%

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Previsiones (p) MSI

En el último año el parque automovilístico español cayó un 0,8%, al pasar de los más de 24,7 millones de vehículos a los 24,5 en 2012. De esta forma, teniendo en cuenta que la población española asciende a más de 46,3 millones de habitantes, se contabilizaron 529 coches por cada 1.000 ciudadanos (-1,1%).

Evolución y Previsión del Parque por Canales de Distribución

	2012		2013 (p)		2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)	
Rent-a-Car	462.375	13,1%	460.492	-0,4%	462.099	0,3%	460.023	-0,4%	472.056	2,6%
Empresas	1.843.708*	20,3%	1.699.881	-7,8%	1.685.171	-0,9%	1.750.507	3,9%	1.804.052	3,1%
Particulares	22.224.321	-1,7%	22.378.657	0,7%	22.402.816	0,1%	22.435.978	0,1%	22.519.899	0,4%

	2012		2013 (p)		2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)	
Renting	433.294	-7,2%	398.719	-8%	401.785	0,8%	405.292	0,9%	423.891	4,6%
Resto empresas	1.410.414	32,8%	1.301.162	-7,7%	1.283.386	-1,4%	1.345.215	4,8%	1.380.161	2,6%

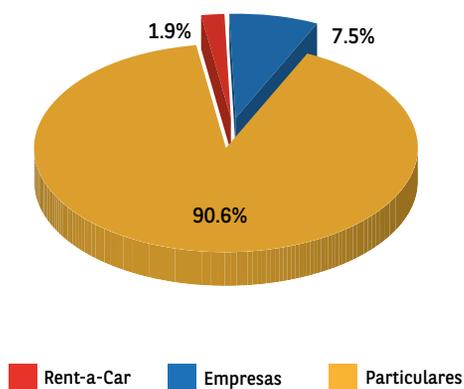
* 177.000 uds en situación intermedia: automatrículas, Kms 0, Buyback, etc

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Previsiones (p) MSI

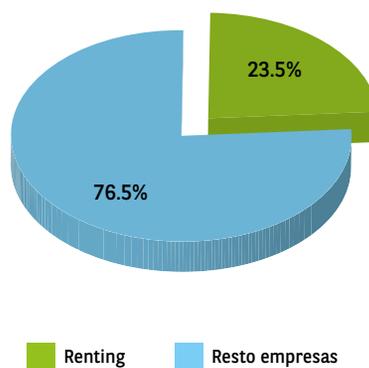
Durante el presente ejercicio, los vehículos de particulares marcarán signo positivo al crecer un 0,7%, hasta superar los 22,3 millones de unidades, mientras que los del canal empresa retrocederán en torno al 7,8%, hasta situarse en el umbral de los 1,7 millones de coches corporativos. Los de renting, por su parte, caerán un 8%, cerrando el año con una flota por debajo de las 400.000 unidades.

B. Distribución del parque por canal de distribución

Distribución Parque total 2012 por canal de venta



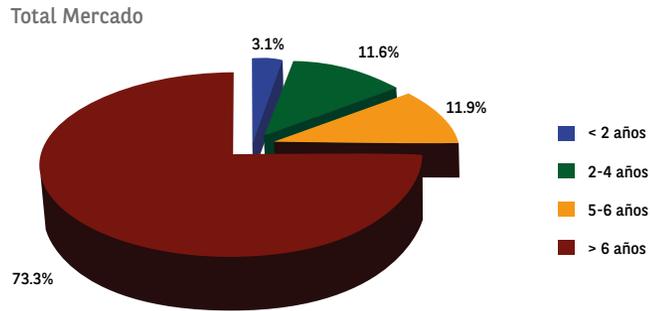
Distribución Parque de Empresa 2012



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

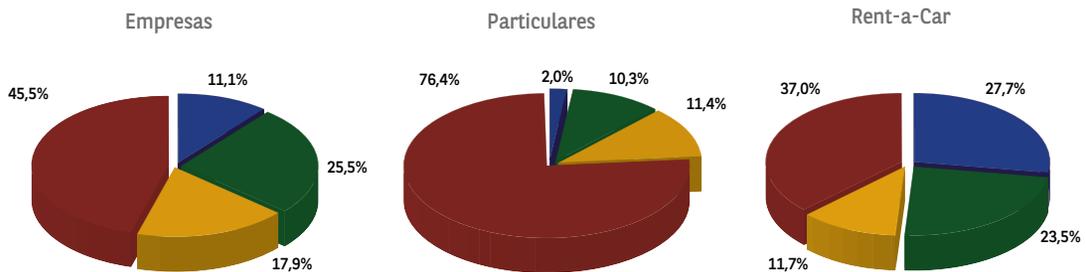
Atendiendo al canal de distribución, el 90,6% de los vehículos que circulan por nuestras carreteras corresponden a particulares, mientras que el 7,5% proceden del canal empresa. Dentro del parque corporativo, el renting tiene una representación del 23,5% del total.

C. Distribución del parque por edad de los vehículos



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

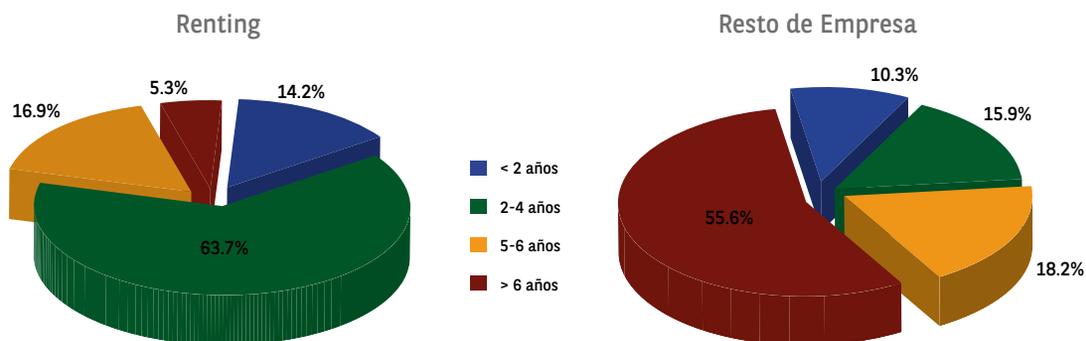
El parque automovilístico español tiene actualmente una antigüedad media de 9,4 años. Los coches de menos de dos años representan sólo el 3,1%, mientras que los de entre dos y seis años suponen el 23,5% del total.



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En las empresas, la presencia del vehículo nuevo es mucho más representativa. De esta forma, la cuarta parte tiene entre dos y cuatro años, mientras que el 11,1% son coches de menos de dos años; porcentaje que sube hasta el 27,7% en las empresas alquiladoras que son, por tanto, las que cuentan con los vehículos más jóvenes.

El extremo lo encontramos entre los particulares, donde el porcentaje de vehículos de más de seis años representa más de las tres cuartas partes. (76,4%). Tan sólo un 2% tiene coches último modelo.

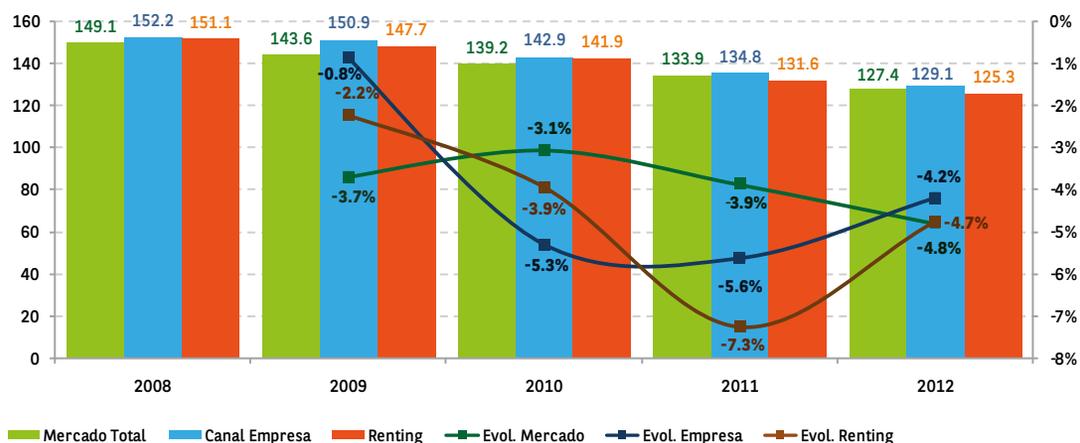


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Dentro del canal de empresas, la flota de renting destaca por la juventud de sus vehículos, siendo los coches de entre dos y cuatro años los que tienen una presencia mayoritaria, con 63,7% del total. Entre el resto de los vehículos corporativos estos modelos tan sólo suponen un 15,9%.

D. Distribución del parque por emisiones de CO₂

Emisión media de CO₂ -TURISMOS

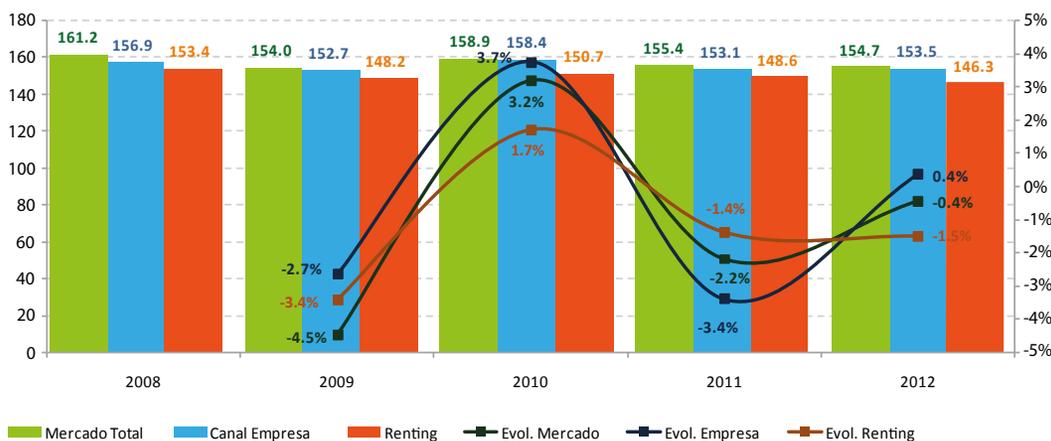


Fuente: DGT y tratamiento MSI

Las emisiones medias de CO₂ dentro del parque de turismos se situó en 2012 en los 127,4 gramos por kilómetro, lo que supone un descenso del 4,8% con respecto al año anterior.

Los turismos de empresa, a pesar de haber reducido sus emisiones en un 4,2% con respecto a 2011, registraron niveles medios de 129,1 gramos por kilómetro. Los de renting, por su parte, se situaron en 125,3 gramos de media, lo que supone una reducción del 4,7% en 2012.

Emisión media de CO₂ - COMERCIALES



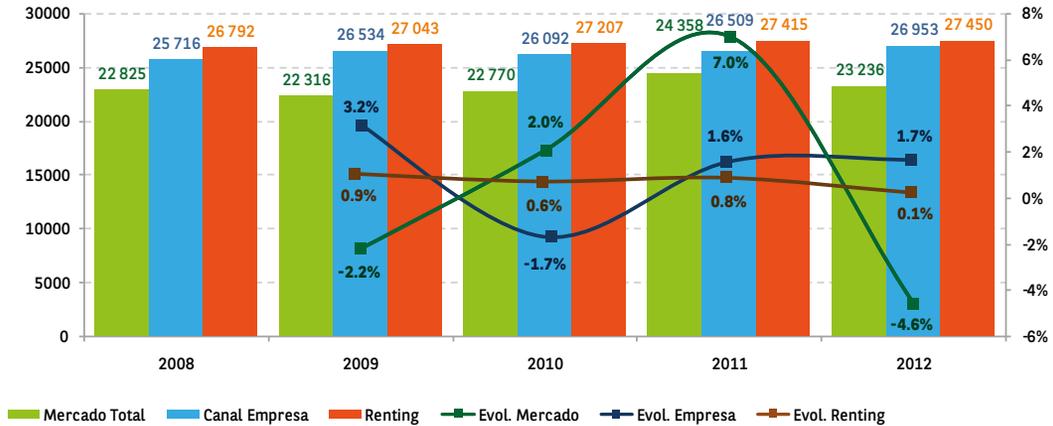
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Dentro del parque total de comerciales, los ratios de emisiones de CO₂ se situaron en una media de 154,7 gramos por kilómetro, lo que supone un descenso del 0,4% con respecto a 2011.

Los comerciales de empresa aumentaron ligeramente (+0,3%) sus emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera, hasta alcanzar los 153,6 gramos por kilómetro de media, mientras que los de renting las redujeron en un 1,5% (146,4 gr./km.).

E. Distribución del parque por precio medio del vehículo

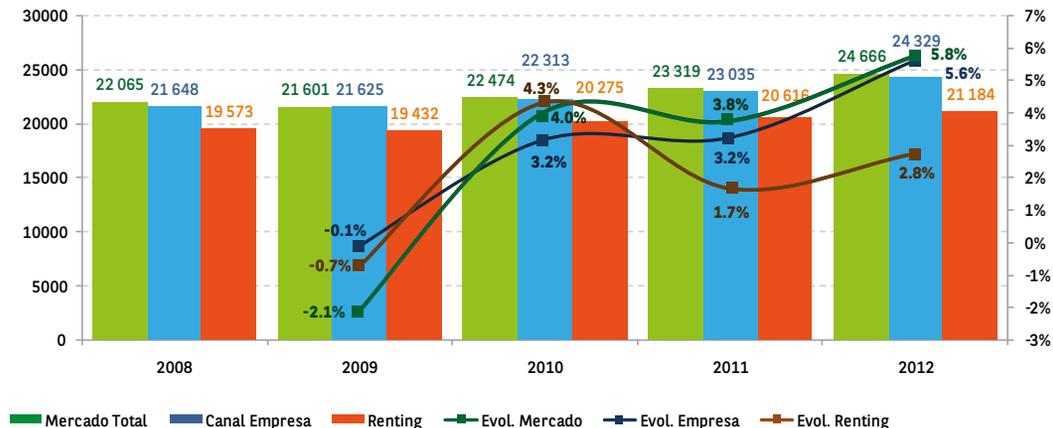
Precio Medio - TURISMOS



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El precio medio de los turismos del parque automovilístico español se situó en 2012 en 23.236 euros, lo que supone un descenso del 4,6% con respecto al año anterior. Los turismos del canal de empresa costaron de media 26.953 euros, registrando un ligero aumento de la inversión con respecto a 2011 (+1,7%); mientras que el precio medio de los turismos destinados al renting, por su parte, se situó en 27.450 euros (+0,1%).

Precio Medio - COMERCIALES

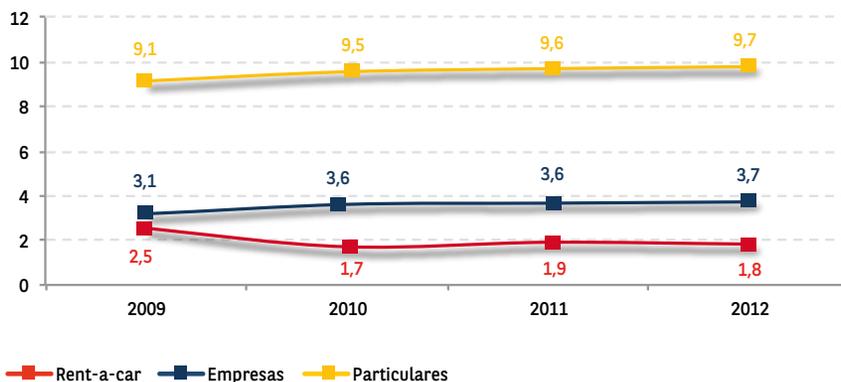


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el caso de los comerciales, el precio medio alcanzó en 2012 los 24.666 euros, lo que supone un incremento del 5,8% con respecto al año anterior. Dentro del canal de empresa, la inversión creció un 5,6%, hasta los 24.329 euros de media; mientras que los de renting costaron 21.184 euros (+2,8%).

F. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución

Tiempo medio de posesión de los turismos

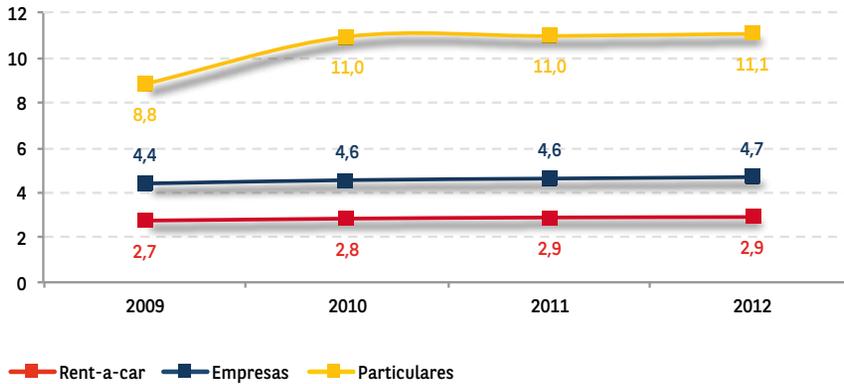


Fuente : DGT y tratamiento MSI (*) En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

Con respecto al tiempo medio de posesión, en el caso de los turismos de empresa éste ha ido aumentando en los últimos años. De esta forma, mientras que en 2011 se renovaban cada 3,6 años, en 2012 se alargó hasta los 3,7 años.

Los particulares, por su parte, también aumentaron ligeramente la vida de sus turismos, manteniéndolo en 2012 una media de 9,7 años, frente a los 9,6 años del año anterior.

Tiempo medio de posesión de los comerciales



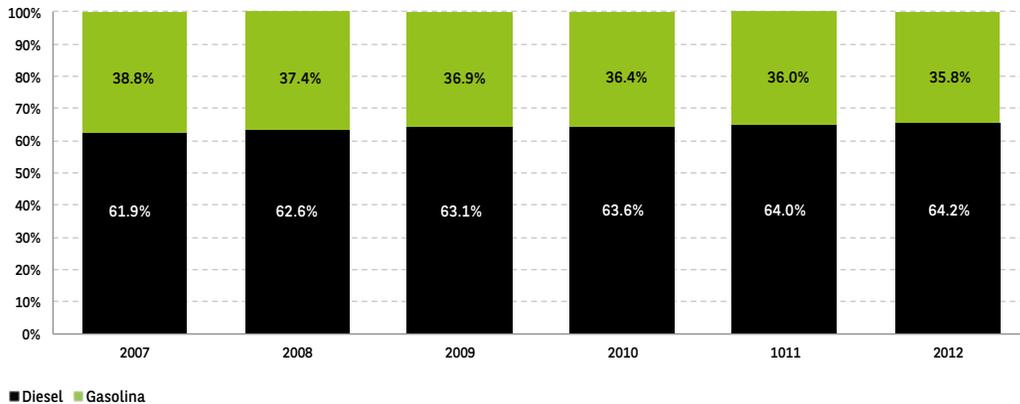
Fuente : DGT y tratamiento MSI (*) En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

En el caso de los comerciales de empresa, la vida útil se situó en 2012 en una media de 4,7 años, mientras que en 2011 fue de 4,6 años.

Entre los particulares, el tiempo medio de posesión de estos vehículos se prolongó hasta los 11,1 años, lo que supone un aumento de más de dos años desde 2009.

G. Distribución por tipo de combustible

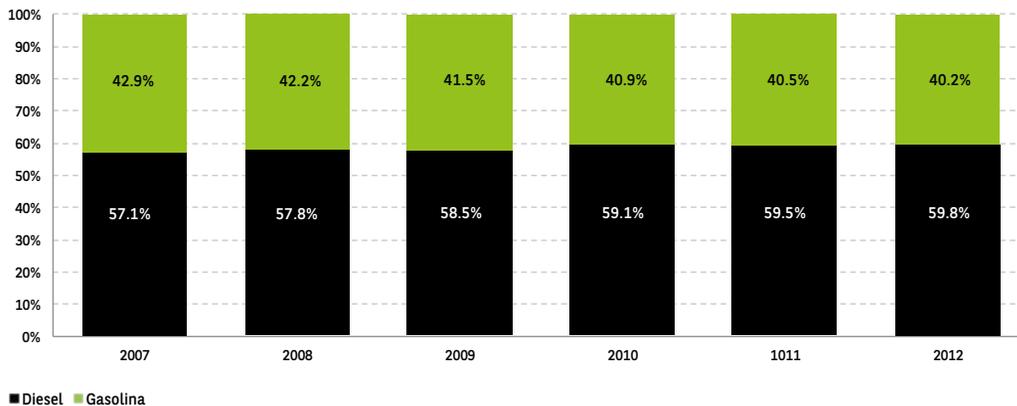
Evolución del parque por tipo de combustible - MERCADO TOTAL



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Por tipo de combustible, el 64,2% de los vehículos que circulaban por las carreteras españolas en 2012 se movía con diésel, frente al 64% del año pasado, mientras que los de gasolina representaron en 35,8%.

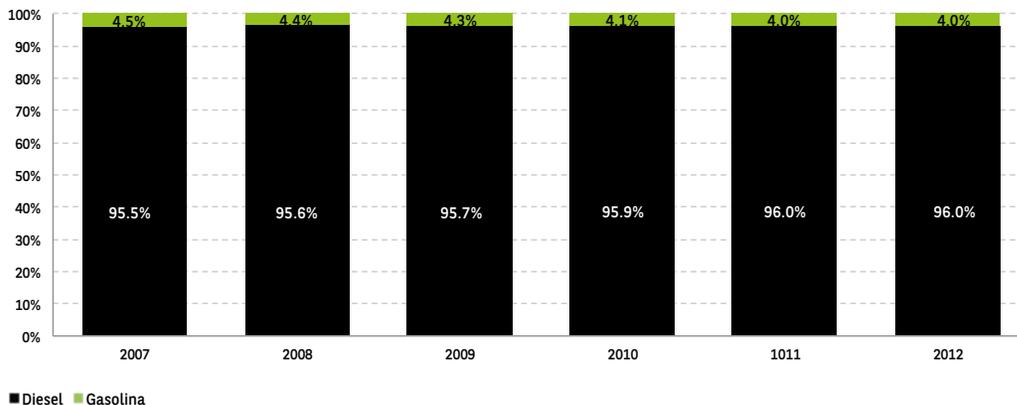
Evolución del parque por tipo de combustible - TURISMOS



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Dentro del parque de turismos, los diesel representaron el 59,8% del total, lo que supone un incremento de apenas tres décimas porcentuales con respecto a 2011. En línea con el mercado global, los gasolina pierden una ligera representación, hasta situarse en el 40,2%.

Evolución del parque por tipo de combustible - COMERCIALES



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

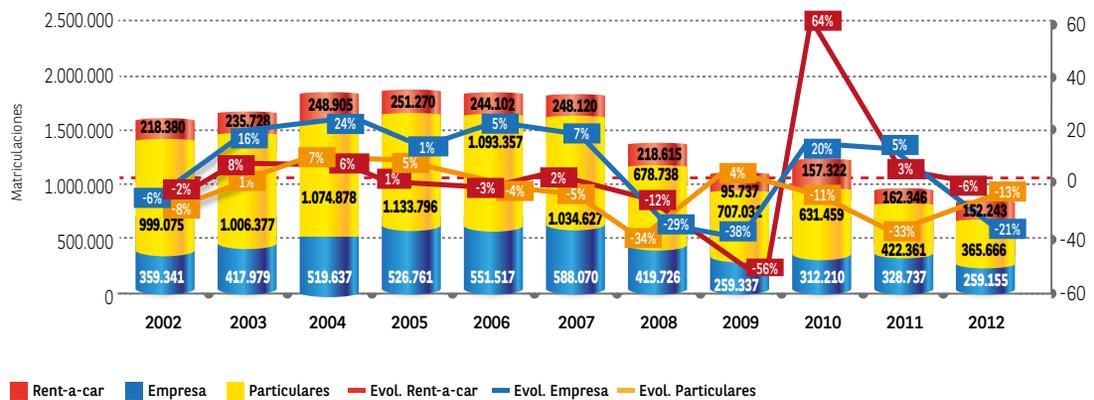
Esta **dieselización** continúa siendo, como en 2011, especialmente notable en el parque de comerciales, donde el 96% de estos vehículos se mueve con gasoil, relegando a un 4% las mecánicas de gasolina.

II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo

Las matriculaciones de vehículos han caído cerca de un 60% desde el periodo pre-crisis, al pasar de alrededor de 1,7 millones en el año 2007 a poco más de 700.000 al cierre del pasado ejercicio, cayendo a niveles de los años noventa. Teniendo en cuenta población, motorización y renta per cápita de España, las ventas deberían moverse en torno a 1,2/1,3 millones anuales.

Evolución matriculaciones por canal de distribución - TOTAL MERCADO

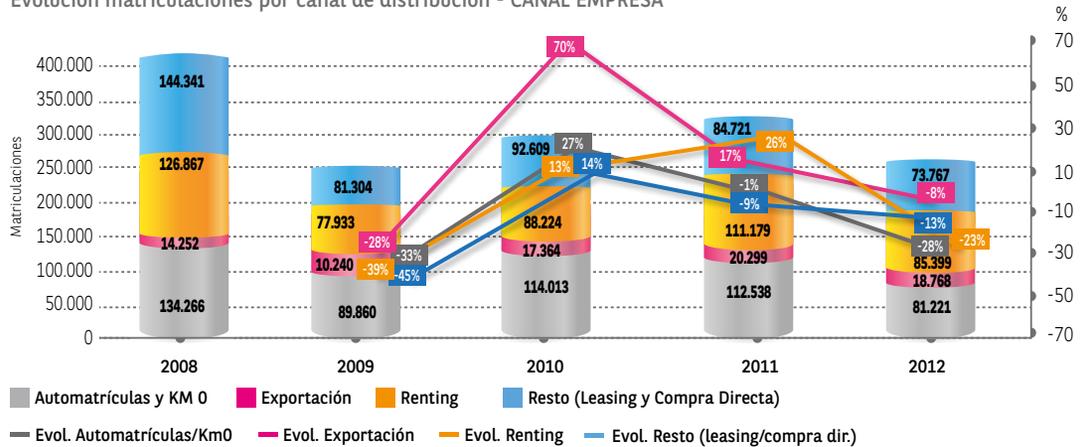


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



En una rápida instantánea del mercado por canales, se observa cómo la crisis ha provocado que las ventas a particulares pierdan protagonismo frente a las empresas. Concretamente, representan alrededor de ocho puntos porcentuales menos que en 2007, hasta situarse en el 52%, mientras que las compañías no alquiladoras han ganado tres (37%).

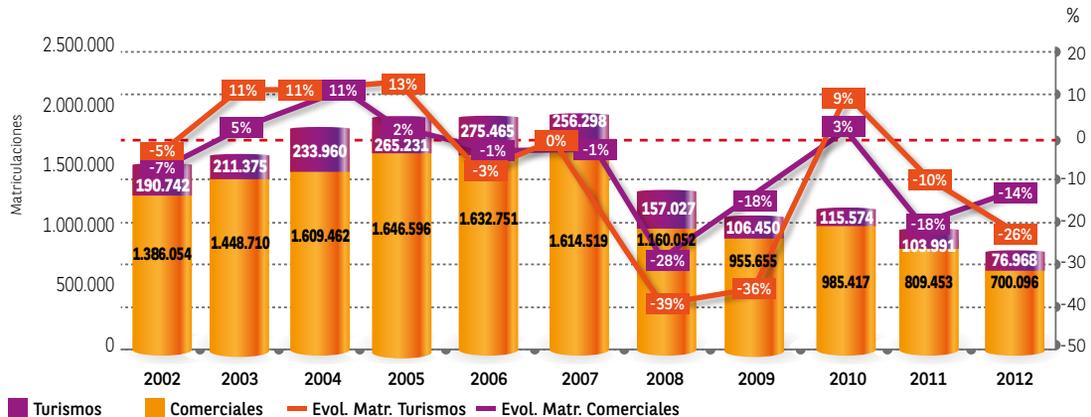
Evolución matriculaciones por canal de distribución - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Dentro de las matriculaciones de empresa, el renting vivió en 2012 su segundo peor año desde el comienzo de la crisis, con 85.399 unidades, desde que 2009 cerrara por debajo de las 78.000 matriculaciones.

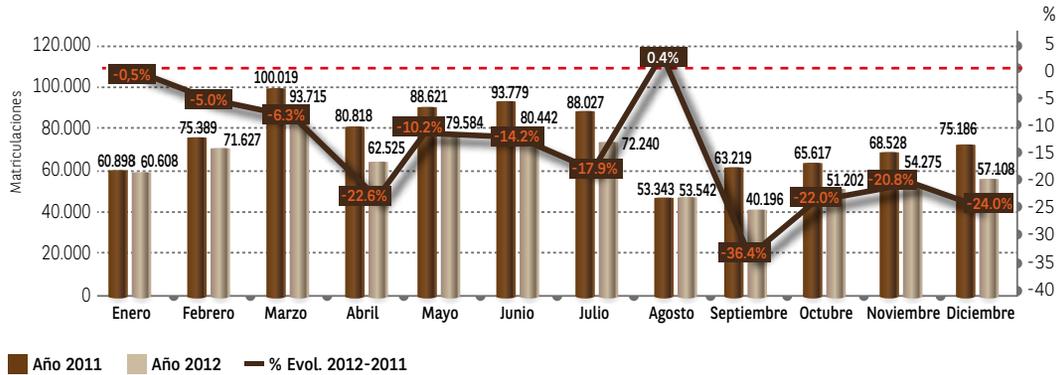
Evolución matriculaciones por segmentos de Vehículos - TOTAL MERCADO



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

B. Matriculaciones Mensuales

Matriculaciones mensuales 2011 y 2012 - TOTAL MERCADO

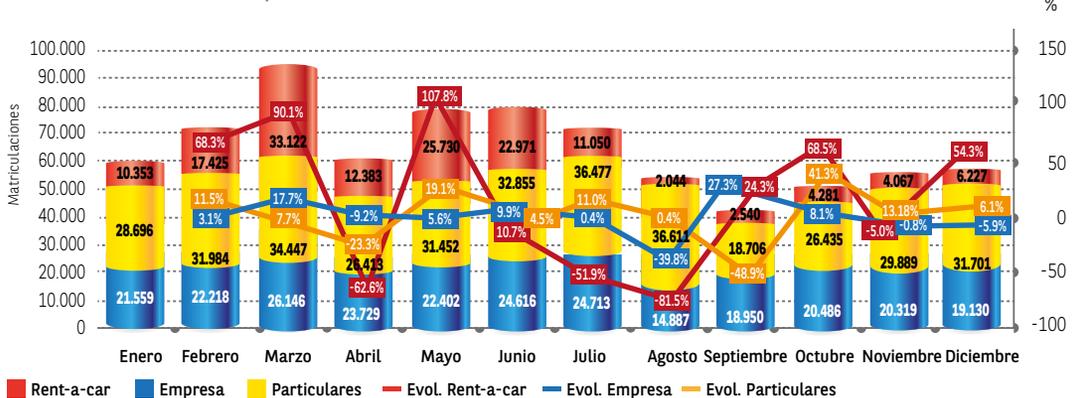


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Centrándonos en 2012, las matriculaciones de vehículos se situaron en niveles de principios de los años noventa, con una cifra total cercana a las 700.000 unidades, lo que supone un 13,5% menos que el ejercicio anterior. El mes de septiembre fue especialmente negativo, con un desplome de más del 36%, debido al impacto de la subida del IVA, que actuó como un factor disuasorio para la compra de coche.

C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución

Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2012 - TOTAL MERCADO

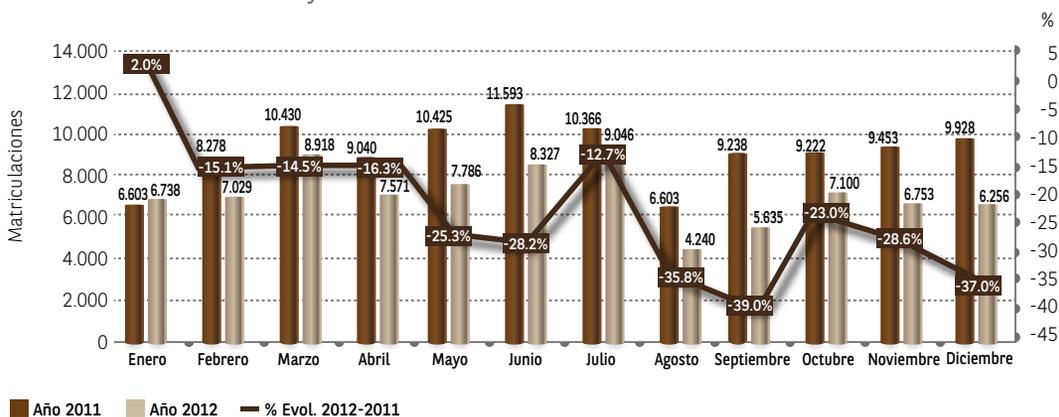


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Por canales, las ventas a particulares terminaron el pasado año con un descenso del 13% debido al alza de IVA así como a las dificultades de acceso a la financiación y la elevada tasa de desempleo que llevaron a aplazar la decisión de compra.

Con una economía sin visos de mejora, las empresas optimizan gastos y se mantienen prudentes a la hora de hacer nuevas inversiones, por lo que las ventas a este canal también cerraron el año en negativo, con un descenso del 21%.

Matriculaciones mensuales 2011 y 2012 - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Esta reducción de flota corporativa explica que las matriculaciones de renting registraran un descenso cercano al 14% durante el año pasado.

D. Matriculaciones por Segmento de Vehículos

Por segmentos, las matriculaciones de modelos pequeños fueron las más representativas en volumen en 2012, aunque contabilizaron un 11,4% menos de turismos que el año anterior. El segmento medio se situó en segundo lugar, con 171.426 unidades, lo que supuso una caída del 17,9% con respecto a 2011.

En el caso de los comerciales, los derivados de turismos fueron los más vendidos, con un volumen de 39.921 unidades (-22,4%), por delante de los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas que, con 13.423 unidades, cayeron un 38,1% el año pasado.

Matriculaciones por segmento – MERCADO TOTAL

TURISMOS	2012	EvoL. Vs 2011
Micro	28.104	16,7%
Pequeño	177.696	-11,4%
Medio	171.426	-17,9%
Medio Alto	82.183	-19,3%
Alto	11.064	-30,1%
Lujo	2.244	-21,3%
Monovolumen Compacto	111.797	-14,0%
Monovolumen Estándar	17.572	-10,7%
Deportivo	2.385	-26,2%
TT Bajo	61.959	-8,0%
TT Medio	24.897	6,3%
TT Alto	8.688	-24,4%
Otros	81	-76,2%
TOTAL	700.096	-13,5%

COMERCIALES	2012	EvoL. Vs 2011
Comerciales	2.331	-15,0%
Derivados Turismos	39.921	-22,4%
Microvan	112	-69,6%
< 2 Tn	23	-96,6%
2 a < 2,7 Tn	3.826	-54,3%
2,7 - 3,5 Tn	13.423	-38,1%
3,5 Tn	10.610	-17,7%
Pick-up	3.448	-34,8%
Otros comerciales	3.274	544,5%
TOTAL	76.968	-26,0%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Centrándonos en el **canal de empresas**, los segmentos medio, con 49.996 unidades, y el medio alto, con 39.536 unidades, fueron los más representativos en volumen dentro de los turismos, con más de las tres cuartas partes del total del mercado. Entre los **comerciales**, los derivados de turismos fueron los más vendidos, con 20.119 unidades (-25,6%), alcanzando el 50,4% de las ventas totales.

Matriculaciones por segmento – CANAL EMPRESA

TURISMOS	2012		Evol. Vs 2011
	Volúmen	% sobre Total	
Micro	6.667	23,7%	-16,8%
Pequeño	38.700	21,8%	-25,1%
Medio	49.996	29,2%	-24,9%
Medio Alto	39.536	48,1%	-18,6%
Alto	7.086	64,0%	-28,2%
Lujo	1.185	52,8%	-21,6%
Monovolumen Compacto	30.550	27,3%	-17,9%
Monovolumen Estándar	5.464	31,1%	-16,6%
Deportivo	1.265	53,0%	-21,7%
TT Bajo	18.668	30,1%	-8,2%
TT Medio	12.461	50,1%	0,2%
TT Alto	6.266	72,1%	-16,9%
Otros	39	48,1%	-74,5%
TOTAL	217.883	31,1%	-19,9%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

COMERCIALES	2012		Evol. Vs 2011
	Volúmen	% sobre Total	
Comerciales	2.280	97,8%	-11,4%
Derivados Turismos	20.119	50,4%	-25,6%
Microvan	104	92,9%	-70,5%
< 2 Tn	6	26,1%	-97,1%
2 a < 2,7 Tn	1.713	44,8%	-59,6%
2,7 - 3,5 Tn	6.369	47,4%	-40,1%
3,5 Tn	5.905	55,7%	-21,1%
Pick-up	2.763	80,1%	-28,3%
Otros comerciales	2.013	61,5%	613,8%
TOTAL	41.272	53,6%	-27,16%

Dentro de los vehículos de **renting**, el segmento medio también fue en 2012 el más representativo en turismos, con un total de 18.692 unidades matriculadas, lo que supuso un aumento del 41,4% con respecto al año anterior. Entre los comerciales también dominaron los derivados de turismos que, con 9.091 matriculaciones, cayeron un 29,6% con respecto a 2011.

Matriculaciones por segmento – RENTING

TURISMOS	2012		Evol. Vs 2011
	Volúmen	% sobre Total	
Micro	1.078	16,2%	37,6%
Pequeño	11.550	29,8%	51,0%
Medio	18.692	37,4%	41,4%
Medio Alto	18.901	47,8%	39,8%
Alto	2.663	37,6%	28,4%
Lujo	253	21,4%	66,5%
Monovolumen Compacto	7.382	24,2%	63,1%
Monovolumen Estándar	1.460	26,7%	67,4%
Deportivo	148	11,7%	14,0%
TT Bajo	3.078	16,5%	52,6%
TT Medio	3.801	30,5%	49,0%
TT Alto	1.759	28,1%	30,0%
Otros	7	17,9%	0,79%
TOTAL	70.772	32,5%	-21,7%

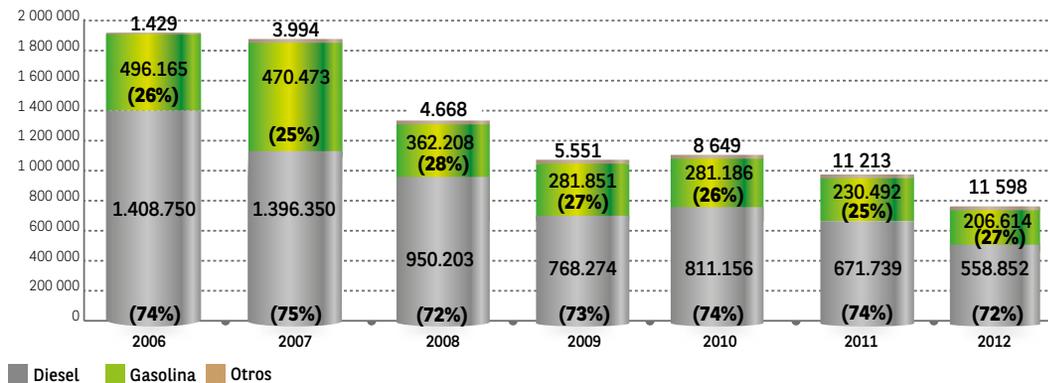
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

COMERCIALES	2012		Evol. Vs 2011
	Volúmen	% sobre Total	
Comerciales	1.617	70,9%	-7,9%
Derivados Turismos	9.091	45,2%	-29,6%
Microvan	22	21,2%	-70,7%
< 2 Tn	0	0,0%	-100,0%
2 a < 2,7 Tn	381	22,2%	-57,7%
2,7 - 3,5 Tn	1.348	21,2%	-46,3%
3,5 Tn	836	14,2%	-39,1%
Pick-up	837	30,3%	-31,1%
Otros comerciales	495	24,6%	1314,3%
TOTAL	14.627	35,4%	-29,7%

E. Matriculaciones por Tipo de Combustible

Por **tipo de combustible** el mayor volumen de matriculaciones (558.852 unidades) correspondió en 2012 a vehículos con motorización diésel. Las de gasolina, por su parte, representaron el 26,5% del total (206.614 unidades).

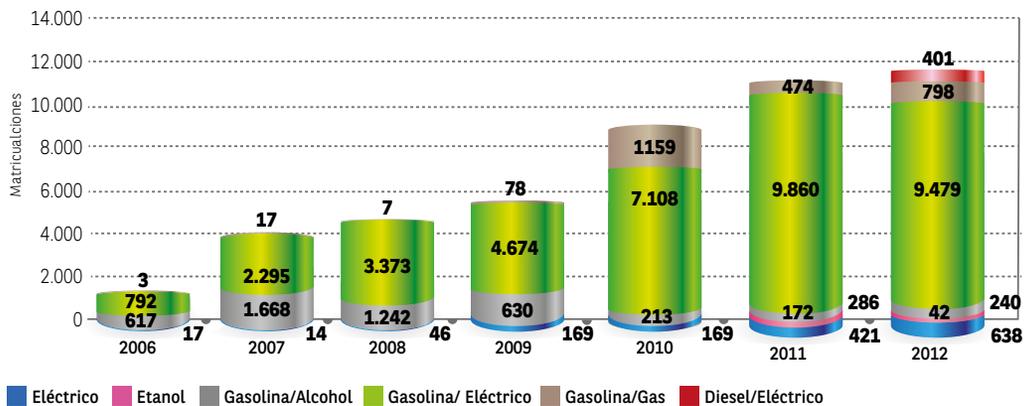
Evolución matriculaciones por tipo de combustible - MERCADO TOTAL



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los vehículos eficientes totalizaron 11.598 unidades, lo que supone un incremento del 3,4% con respecto a 2011, como consecuencia, principalmente, de la escalada del precio de los carburantes.

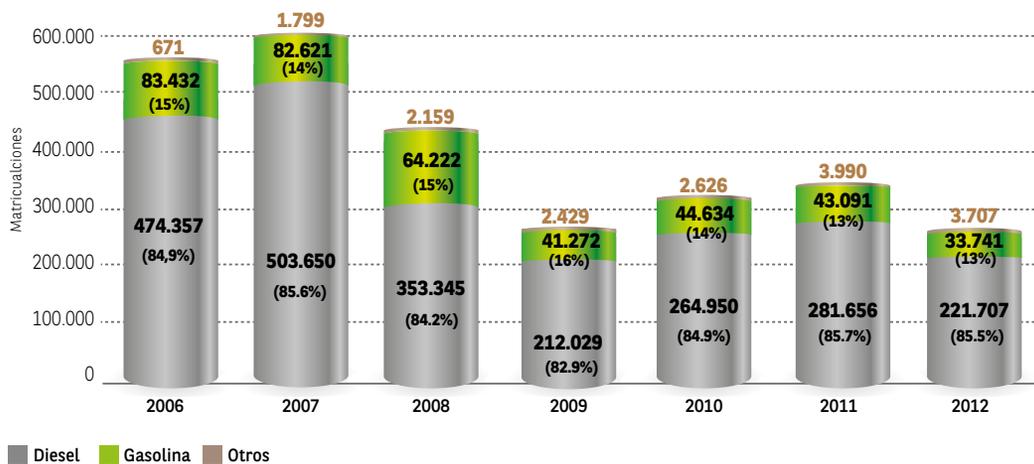
Evolución matriculaciones otros combustibles - MERCADO TOTAL



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Dentro de este grupo, los híbridos representaron el 85% del total, aunque el vehículo eléctrico ascendió un 51,5%, hasta alcanzar las 638 matriculaciones en 2012.

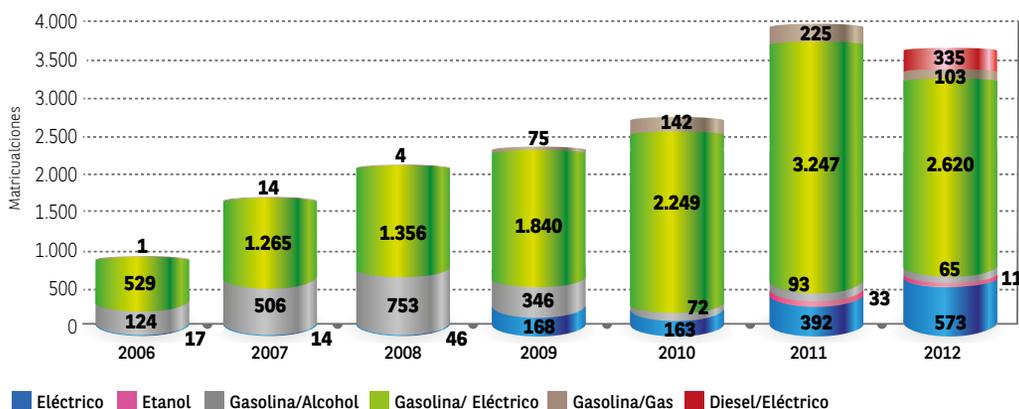
Evolución matriculaciones por tipo de combustible - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Dentro del **canal de empresas**, los diésel contabilizaron 221.707 matriculaciones en 2012, (-21,2%), mientras que los de gasolina totalizaron 33.741 unidades, un 21,6% menos que en 2011.

Evolución matriculaciones otros combustibles - CANAL EMPRESA

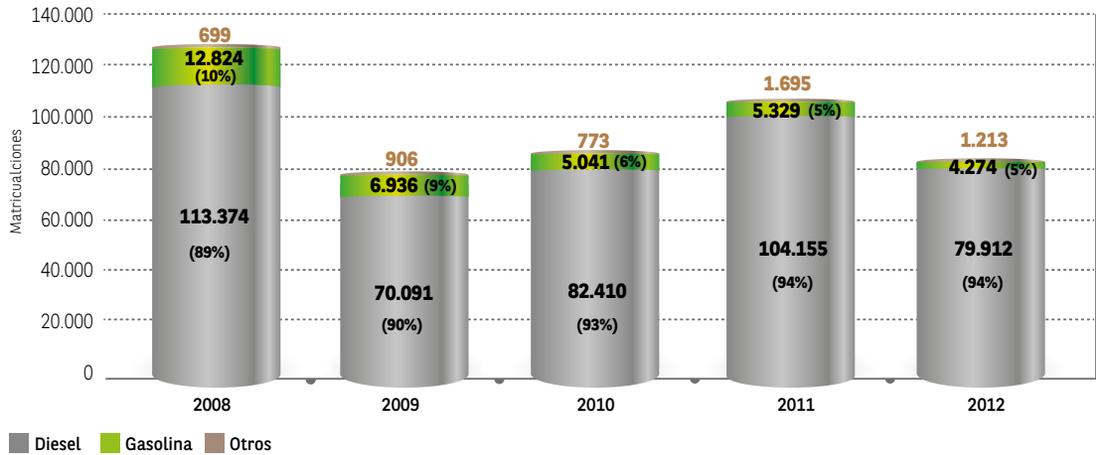


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las empresas redujeron en 2012 su apuesta por los vehículos eficientes, al adquirir un 7,1% menos, contabilizando 3.707 matriculaciones. El coche eléctrico casi duplicó su número de ventas en este canal hasta alcanzar las 573 unidades.

En el caso de los **vehículos de renting**, los diésel registraron 79.912 matriculaciones en 2012, lo que supone un descenso del 23,2%, mientras que los de gasolina, con 4.274 unidades, cayeron un 19,7% con respecto a 2011.

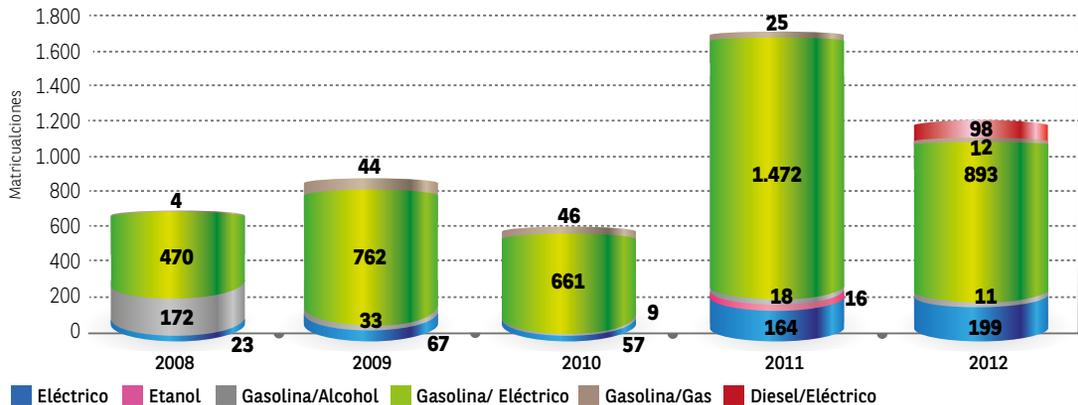
Evolución matriculaciones por tipo de combustible - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Por su parte, las matriculaciones de vehículos eficientes en el segmento del renting retrocedieron un 31% en 2012, hasta situarse en 1.213 unidades. Concretamente, los híbridos cayeron cerca de un 40%, mientras los eléctricos crecieron un 21%, hasta alcanzar 199 unidades matriculadas.

Evolución matriculaciones otros combustibles - RENTING

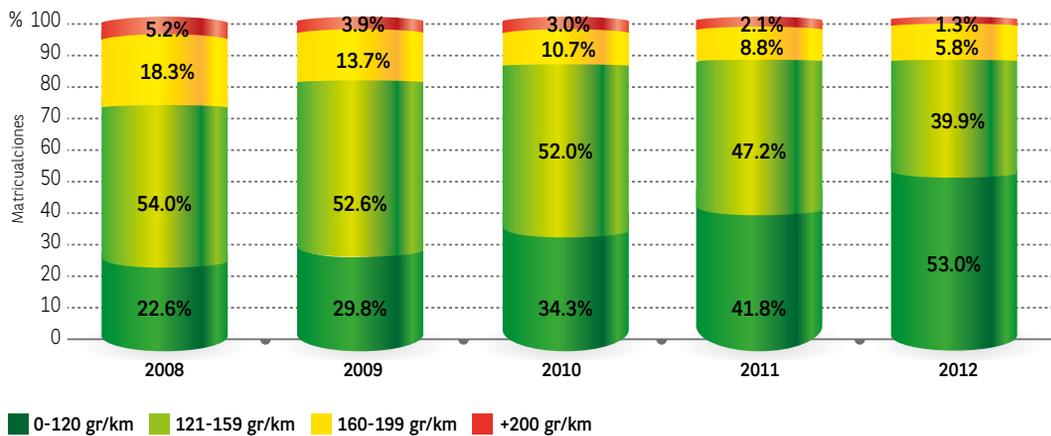


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

La supresión del Impuesto de Matriculación en 2008 para los vehículos con unas emisiones por debajo de los 120 gramos de CO₂ por kilómetro, así como la creación de un sistema de cuatro tramos impositivos según el nivel de emisiones, marcó un cambio de tendencia en la demanda hacia turismos más eficientes que se ha consolidado en 2012 debido también al menor precio de estos modelos.

Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - TOTAL MERCADO

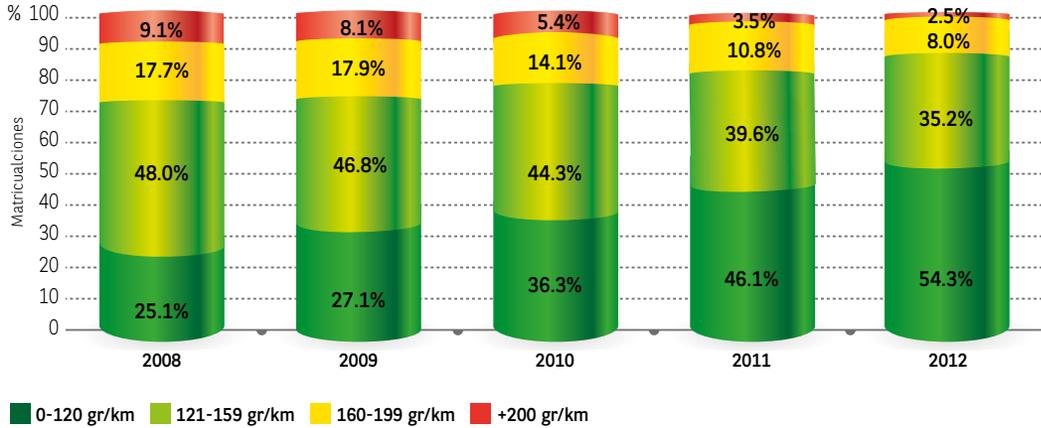


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Así, aunque los turismos situados en el segundo tramo (121-159 gramos/kilómetro) alcanzaron la mayor cuota de ventas en 2011 (47%) perdieron posiciones en detrimento de los vehículos de hasta 120 gramos/kilómetro, que pasaron de representar el 42% del mercado en 2011 al 53% durante el pasado año.

Dentro del canal de **empresas**, centradas en la optimización de costes, los turismos más vendidos fueron aquellos con emisiones de hasta 120 gramos/kilómetro y exentos del Impuesto de Matriculación, concentrando una cuota del 54%, lo que supone un fuerte incremento de más de ocho puntos porcentuales sobre el ejercicio 2011.

Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ – CANAL EMPRESAS

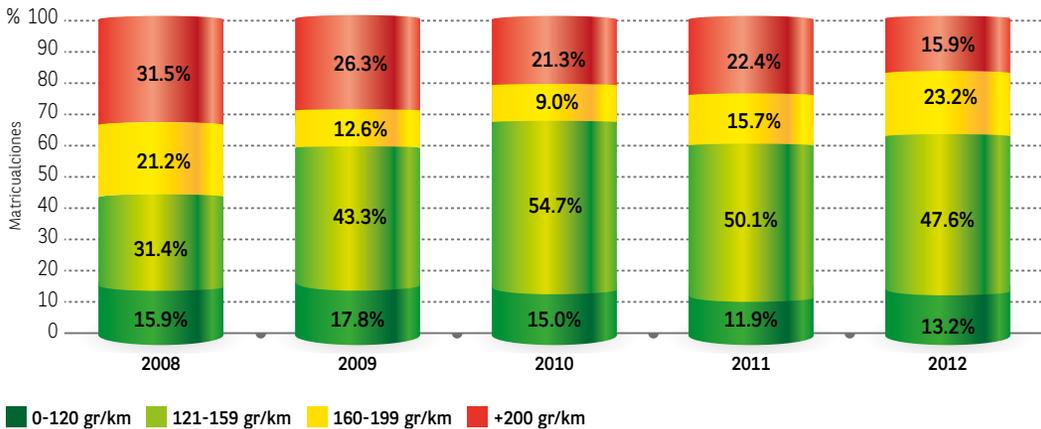


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los **comerciales**, los vehículos que incrementaron en 2012 su cuota sobre el total de matriculaciones fueron los del primer y tercer tramo. Así, los que emiten hasta 120 gramos acapararon el 13,2% (1,3 puntos porcentuales más) y los de entre 160 y 199 gramos crecieron 7,5 cinco puntos, hasta el 23,2%.

Aunque los del segundo tramo (121-159 gramos/kilómetro) siguen siendo los que tienen más peso (47,6%), redujeron en 2,5 puntos las unidades matriculadas. Los de más de 200 gramos descendieron 6,5 puntos, hasta el 15,9%.

Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - TOTAL MERCADO

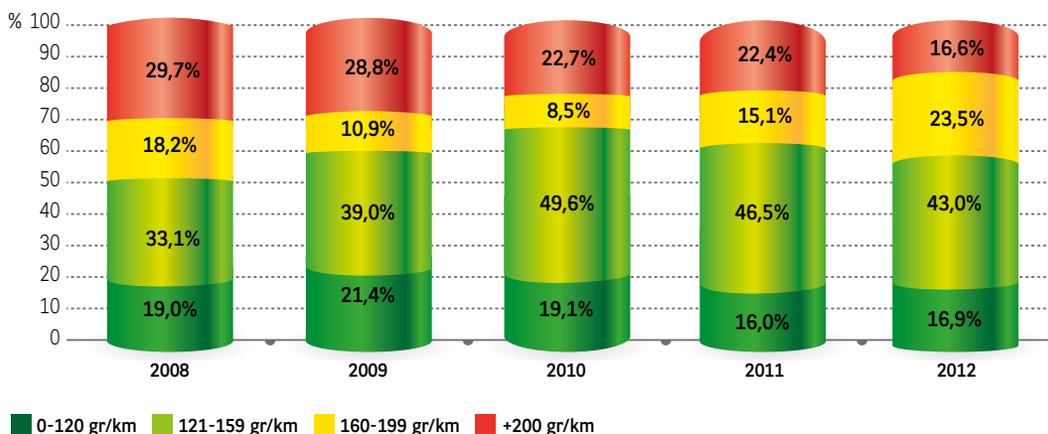


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal de **empresas**, el mercado se comportó de igual manera. Los comerciales situados en el primer y tercer tramo de emisiones ganaron terreno en 2012. Los de hasta 120 gramos crecieron casi un punto, concentrando el 16,9% de las ventas durante el año pasado, mientras que los que emiten entre 160 y 199 gramos aumentaron casi ocho puntos.

Por su parte, el tramo de mayores emisiones perdió protagonismo, al pasar del 22,4% en 2011 al 16,6% el año pasado, mientras que el segundo tramo (121-159 gramos), a pesar de ser el más representativo, cayó 2,5 puntos en 2012.

Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – CANAL EMPRESAS

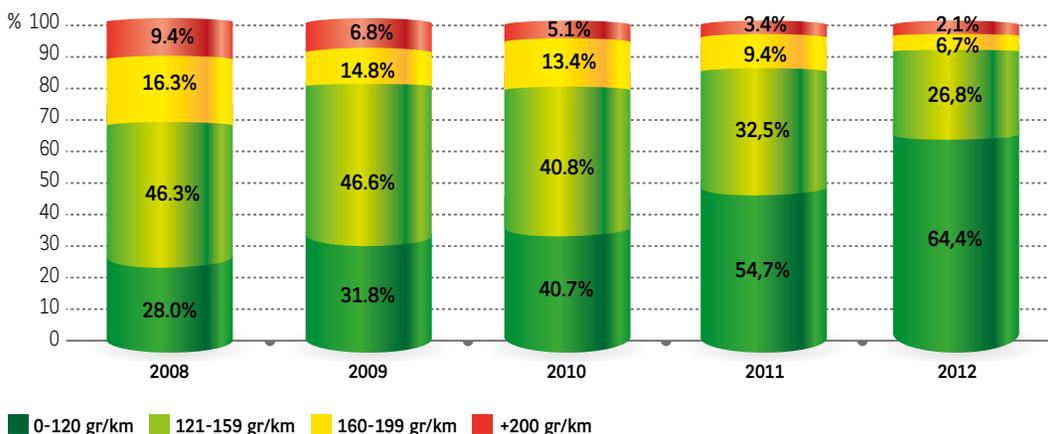


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Renting

En la modalidad de renting, los turismos del tramo con menos emisiones de CO₂ lideraron la cuota de matriculaciones en 2012, llegando al 64,4% del total, lo que supone casi diez puntos porcentuales más. Por detrás, se situaron los modelos entre 121 y 159 gramos/kilómetro, que perdieron casi seis puntos en detrimento de los más eficientes.

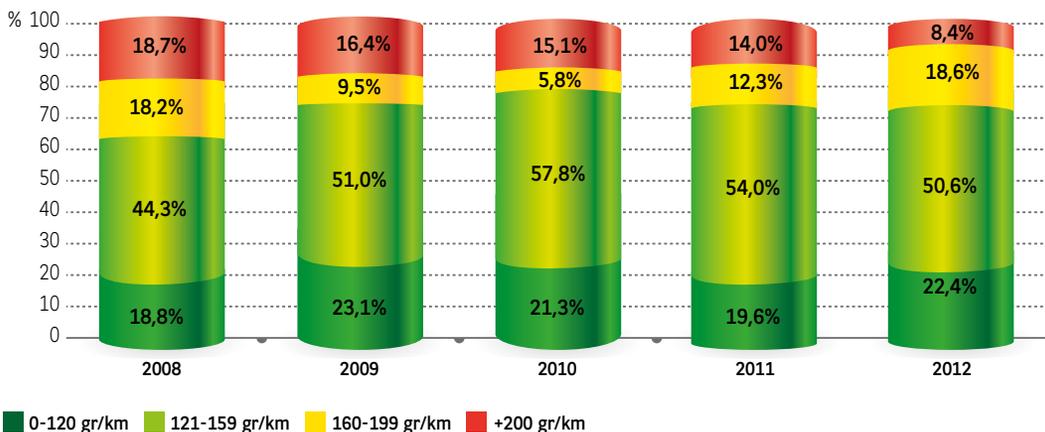
Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los vehículos comerciales de renting, la cuota mayoritaria de matriculaciones se sitúa en el segundo tramo (de 121 a 159 gramos/kilómetro), que alcanzó el 50,6% en 2012, perdiendo casi cuatro puntos, que van a parar a los modelos del primer tramo. De esta forma, los modelos de menos emisiones aumentaron sus matriculaciones hasta el 22,4%, mientras que los más contaminantes redujeron su peso más de 5,5 puntos, hasta el 8,4%.

Cuota matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



Gernot Volkmer

Presidente Ejecutivo de BMW Ibérica

El uso responsable de materiales ligeros tendrá especial relevancia para BMWi

Entre los materiales más ligeros, **el aluminio** desempeña una función muy relevante en la construcción de todos los vehículos de BMW Group, no solo por la optimización de pesos sino también por su durabilidad, resistencia a la corrosión y su reciclabilidad.

Al igual que el carbono, el aluminio — cuyo **peso es un 30% inferior al del acero**— contribuye también a reducir el peso.

Qué duda cabe que el peso juega un papel especialmente importante en el caso de los coches eléctricos, porque la autonomía también depende del peso del coche, además de la capacidad de la batería. Cuanto más ligero es el coche, tanto mayor su autonomía. Simplemente porque al acelerar, el motor eléctrico debe poner en movimiento una masa menor. Y precisamente en el tráfico urbano se alternan con frecuencia las fases de frenado y aceleración.

Pero el menor peso del coche, además de desembocar en una autonomía mayor, también permite consumir menos energía y disponer de un automóvil de comportamiento más dinámico. Adicionalmente, si el coche es ligero, la batería puede ser más pequeña.

Con el fin de compensar el mayor peso de los componentes eléctricos, BMW i (definición de BMW para sus vehículos eléctricos y servicios de movilidad visionarios) apuesta de manera responsable por el uso de materiales ligeros e innovadores.

El **BMW i3** utilizará principalmente **aluminio reciclado** o aluminio que ha sido fabricado con electricidad procedente de fuentes renovables, lo que significa que todo el aluminio utilizado en la producción del BMW i3 requiere muchas menos emisiones de CO2 que los procesos de fabricación tradicionales en los que se usa el aluminio.



BMW i3 Concept

Tanto el concepto del coche como su producción fueron redefinidos completamente desde el inicio del trabajo de desarrollo.

El **módulo Life**, es decir la jaula del habitáculo del futuro BMW i3, está compuesto principalmente **por polímeros reforzados con fibra de carbono** o CRFP, según sus siglas en inglés.

El uso de este material de avanzada tecnología, ligero y extremadamente resistente, es único en automóviles fabricados en grandes series.



BMW i8 Concept

Hasta hace muy poco, el uso generalizado de productos reforzados con fibra de carbono fue considerado muy costoso, su fabricación demasiado complicada y los procesos carentes de la versatilidad necesaria. Pero BMW reconoció muy pronto el potencial que alberga este material.

Tras más de diez años de intenso trabajo de investigación y optimización de los procesos, materiales, equipos y herramientas, BMW Group es ahora el **único fabricante de automóviles** que dispone de los conocimientos técnicos necesarios para aprovechar la **fibra de carbono en vehículos fabricados en grandes series**.

La madurez que entretanto alcanzó el proceso de producción se manifiesta especialmente a través de la fiabilidad de los procesos, los cortos ciclos de producción y la gran calidad de las piezas de polímeros reforzados con fibra de carbono.

Sin embargo, la producción de materiales ligeros como el aluminio y la fibra de carbono consume más energía que, por ejemplo, la producción de acero.

Por esta razón, BMW le confiere especial atención al cuidado de los recursos disponibles durante las fases de fabricación y de procesamiento de esos materiales, así como también considera prioritario recurrir a un abastecimiento de corriente eléctrica con mínimas emisiones de CO₂.



BMW i8 Concept

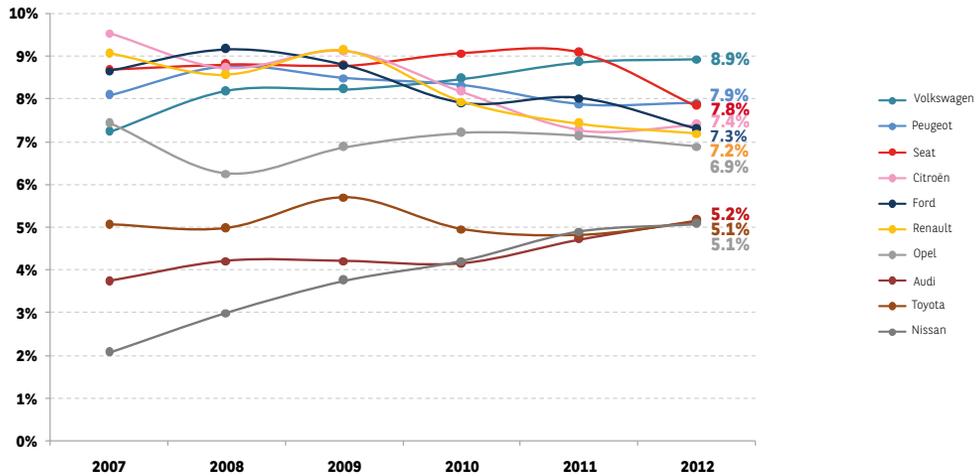
BMW i3 Concept

G. Matriculaciones por marca del Fabricante

Conjunto del mercado

Dentro del mercado de turismos, los fabricantes Volkswagen (8,9%), Peugeot (7,9%) y Seat (7,8%) lideraron la cuota de mercado en España durante el pasado año. Las marcas Citroën (7,4%) y Ford (7,3%) también fueron significativas ocupando el cuarto y quinto puesto, respectivamente. Por detrás se situaron Renault (7,2%), Opel (6,9%), Audi (5,2%), Toyota y Nissan (5,1%).

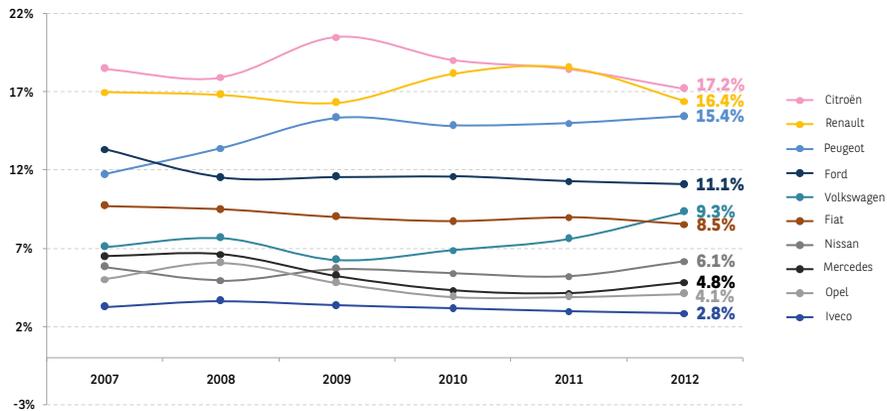
Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Turismos - TOTAL MERCADO



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los comerciales, fue Citroën, con una cuota del 17,2%, quien se situó a la cabeza en 2012, seguido de Renault (16,4%) y Peugeot (15,4%). En conjunto, estos tres fabricantes representaron casi la mitad del mercado (49%) durante el pasado año. Ford (11,1%) y Volkswagen (9,3%) también fueron representativos, seguidos con cierta distancia de Fiat (8,5%), Nissan (6,1%), Mercedes (4,8%), Opel (4,1%) e Iveco (2,8%).

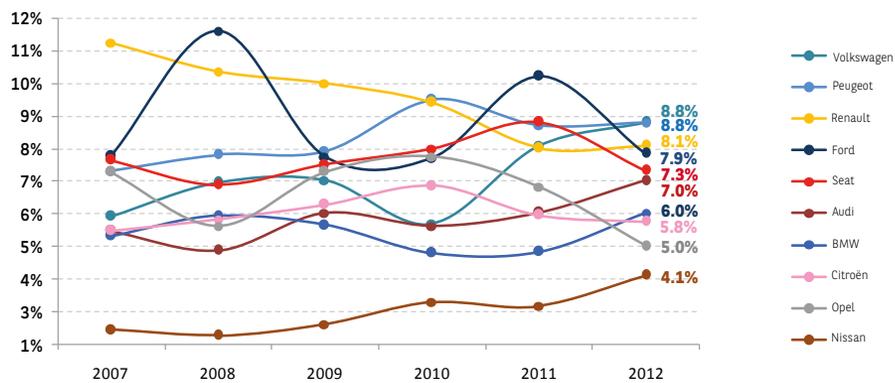
Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Comerciales - TOTAL MERCADO



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las diez marcas más demandadas por las **empresas en el segmento de los turismos** en 2012 fueron Volkswagen y Peugeot (8,8%), Renault (8,1%), Ford (7,9%), Seat (7,3%), Audi (7%), BMW (6%), Citroën (5,8%), Opel (5%) y Nissan (4,1%).

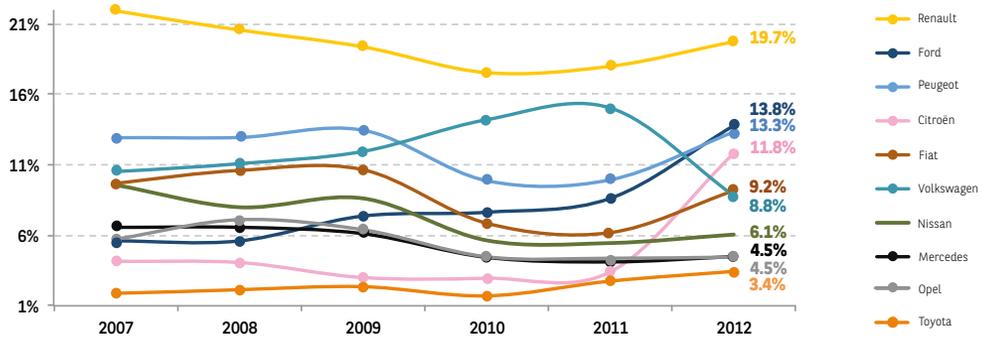
Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Turismos - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Respecto a los vehículos **comerciales**, durante el año pasado las empresas optaron en mayor medida por Renault (19,7%), Ford (13,8%), Peugeot (13,3%), Citroën (11,8%) y Fiat (9,2%).

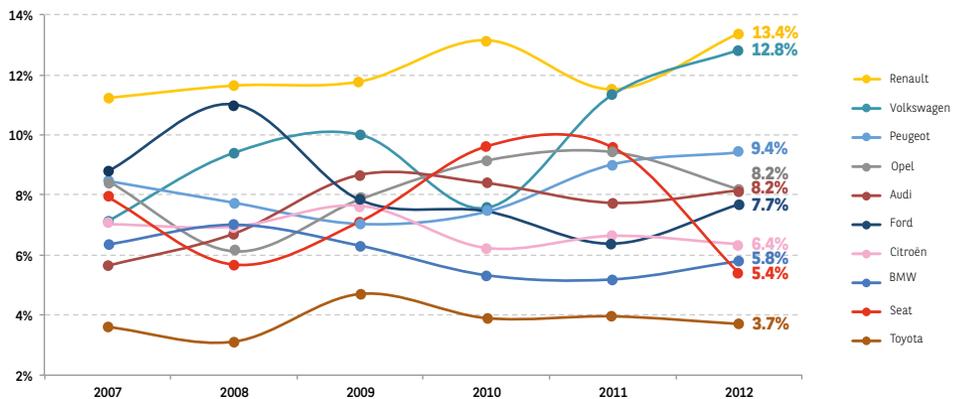
Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Comerciales - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el sector del **renting**, las diez marcas más solicitadas en 2012 en el segmento de turismos fueron, por este orden, Renault (13,4%), Volkswagen (12,8%), Peugeot (9,4%), Opel (8,2%), Audi (8,2%), Ford (7,7%), Citroën (6,4%), BMW (5,8%), Seat (5,4%) y Toyota (3,7%).

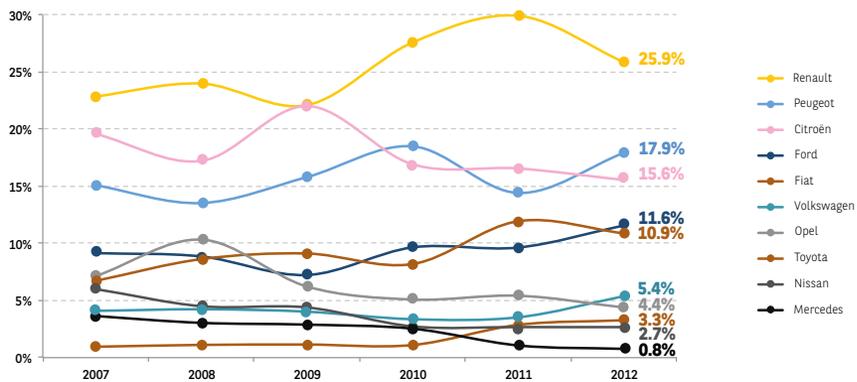
Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Turismos - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Respecto a los **comerciales**, las diez marcas más vendidas dentro del sector renting el año pasado fueron Renault (25,9%), Peugeot (17,9%), Citroën (15,6%), Ford (11,6%), Fiat (10,9%), seguidas de Volkswagen (5,4%), Opel (4,4%), Toyota (3,3%), Nissan (2,7%) y Mercedes (0,8%).

Evolución M/S Matriculaciones Top 10 Fabricantes - Comerciales - RENTING



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



H. Matriculaciones por modelo de vehículo

Turismos

El turismo más vendido en 2012 fue el Seat Ibiza, con 23.921 unidades vendidas, seguido del Renault Mègane (20.583) y el Volkswagen Golf (17.890). En conjunto, los diez turismos más populares representaron un 23.5% de las ventas totales.

Top 10 Modelos Turismos 2012 - TOTAL MERCADO	Volúmen	M/S
Seat Ibiza	23.921	3,4%
Renault Mègane	20.583	2,9%
Volkswagen Golf	17.890	2,6%
Opel Corsa	16.891	2,4%
Seat León	16.442	2,3%
Citroën C4	16.203	2,3%
Opel Astra	14.728	2,1%
Ford Focus	13.173	1,9%
Renault Clio	13.044	1,9%
Peugeot 207	11.382	1,6%

Top 10 Modelos Turismos 2012 - CANAL EMPRESA	Volúmen	M/S
Renault Mègane	6.914	3,2%
Volkswagen Golf	5.760	2,6%
Seat Ibiza	5.260	2,4%
Ford Focus	4.961	2,3%
Volkswagen Passat	4.568	2,1%
Peugeot 308	4.540	2,1%
Renault Clio	4.354	2,0%
Seat León	4.319	2,0%
Opel Astra	2.998	1,4%
Audi Q5	1.744	0,8%

Top 10 Modelos Turismos 2012 - RENTING	Volúmen	M/S
Renault Mègane	4.214	6,0%
Volkswagen Passat	3.469	4,9%
Volkswagen Golf	2.720	3,8%
Renault Clio	2.342	3,3%
Ford Focus	1.762	2,5%
Audi A4	1.682	2,4%
Seat Ibiza	1.636	2,3%
Opel Astra	1.544	2,2%
Opel Corsa	1.352	1,9%
Peugeot 207	898	1,3%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal de **empresas**, el turismo más solicitado en 2012 fue el Renault Mègane (6.914 unidades), por delante del Volkswagen Golf (5.760 unidades) y el Seat Ibiza (5.260 unidades). Por su parte, los diez turismos y todoterrenos más vendidos sumaron 45.418 unidades vendidas, con una cuota del 20.8% del mercado.

Dentro del sector del renting, encabezó el ranking de matriculaciones de turismos en 2012 el modelo Renault Mègane (4.214 unidades), seguido de Volkswagen Passat (3.469 unidades) y Volkswagen Golf (2.720 unidades).

Vehículos comerciales

En el caso de los vehículos comerciales, el más vendido en 2012 fue el Citroën Berlingo, con 8.907 matriculaciones, seguido del Renault Kangoo (7.623) y el Peugeot Partner (7.543).

Estos tres vehículos, que se reparten cerca de la tercera parte del mercado, vienen ocupando las tres primeras posiciones durante los últimos siete años. En conjunto, los diez vehículos más populares representaron un 51,2% de las ventas de este segmento.

Top 10 Modelos Comerciales 2012 - TOTAL MERCADO	Volúmen	M/S
Citroën Berlingo	8.907	11,6%
Renault Kangoo	7.623	9,9%
Peugeot Partner	7.543	9,8%
Volkswagen Caddy	3.346	4,3%
Renault Trafic	2.446	3,2%
Ford Transit Connect	2.147	2,8%
Fiat Doblò	2.055	2,7%
Peugeot Bipper	1.928	2,5%
Renault Master	1.896	2,5%
Volkswagen Transporter	1.485	1,9%

Top 10 Modelos Comerciales 2012 - CANAL EMPRESA	Volúmen	M/S
Renault Kangoo	4.958	12,0%
Citroën Berlingo	2.919	7,1%
Peugeot Partner	2.748	6,7%
Volkswagen Caddy	1.561	3,8%
Peugeot Bipper	1.420	3,4%
Ford Transit Connect	1.351	3,3%
Toyota Hi Lux	1.332	3,2%
Fiat Doblò	1.312	3,2%
Renault Master	1.280	3,1%
Renault Trafic	1.266	3,1%

Top 10 Modelos Comerciales 2012 - RENTING	Volúmen	M/S
Renault Kangoo	2.543	17,4%
Citroën Berlingo	1.305	8,9%
Peugeot Partner	1.214	8,3%
Peugeot Bipper	995	6,8%
Fiat Doblò	612	4,2%
Ford Transit Connect	532	3,6%
Citroën Nemo	493	3,4%
Volkswagen Caddy	469	3,2%
Renault Clio	455	3,1%
Toyota Hi Lux	449	3,1%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

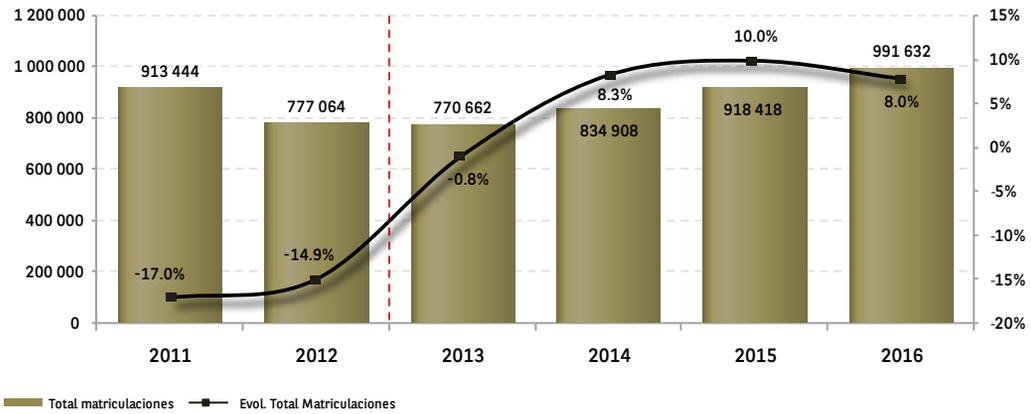
Entre los modelos comerciales más demandados por las **empresas** en 2012 destacaron el Renault Kangoo (4.958 unidades), el Citroën Berlingo (2.919) y el Peugeot Partner (2.748), que representaron más de la cuarta parte de la cuota total del mercado (25,8%).

Con respecto a los **comerciales en el sector del renting**, Renault Kangoo (2.543 unidades), Citroën Berlingo (1.305 unidades) y Peugeot Partner (1.214 unidades) fueron los más representativos.

III - PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución

Previsión de matriculaciones - TOTAL MERCADO (Turismos + 4x4 +Comerciales)

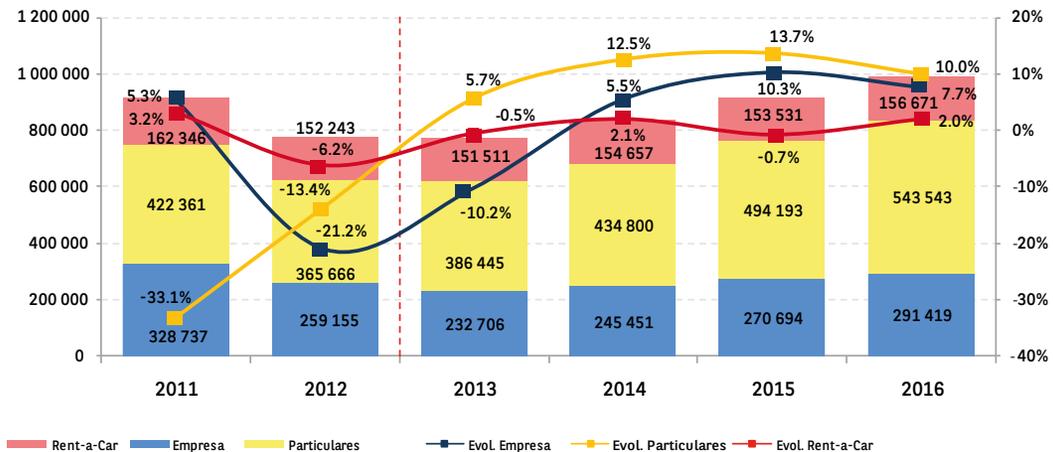


Fuente: DGT y Previsiones MSI

Las previsiones apuntan a que 2013 empeorará ligeramente los resultados registrados el año pasado, con una caída del 0,8%, hasta situarse en las 770.662 unidades; debido principalmente a los malos resultados del canal de empresa, que comenzarán a recuperarse en 2014.

Concretamente, las ventas a este canal cerrarán 2013 con un retroceso del 10,2% y no será hasta el año que viene cuando cambie la tendencia, al superar las 245.000 unidades matriculadas (+5,5%).

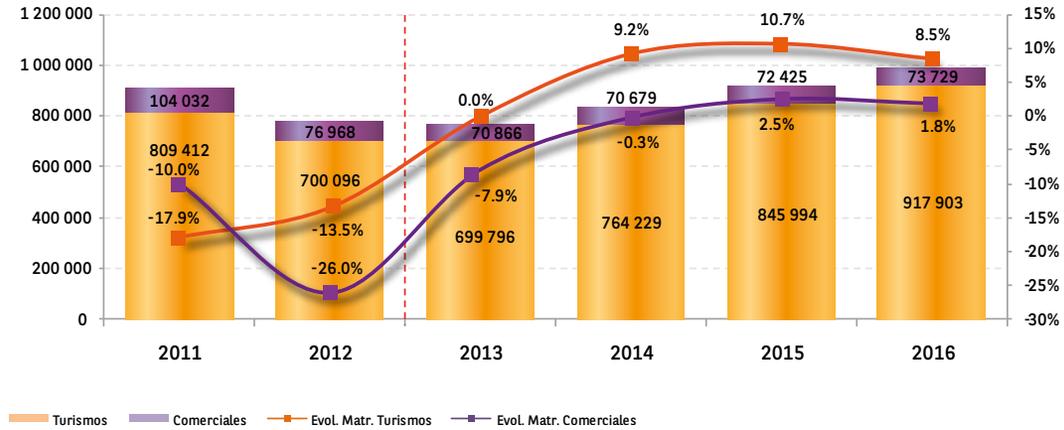
Previsión de matriculaciones por canal de distribución - TOTAL MERCADO



Fuente: DGT y Previsiones MSI

El canal de particulares, por el contrario, terminará el presente ejercicio con un ascenso del 5,7%, para repuntar de nuevo en 2014 al situarse en el entorno de las 435.000 unidades (+12,5%).

Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - TOTAL MERCADO

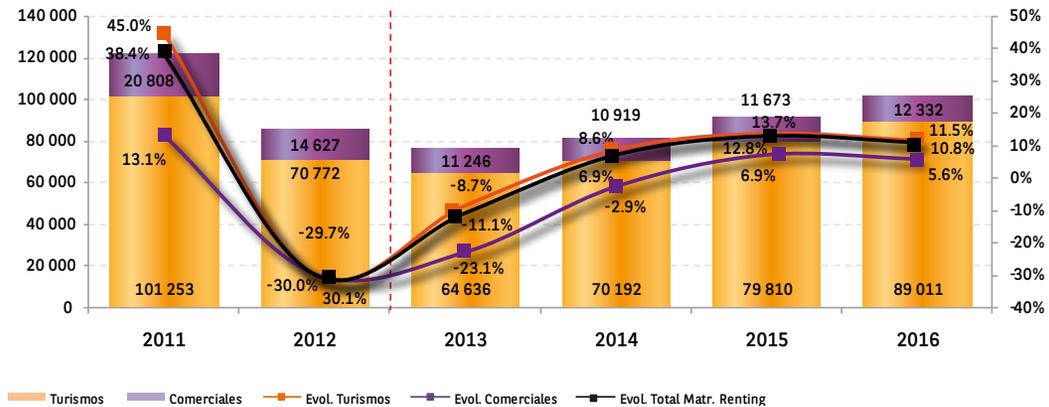


Fuente: DGT y Previsiones MSI

Por tipo de vehículo está previsto que las ventas de turismos en 2013 se mantengan estables en el entorno de las 700.000 unidades, incrementándose ligeramente en 2014 hasta superar las 764.000 matriculaciones (+9,2% más).

Los comerciales, por su parte, cerrarán 2013 con una previsión de 70.866 matriculaciones, lo que supone un descenso del 7,9%. En 2014, se espera sin embargo una leve caída del 0,3%, hasta situarse en 70.679 unidades.

Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - RENTING



Fuente: DGT y Previsiones MSI

El renting terminará el ejercicio con un descenso estimado del 11,1%; una tendencia que se invertirá en los ejercicios sucesivos. De esta forma, en 2014 se espera registrar ya un crecimiento del 6,9%.

B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

MERCADO TOTAL - TURISMOS	2013		2014		2015		2016	
Micro	28.842	2,6%	31.203	8,2%	34.212	9,6%	37.092	8,4%
Pequeño	177.741	0,0%	193.273	8,7%	212.565	10,0%	230.293	8,3%
Medio	176.576	3,0%	189.904	7,5%	209.752	10,5%	226.975	8,2%
Medio Alto	80.888	-1,6%	88.634	9,6%	98.721	11,4%	107.077	8,5%
Alto	10.911	-1,4%	11.922	9,3%	13.106	9,9%	14.034	7,1%
Lujo	2.083	-7,2%	2.305	10,7%	2.574	11,7%	2.809	9,1%
Monovolumen Compacto	109.379	-2,2%	120.452	10,1%	133.964	11,2%	146.052	9,0%
Monovolumen Estándar	17.612	0,2%	20.332	15,4%	22.653	11,4%	24.666	8,9%
Deportivos	2.260	-5,2%	2.537	12,2%	2.819	11,1%	3.056	8,4%
4X4 Bajo	59.157	-4,5%	66.279	12,0%	74.624	12,6%	82.007	9,9%
4x4 Medio	26.025	4,5%	28.223	8,4%	30.941	9,6%	33.082	6,9%
4x4 Alto	8.244	-5,1%	9.087	10,2%	9.973	9,8%	10.664	6,9%
Otros	76	-5,6%	79	3,6%	89	12,7%	98	9,4%
Total	699.796	0,0%	764.229	9,2%	845.994	10,7%	917.903	8,5%

Fuente: MSI

Por segmentos, se estima que el pequeño sea en 2013 el turismo más representativo del mercado en volumen (177.741 unidades), seguido del medio que, con 176.576 unidades, experimentará un ascenso del 3%.



CANAL EMPRESA - TURISMOS	2013		2014		2015		2016	
Micro	6.461	-3,1%	6.821	5,6%	7.721	13,2%	8.442	9,3%
Pequeño	32.727	-15,4%	35.598	8,8%	39.852	11,9%	43.392	8,9%
Medio	44.607	-10,8%	46.970	5,3%	52.504	11,8%	57.133	8,8%
Medio Alto	37.667	-4,7%	40.623	7,8%	45.581	12,2%	49.504	8,6%
Alto	6.762	-4,6%	7.380	9,1%	8.152	10,5%	8.730	7,1%
Lujo	1.141	-3,7%	1.192	4,5%	1.324	11,0%	1.431	8,1%
Monovolumen Compacto	26.774	-12,4%	28.687	7,1%	32.113	11,9%	35.061	9,2%
Monovolumen Estándar	5.255	-3,8%	5.928	12,8%	6.713	13,2%	7.374	9,8%
Deportivos	1.163	-8,1%	1.284	10,5%	1.425	11,0%	1.537	7,8%
4X4 Bajo	16.334	-12,5%	17.264	5,7%	19.193	11,2%	20.930	9,1%
4x4 Medio	11.881	-4,7%	12.696	6,9%	13.897	9,5%	14.822	6,7%
4x4 Alto	5.843	-6,8%	6.298	7,8%	6.902	9,6%	7.365	6,7%
Otros	45	15,3%	44	-2,7%	50	13,7%	55	9,7%
TOTAL	196.661	-9,7%	210.787	7,2%	235.428	11,7%	255.777	8,6%

Fuente: MSI

Dentro del canal empresa, el segmento medio cerrará el año con 44.607 unidades matriculadas y aunque en términos de volumen será el turismo mayoritario, experimentará un descenso cercano al 10,8% con respecto a 2012. Le seguirá el medio alto que, con 37.667 matriculaciones, caerá un 4,7%.

RENTING - TURISMOS	2013		2014		2015		2016	
Micro	1.195	10,9%	1.214	1,6%	1.410	16,1%	1.594	13,1%
Pequeño	10.285	-11,0%	11.417	11,0%	13.017	14,0%	14.540	11,7%
Medio	16.624	-11,1%	17.642	6,1%	20.028	13,5%	22.323	11,5%
Medio Alto	18.002	-4,8%	19.440	8,0%	22.043	13,4%	24.502	11,2%
Alto	2.438	-8,4%	2.724	11,7%	3.039	11,6%	3.333	9,7%
Lujo	181	-28,5%	217	19,9%	256	18,2%	295	15,0%
Monovolumen Compacto	7.024	-4,8%	7.730	10,0%	8.886	15,0%	10.008	12,6%
Monovolumen Estándar	1.210	-17,1%	1.391	15,0%	1.642	18,0%	1.886	14,9%
Deportivos	101	-31,4%	143	40,6%	180	26,0%	215	19,5%
4X4 Bajo	2.576	-16,3%	2.782	8,0%	3.200	15,0%	3.625	13,3%
4x4 Medio	3.419	-10,0%	3.738	9,3%	4.153	11,1%	4.546	9,5%
4x4 Alto	1.559	-11,4%	1.739	11,5%	1.938	11,5%	2.123	9,5%
Otros	21	196,6%	15	-27,8%	17	13,3%	19	11,0%
TOTAL	64.636	-36,2%	70.192	8,6%	79.810	13,7%	89.011	11,5%

Fuente: MSI

Dentro del renting, el turismo de segmento medio alto será el más vendido en 2013, con más de 18.000 unidades matriculadas (-4,8%), seguido del medio, con una estimación de 16.624 matriculaciones (-11,1%).

MERCADO TOTAL - COMERCIALES	2013		2014		2015		2016	
Comerciales	2.216	-4,9%	2.290	3,3%	2.382	4,0%	2.436	2,2%
Derivados Turismos	38.677	-3,1%	39.648	2,5%	40.769	2,8%	41.537	1,9%
Microvan	144	26,0%	308	114,7%	323	4,7%	310	-4,0%
< 2 Tn	119	418,8%	171	43,0%	290	69,7%	265	-8,5%
2 a < 2,7 Tn	3.579	-6,4%	3.497	-2,3%	3.552	1,6%	3.569	0,5%
2,7 a < 3,5 Tn	11.633	-13,3%	11.103	-4,6%	11.349	2,2%	11.690	3,0%
3,5 Tn	8.919	-15,9%	8.416	-5,6%	8.494	0,9%	8.601	1,3%
Otros comerciales	5.578	-17,0%	5.246	-6,0%	5.266	0,4%	5.321	1,0%
TOTAL	70.866	-7,9%	70.679	-0,3%	72.425	2,5%	73.729	1,8%

Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, los derivados de turismos serán los más representativos del mercado, con una estimación de 38.677 matriculaciones, lo que supone una caída del 3,1% con respecto a 2012. Les seguirán a cierta distancia los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas que, con 11.633 unidades, experimentarán una caída previsiblemente cercana al 13%.

CANAL EMPRESA - COMERCIALES	2013		2014		2015		2016	
Comerciales	1.732	-24,0%	1.480	-14,6%	1.449	-2,1%	1.379	-4,8%
Derivados Turismos	17.752	-11,8%	17.152	-3,4%	17.357	1,2%	17.572	1,2%
Microvan	88	-16,9%	122	38,4%	133	8,8%	153	15,3%
< 2 Tn	10	64,7%	11	12,7%	16	46,6%	18	11,4%
2 a < 2,7 Tn	1.548	-9,6%	1.877	21,3%	1.863	-0,8%	1.965	5,5%
2,7 a < 3,5 Tn	5.457	-14,3%	5.246	-3,9%	5.852	11,6%	5.982	2,2%
3,5 Tn	5.181	-12,3%	4.918	-5,1%	4.915	-0,1%	5.097	3,7%
Otros comerciales	4.276	-10,5%	3.858	-9,8%	3.681	-4,6%	3.476	-5,5%
TOTAL	36.045	-12,7%	34.664	-3,8%	35.266	1,7%	35.641	1,1%

Fuente: MSI

El canal de empresa seguirá en 2013 el mismo patrón del mercado total, siendo el derivado de turismo el segmento de comercial más demandado (17.752 unidades), por delante de los modelos de entre 2,7 y 3,5 toneladas que, con 5.457 unidades, caerán un 14,3%.

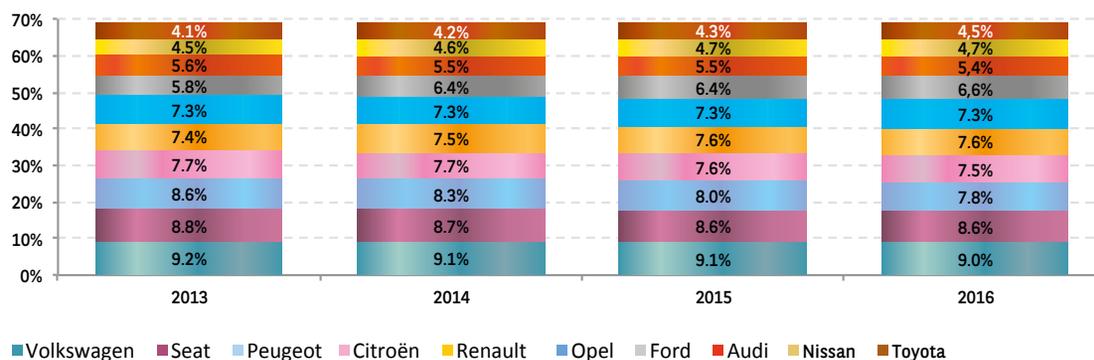
RENTING - COMERCIALES	2013		2014		2015		2016	
Comerciales	950	-41,2%	711	-25,2%	709	-0,3%	652	-7,9%
Derivados Turismos	7.010	-22,9%	7.038	0,4%	7.594	7,9%	8.126	7,0%
Microvan	25	7,6%	26	3,6%	35	36,5%	39	10,8%
< 2 Tn	3		3	6,1%	5	44,6%	6	19,4%
2 a < 2,7 Tn	326	-14,4%	318	-2,4%	340	6,9%	401	17,8%
2,7 a < 3,5 Tn	1.145	-15,1%	1.132	-1,1%	1.207	6,6%	1.274	5,5%
3,5 Tn	689	-17,6%	660	-4,2%	690	4,6%	723	4,7%
Otros comerciales	1.098	-17,5%	1.031	-6,1%	1.092	5,9%	1.112	1,8%
TOTAL	11.246	-23,1%	10.919	-2,9%	11.673	6,9%	12.332	5,6%

Fuente: MSI

Dentro de los vehículos de renting, las previsiones apuntan a que los derivados de turismos caerán un 22,9%, hasta las 7.010 unidades, aunque seguirán siendo el comercial más demandado en 2013.

C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante

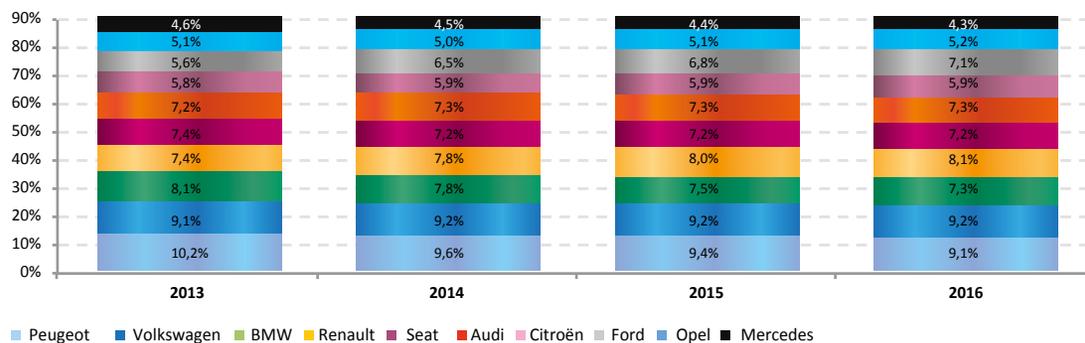
Previsión matriculaciones turismo top 10 marcas - MERCADO TOTAL



Fuente: MSI

En 2013, las previsiones apuntan a que en el mercado de turismos será Volkswagen el fabricante con mayor cuota de ventas (9,2%), seguida de Seat (8,8%), Peugeot (8,6%), Citroën (7,7%), Renault (7,4%), Opel (7,3%), Ford (5,8%), Audi (5,6%), Nissan (4,5%) y Toyota (4,1%).

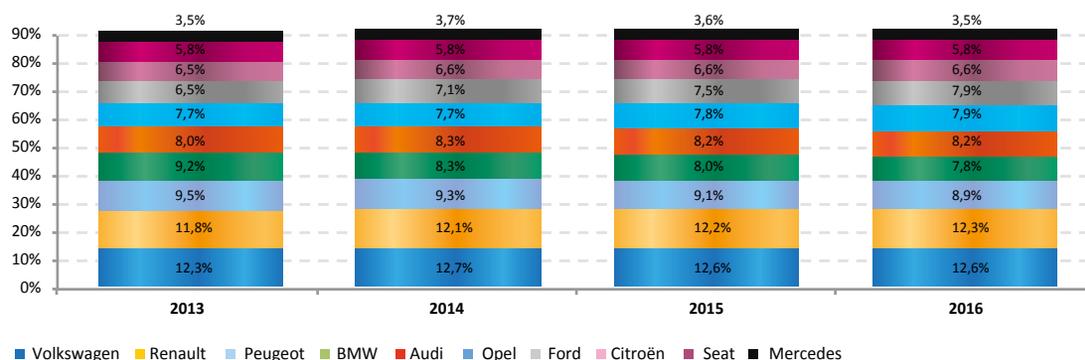
Previsión matriculaciones turismos top 10 marcas - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI

Dentro del canal de empresa, será Peugeot el fabricante de turismos más vendido, con una cuota del 10,2%. Le seguirá Volkswagen (9,1%), BMW (8,1%), Renault (7,4%), Seat (7,4%), Audi (7,2%), Citroën (5,8%), Ford (5,6%), Opel (5,1%) y Mercedes (4,6%).

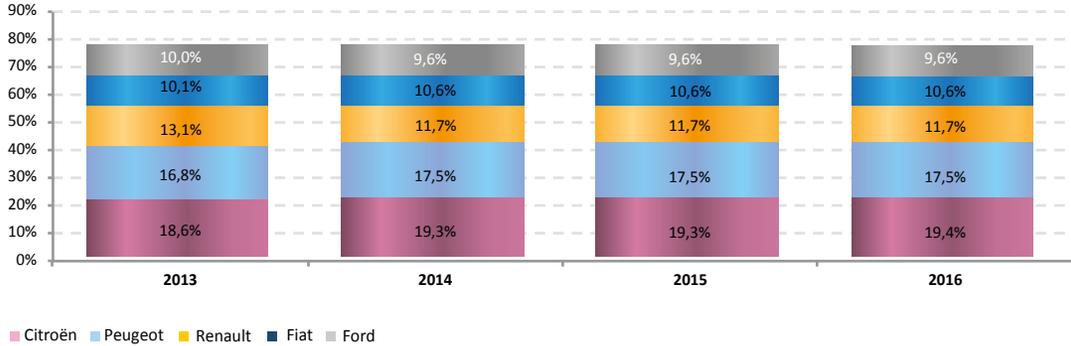
Previsión matriculaciones comerciales top 10 marcas - RENTING



Fuente: MSI

En el canal de renting, los fabricantes de turismos más vendidos en 2013 serán previsiblemente Volkswagen, con una cuota del 12,7%, seguido de Renault y Peugeot, con el 12,1% y el 9,3% de las ventas, respectivamente. BMW y Audi también serán representativos con el 8,3% de la cuota cada uno.

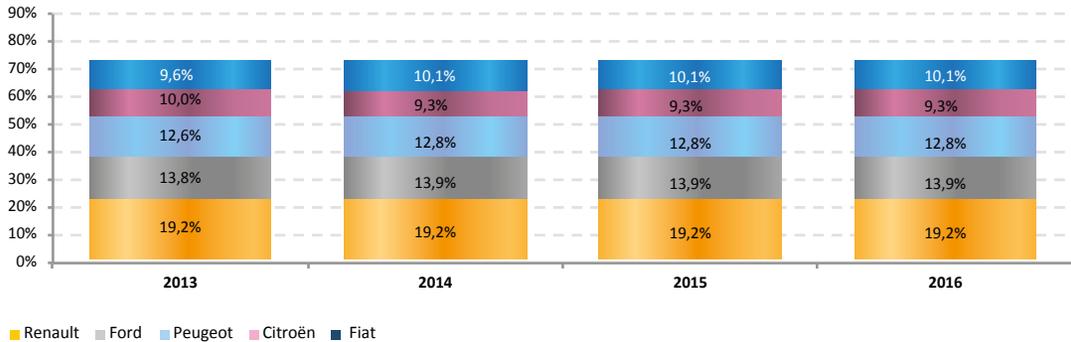
Previsión matriculaciones comerciales top 5 marcas - TOTAL MERCADO



Fuente: MSI

Dentro de los vehículos comerciales, las estimaciones revelan que Citroën se alzará como la marca más vendida del mercado en 2013, con el 18,5% de la cuota. Le seguirán Peugeot y Renault, con el 16,8% y el 13,1%, respectivamente, de las ventas. Fiat, con un 10,1%, y Ford, con el 10%, completarán el top 5.

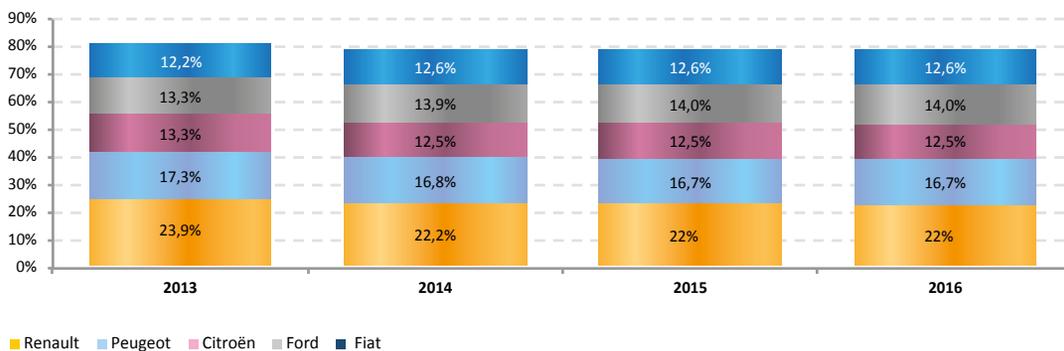
Previsión matriculaciones comerciales top 5 marcas - CANAL EMPRESA



Fuente: MSI

Dentro del canal de empresa, Renault (19,2%), Ford (13,8%) y Peugeot (12,6%) serán las marcas más vendidas entre los vehículos comerciales, seguidas de Citroën (10%) y Fiat (9,6%). Un ranking que se prevé sin cambios en los próximos ejercicios.

Previsión matriculaciones comerciales top 5 marcas - RENTING



Fuente: MSI

Entre los comerciales de renting, Renault será el fabricante más vendido, rozando la cuarta parte de la cuota de mercado (23,9%), seguido de Peugeot (17,3%). Citroën y Ford también serán representativos, con el 13,3% cada uno, por delante de Fiat (12,2%).

CAPÍTULO III

Mercado del Vehículo de Ocasión

I - HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN

A. Evolución y previsión de las Ventas de VO

Las ventas de vehículos de ocasión han caído un 14,4% desde el comienzo de la crisis, al pasar de 2.129.466 millones en 2008 a 1.822.452 millones en 2012. En este periodo, los turismos retrocedieron un 17,5%, mientras que los comerciales ganaron peso, con una subida del 7%.

Para el ejercicio 2013 se prevé que las ventas de ocasión repunten un 4,4%, hasta superar los 1,9 millones de unidades, impulsadas tanto por los turismos (+4,2%) como por los comerciales (+5,9%).

Evolución Transferencias de VO - Total Mercado



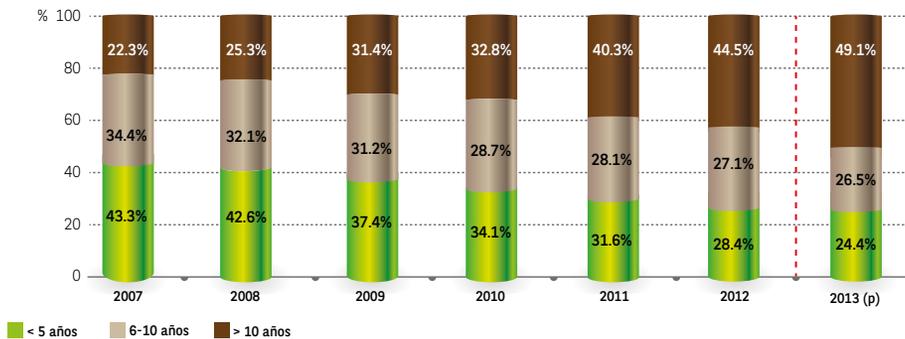
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



B. Evolución y previsión de las Ventas de VO por edad de los vehículos vendidos

En cuanto a la **evolución por edades**, la cuota de turismos de ocasión de más de diez años aumentó más de 19 puntos porcentuales entre 2008 y 2012, hasta representar el 44,5% del total del parque de VO. Durante el presente ejercicio se prevé que la tasa continúe creciendo, cerrando en torno al 49,1%.

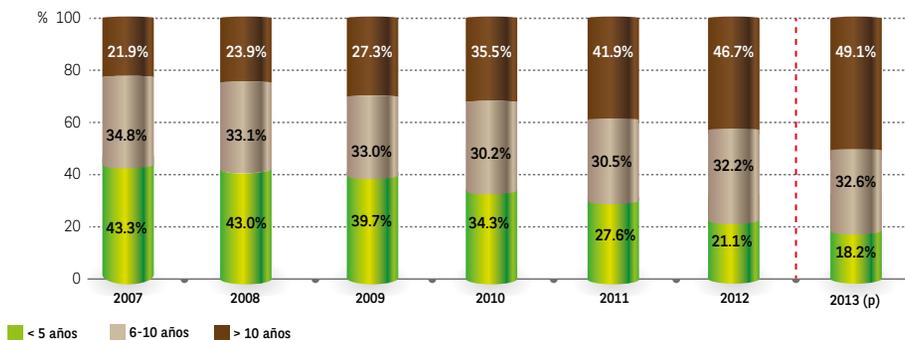
Distribución de las ventas por edad del VO - TURISMOS



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el segmento de comerciales de ocasión el aumento de los vehículos que superan los diez años fue incluso más pronunciado, pasando del 23,9% al 46,7% del total. Para este ejercicio se prevé que el crecimiento sea de unos 2,5 puntos porcentuales, hasta el 49,1%.

Distribución de las ventas por edad del VO - COMERCIALES



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo

En el conjunto de 2012, las ventas de turismos de ocasión cayeron ligeramente, (-0,2%) aunque capearon mejor la crisis que los nuevos, con una relación VO/VN de 2,2 a 1.

Para este año se prevé que la relación entre ambos mercados crezca hasta el 2,3 a 1, marca histórica que a partir de 2014 irá disminuyendo progresivamente.

Ratio vehículo ocasión vs vehículo nuevo - TURISMOS

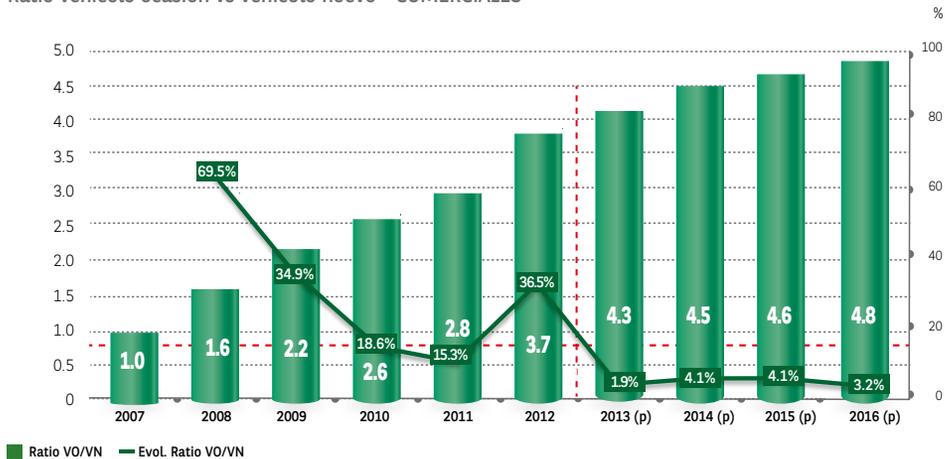


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los comerciales, las ventas disminuyeron un 2,7%, hasta situarse en las 287.990 unidades, de tal forma que por cada nuevo se vendieron 3,7 usados.

Esta relación VO/VN aumentará hasta 4,3 a 1 durante el presente ejercicio y continuará creciendo progresivamente, situándose en torno a 4,5 a 1 el año que viene.

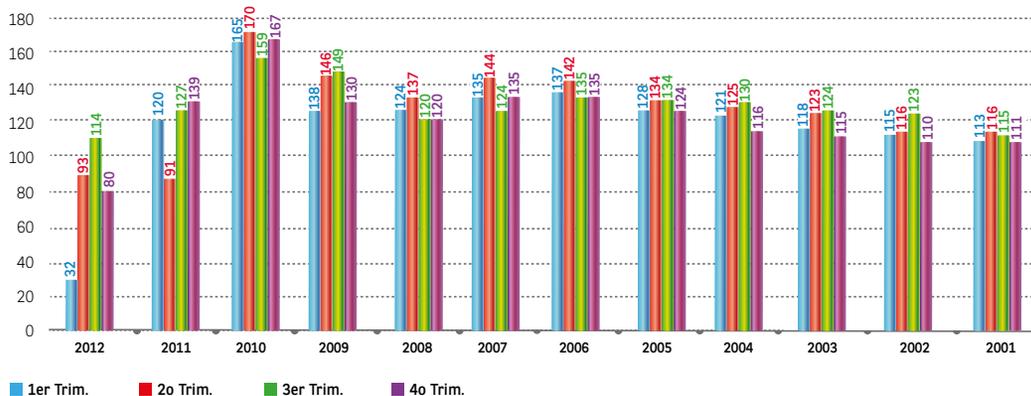
Ratio vehículo ocasión vs vehículo nuevo - COMERCIALES



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

D. Tiempo medio de stock del VO

El tiempo en stock se situó en 2012 en torno a los 2,5 meses para los vehículos de menos de un año de antigüedad, frente a los cuatro del año anterior, como consecuencia del primer plan PIVE, que contemplaba ayudas a las compra para usados de esta edad. Los usados de más de diez años, por su parte, tardaron en venderse alrededor de 3,6 meses.



Fuente: Eurotax

E. Ventas de VO por tipo de combustible

Por tipo de combustible se aprecia que precisamente los diésel fueron los más vendidos entre los turismos de ocasión, con el 62,1% del total (956.430 unidades), frente a los 37,9% de los gasolina (578.032 unidades).

Durante este año se prevé un alza del 3,9% en las ventas de diésel, hasta las 993.627 unidades (62,2% del total); mientras que los gasolina repuntarán un 4,6% y se situarán en las 604.872 unidades (37,8%).

■ Ventas VO por tipo de combustible - TURISMOS

	2012		2013 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	578 032	37.9%	604 872	37.8%	+ 4.6%
Diésel	956 430	62.1%	993 627	62.2%	+ 3.9%
Totales	1 534 462		1 598 499		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

■ Ventas VO por tipo de combustible - COMERCIALES

	2012		2013 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	9 504	3.3%	10 492	3.4%	+ 10.4%
Diésel	278 486	96.7%	294 517	96.6%	+ 5.8%
Totales	287 990		305 009		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Entre los comerciales la opción diésel fue la clara dominante del mercado en 2012, con 278.486 unidades (el 96,7% del total), frente a la escasa presencia de los gasolina, con 9.504 unidades (el 3,3%).

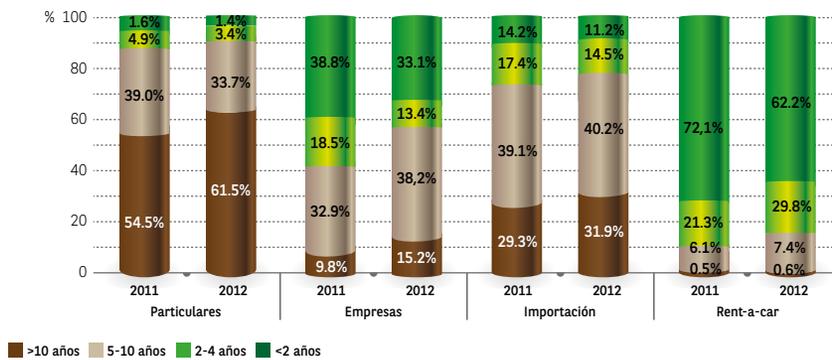
Para este año, aunque se prevén crecimientos en ambas motorizaciones –un 5,8% para el diésel y un 10,4% para gasolina-, el mix de ventas se mantendrá estable con respecto a 2012.

F. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo

Teniendo en cuenta **tanto el canal de procedencia como la edad del vehículo**, se aprecia que mientras los particulares son los que colocan en el mercado de ocasión los turismos de mayor antigüedad (el 61,5% tiene más de diez años), empresas y rent a car “fabrican” los usados más jóvenes.

Concretamente, el 62,2% de los turismos de hasta dos años proceden de RAC, mientras que las empresas aportan al mercado de VO casi el 40% de los modelos de entre cinco y diez años.

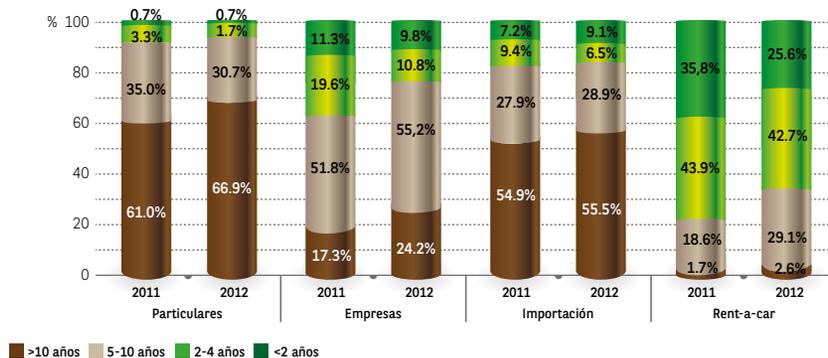
Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Lo mismo ocurre entre los comerciales de ocasión. Las empresas nutren al mercado de ocasión con el 55,2% de las furgonetas de entre cinco y diez años, mientras que rent a car se encargan del 42,7% de los modelos entre dos y cuatro años.

Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

G. Evolución de las ventas de VO por segmento

Por **segmentos**, las ventas de turismos de ocasión del segmento medio fueron las más comunes en 2012 (29,8% del total), mientras que las del segmento pequeño supusieron un 22,2%. Tras ellos se situaron los segmentos medio alto y monovolúmenes compactos, que representaron un 19% y un 7,1% de las ventas, respectivamente.

De cara a 2013 se prevé un crecimiento en todos los segmentos, que será más significativo entre los micro (+12,9%), los todoterrenos medios (+8,1%), los todoterrenos altos (+6,3%) y los vehículos pequeños (+6,2%).

Ventas de VO por segmento del vehículo - TURISMOS

	2012		2013 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Micro	73 608	4.7%	83 122	5.2%	+ 12.9%
Pequeño	346 618	22.2%	368 134	23.0%	+ 6.2%
Medio	451 238	29.8%	460 368	28.8%	+ 2.0%
Medio Alto	285 102	19.0%	292 525	18.3%	+ 2.6%
Alto	60 702	4.1%	61 542	3.9%	+ 1.4%
Lujo	6 803	0.5%	7 193	0.5%	+ 5.7%
Monovolúmen Compacto	117 326	7.1%	123 084	7.7%	+ 4.9%
Monovolúmen Estándar	34 991	2.2%	36 765	2.3%	+ 5.1%
Deportivos	27 360	1.9%	27 974	1.8%	+ 2.2%
TT Bajo	63 865	4.1%	66 338	4.2%	+ 3.9%
TT Medio	34 607	2.3%	37 407	2.3%	+ 8.1%
TT Alto	28 581	1.9%	30 371	1.9%	+ 6.3%
Otros	3 661	0.3%	3 675	0.2%	+ 0.4%
Total	1 534 462		1 598 499		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Entre los comerciales, la mayor cuota de ventas en 2012 correspondió a los derivados de turismos (47,7%), por delante de los industriales de 2,7 a 3,5 toneladas (+16,5%), los de más de 3,5 toneladas (+13,9%) y los de 2 a 2,7 toneladas (12,3%).

En el ejercicio 2013 tan sólo los microvan y los comerciales disminuirán sus ventas (-15,8% y -0,3%, respectivamente). Por el contrario, los industriales de más de 3,5 toneladas (+12,9%) y los situados entre 2,7 y 3,5 toneladas (+7,6%) serán los que experimenten los crecimientos más altos.

Ventas de VO por segmento del vehículo - COMERCIALES

	2012		2013 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Comerciales	7 109	2.5%	7 088	2.3%	-0.3%
Derivados Turismos	137 352	47.7%	144 030	47.2%	4.9%
Microvan	378	0.1%	318	0.1%	-15.8%
< 2 Tn	5 027	1.7%	5 195	1.7%	3.3%
2 - 2,7 Tn	35 521	12.3%	36 546	12.0%	2.9%
2,7 - 3,5 Tn	47 612	16.5%	51 225	16.8%	7.6%
3,5 Tn	40 144	13.9%	45 316	14.9%	12.9%
Otros	14 847	5.2%	15 291	5.0%	3.0%
Total	287 990		305 009		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

H. Evolución de las ventas de VO por cilindrada

En función de la **cilindrada**, el mayor volumen de turismos de ocasión en 2012 correspondió a los comprendidos entre 1.001 y 2.000 c.c. (1.275.243 unidades), integrando el 83,1% del total del mercado y muy por delante del siguiente tramo, que se sitúa entre los 2.001 a 3.000 c.c. (193.368 unidades), con el 12,6% de la cuota.

Durante este año no habrá cambios significativos en la distribución de mercado, aunque en términos de volumen se producirán incrementos notables en los tramos de 4.001 a 5.000 c.c. (+10,4%) y los de más de 5.000 c.c. (+10,2%).

Ventas de VO por cilindrada del vehículo - TURISMOS

	2012		2013 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	36 175	2.4%	38 202	2.4%	+ 5.6%
1001 - 2000 cc	1 275 243	83.1%	1 324 291	82.8%	+ 3.8%
2001 - 3000 cc	193 368	12.6%	204 326	12.8%	+ 5.7%
3001 - 4000 cc	19 830	1.3%	20 809	1.3%	+ 4.9%
4001 - 5000 cc	7 724	0.5%	8 531	0.5%	+ 10.4%
> 5000 cc	2 123	0.1%	2 340	0.1%	+ 10.3%
Total	1 534 463		1 598 499		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los vehículos comerciales, los de 1.001 a 2.000 c.c. (63,6%) y de 2.001 a 3.000 c.c. (35,7%) se repartieron prácticamente la totalidad del mercado en 2012 y así se seguirán manteniendo durante el presente ejercicio. Llama la atención la previsión de caída del 55,6% para los situados entre 4.001 y 5.000 c.c., que tendrán una presencia totalmente residual en 2013.

Ventas de VO por cilindrada del vehículo - COMERCIALES

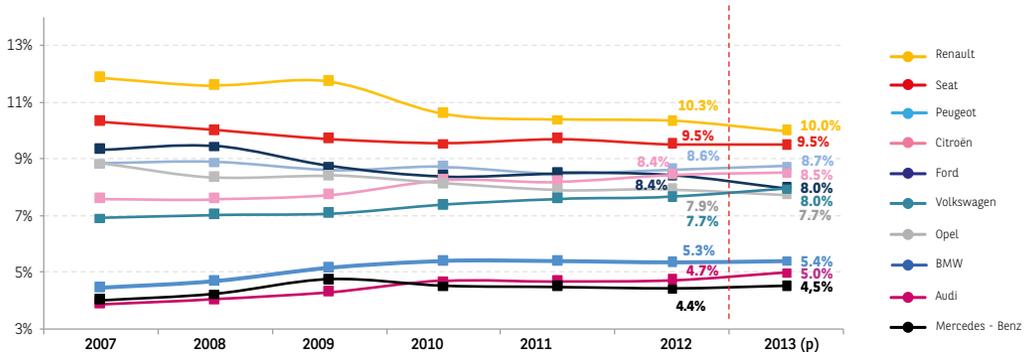
	2012		2013 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
0 - 1000 cc	1 542	0.5%	1 642	0.5%	+ 6.5%
1001 - 2000 cc	183 245	63.6%	194 906	63.9%	+ 6.4%
2001 - 3000 cc	102 718	35.7%	107 879	35.4%	+ 5.0%
3001 - 4000 cc	476	0.2%	578	0.2%	+ 21.4%
4001 - 5000 cc	9	0.0%	4	0.0%	-55.6%
Total	287 990		305 009		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

I. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante

Por marcas, Renault encabezó en 2012 el ranking de ventas de turismos usados (10,3% del total), seguida de Seat (9,5%), Peugeot (8,6%), así como Ford y Citroën, con un 8,4% cada una. El fabricante Opel, con un 7,9%, y Volkswagen, con un 7,7%, también fueron representativas durante el año pasado. Le siguieron BMW (5,3%), Audi (4,7%) y Mercedes (4,4%).

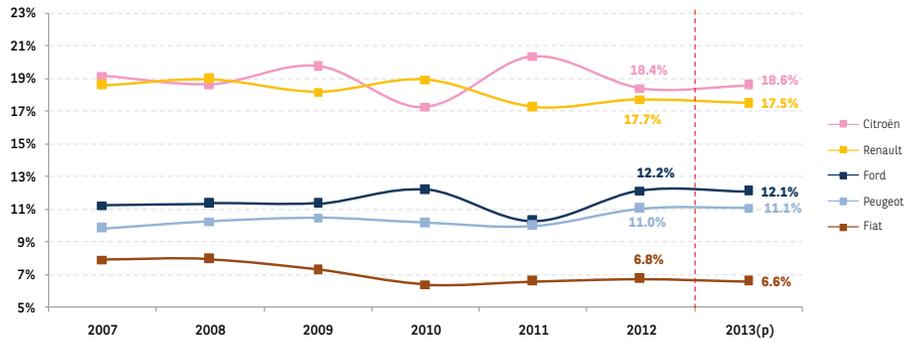
Para este 2013 Renault (10%), Seat (9,5%) y Peugeot (8,7%) continuarán siendo las marcas más vendidas. Tras ellas se situará Citroën (8,5%), seguida de cerca por Opel y Volkswagen (8%). Las marcas Premium BMW (5,4%), Audi (5%) y Mercedes (4,5%) continuarán a la cola.



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Dentro de los comerciales de ocasión, Citroën se alzó con la primera posición durante el año pasado, con una cuota del 18,4% de las ventas, seguida de Renault (17,7%) y Ford (12,2%). Las marcas Peugeot (11%) y Fiat (6,8%) se situaron también entre las más demandadas.

Para este ejercicio el ranking de marcas más vendidas continuará sin variaciones, con Citroën (18,6%) por delante de Renault (17,5%), seguidas de Ford (12,1%), Peugeot (11,1%) y Fiat (6,8%).



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

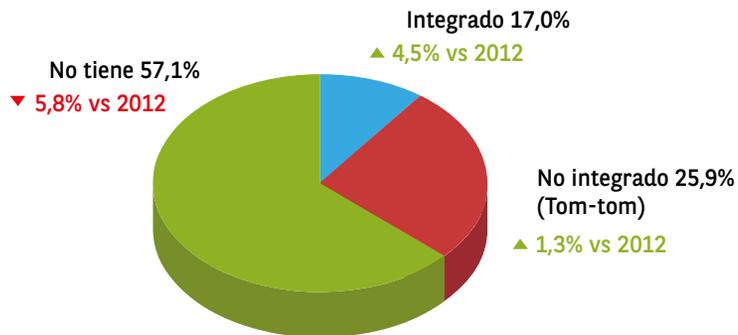
CAPÍTULO IV

Equipamientos

I. EQUIPAMIENTO DEL VEHÍCULO

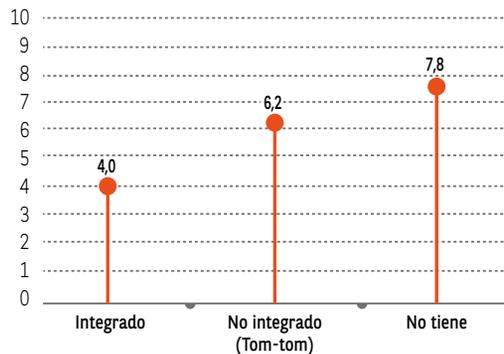
A. Implantación del GPS

En el mercado español, y aunque han crecido cinco puntos con respecto al año pasado, continúan siendo mayoría los vehículos de empresa que carecen de GPS, concretamente el 57,1% del total. Entre los vehículos que sí lo utilizan, los dispositivos no integrados representan el 25,9% del total –cerca de un punto más que en 2012–, mientras que los sistemas de navegación de serie, que suponen el 17% restante, aumentan 4,5 puntos con respecto al ejercicio anterior.



Fuente: CVO

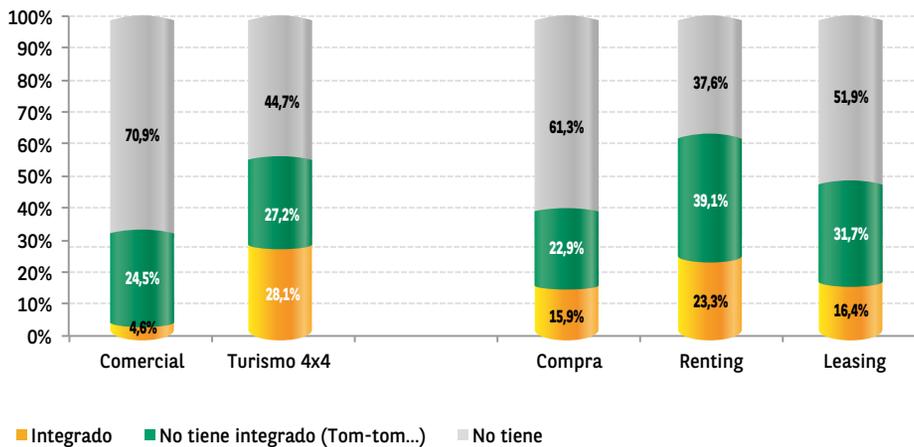
Precisamente, siguiendo la tendencia del año pasado, son los vehículos de menor **edad** –en torno a los cuatro años– los que incorporan en mayor medida navegador de serie, frente a los 6,2 años de los vehículos con dispositivo no integrado. Por su parte aumenta encasi un año, hasta los ocho, la antigüedad de los coches corporativos que carecen de este equipamiento.



Fuente: CVO

En función del **tipo de vehículo**, la presencia del GPS, ya sea integrado o no, continúa siendo más común en los turismos y todoterreno (55,3%) que en los comerciales (29,1%).

Curiosamente, atendiendo al **tipo de financiación**, los vehículos de renting son los que cuentan en mayor medida con sistemas GPS (62,4%), mientras que los adquiridos a través de compra se sitúan en el extremo opuesto (38,8%). Entre los coches de leasing el porcentaje roza la mitad (48,1%).



Fuente: CVO

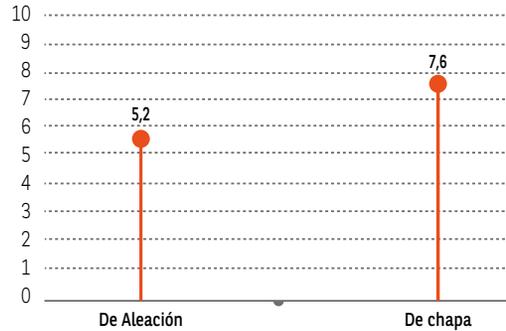
B. Llantas

Las llantas más comunes en el parque de vehículos de empresa continúan siendo las de chapa, presentes en casi seis de cada diez modelos (59,3%), aunque pierden representación con respecto al año pasado cediendo terreno a las de aleación, que suponen el 34,4% del mercado(+1,5%).



Fuente: CVO

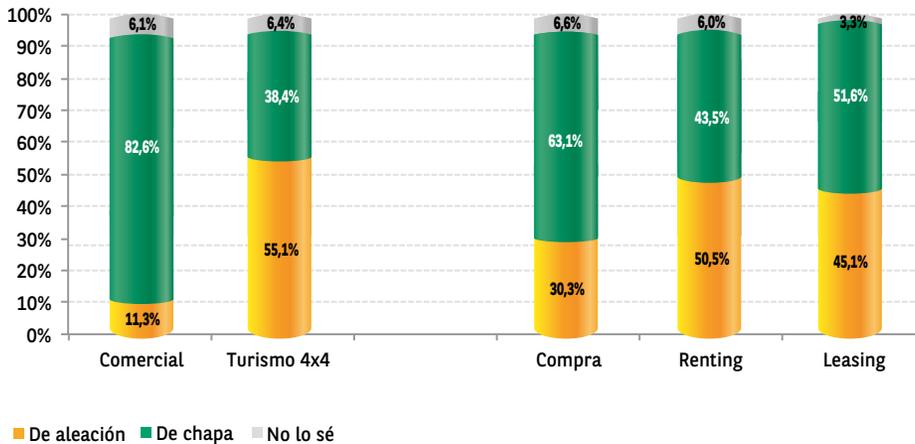
Según la **antigüedad**, los vehículos que incluyen llantas de aleación son generalmente más jóvenes (5,2 años de media) que los que emplean llantas de chapa (7,6 años de media).



Fuente: CVO

En relación al **tipo de vehículo**, el 55,1% de los turismos y todoterrenos de empresa tienen llantas de aleación, en comparación con el 11,3% de los comerciales. Las de chapa, por tanto, se utilizan en el 38,4% de los turismos y todoterrenos y el 82,6% de los vehículos comerciales.

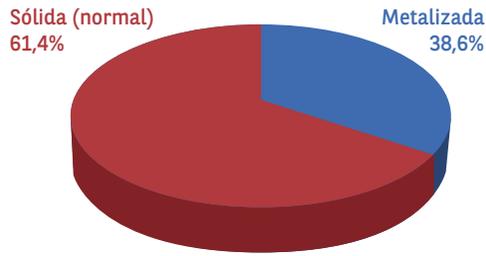
Por **método de financiación**, las llantas de aleación son más representativas entre los coches de renting (50,5%), mientras que en los vehículos en propiedad y los de leasing, las de chapa están mucho más extendidas, con un 63,1% y un 51,6%, respectivamente.



Fuente: CVO

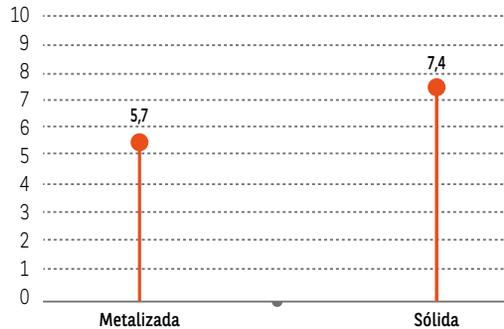
C. Pintura

Aunque la pintura sólida o 'normal' es la más utilizada en los vehículos de empresa de nuestro país, con una cuota del 61,4%, la metalizada gana posiciones con respecto al año pasado (+3,4%), hasta representar el 38,6% del parque en este canal.



Fuente: CVO

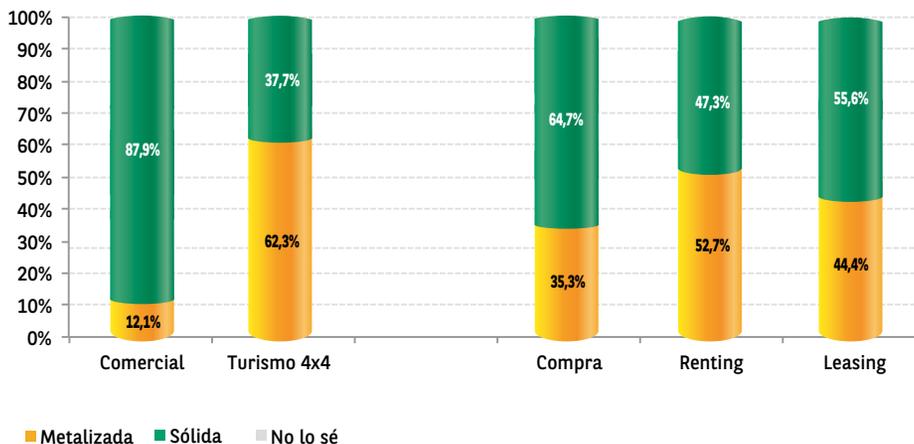
Con respecto a la edad media de los vehículos de una y otra opción, la pintura metalizada es la más utilizada entre los modelos más jóvenes (5,7 años), mientras la sólida (normal) sigue siendo más común entre los más veteranos (7,4 años).



Fuente: CVO

Según el **tipo de vehículo**, entre los turismos y 4x4 es más común la pintura metalizada (62,3%) que la sólida (37,7%), mientras que en los comerciales, al importar menos los criterios estéticos, se da la tendencia opuesta, con una preponderancia de la pintura normal (87,9%) sobre la metalizada (12,1%).

De acuerdo al método de financiación, los coches de **renting** presentan pintura metalizada en más de la mitad de los casos (52,7%), mientras que entre los de leasing y compra domina la sólida.

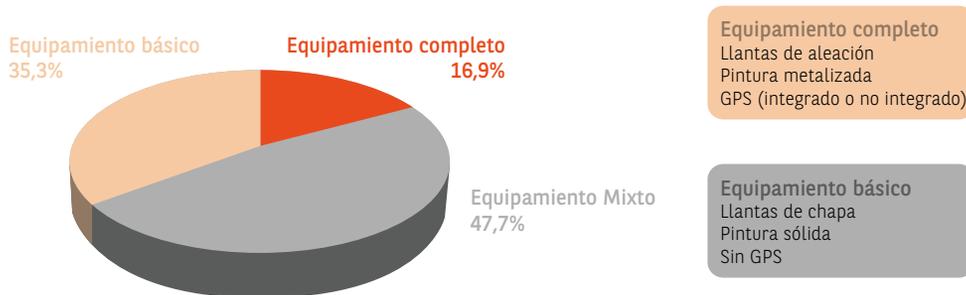


Fuente: CVO

D. Grado de Equipamiento

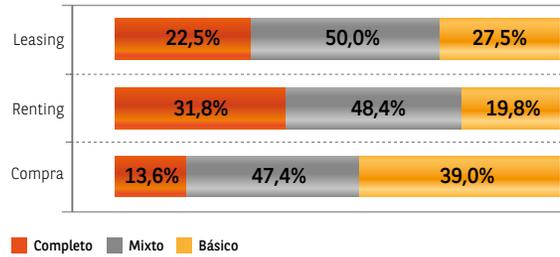
En el parque de vehículos de empresa tan sólo un 16,9% del total presenta lo que podríamos considerar como un equipamiento completo (llantas de aleación, pintura metalizada y GPS), frente al 35,3% que cuenta con el más básico (llantas de chapa, pintura sólida y sin navegador).

Casi la mitad del parque de este canal, concretamente el 47,7% del total, dispone de un equipamiento mixto en el que se combinan elementos de ambos grupos.



Fuente: CVO

En relación al método de financiación, el equipamiento completo es más común en los vehículos de renting que en los de compra o leasing. Concretamente, en el leasing es más habitual el mixto, mientras que en los coches adquiridos mediante compra el básico es el preponderante.



Fuente: CVO

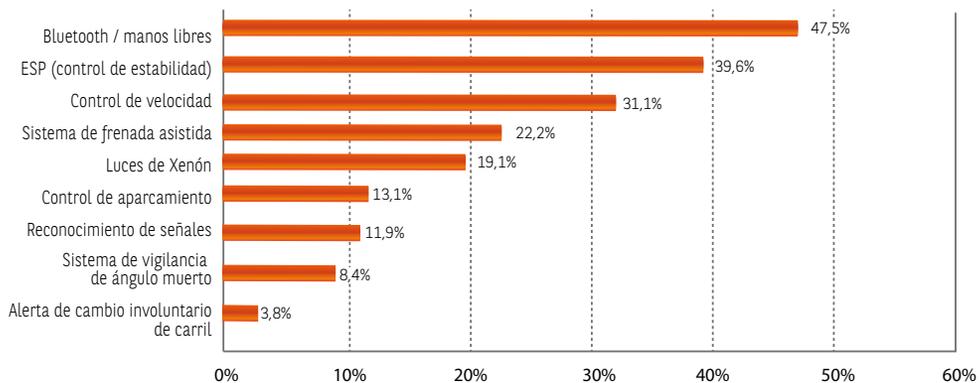


II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD

A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad

El equipamiento de seguridad más común en los vehículos de empresa es el manos libres (47,5%), por delante del control de estabilidad ESP (39,6%) y el control de velocidad (31,1%).

Tras ellos destaca el sistema de frenada asistida, que ya forma parte del 22,2% del parque de este canal. Las luces de Xenón (19,1%), el control de aparcamiento (13,1%) y el reconocimiento de señales (11,9%) también figuran entre los más representativos, mientras que sistema de vigilancia del ángulo muerto (8,4%) y la alerta de cambio involuntario de carril (3,8%) tienen una presencia menor.

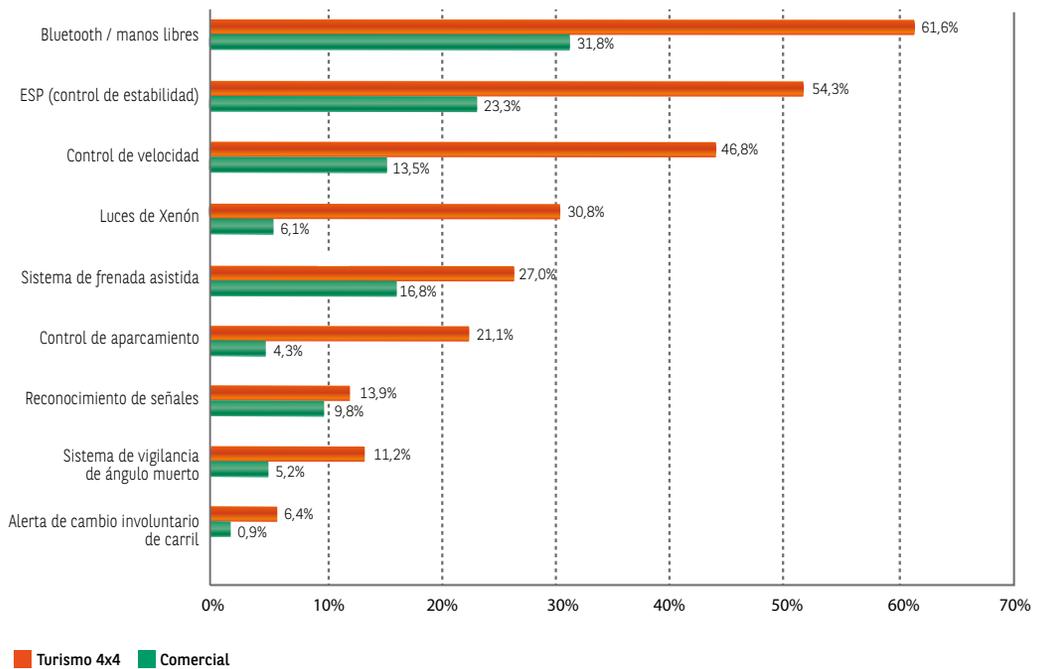


Fuente: CVO



B. Cuota de integración de los equipamientos de seguridad por tipología de vehículo

Por **tipología de vehículo**, los turismos y todoterrenos doblan en elementos de seguridad a los comerciales. De esta forma el manos libres, el equipamiento más extendido, está presente únicamente en el 31,8% de las furgonetas, frente al 61% de los utilitarios.

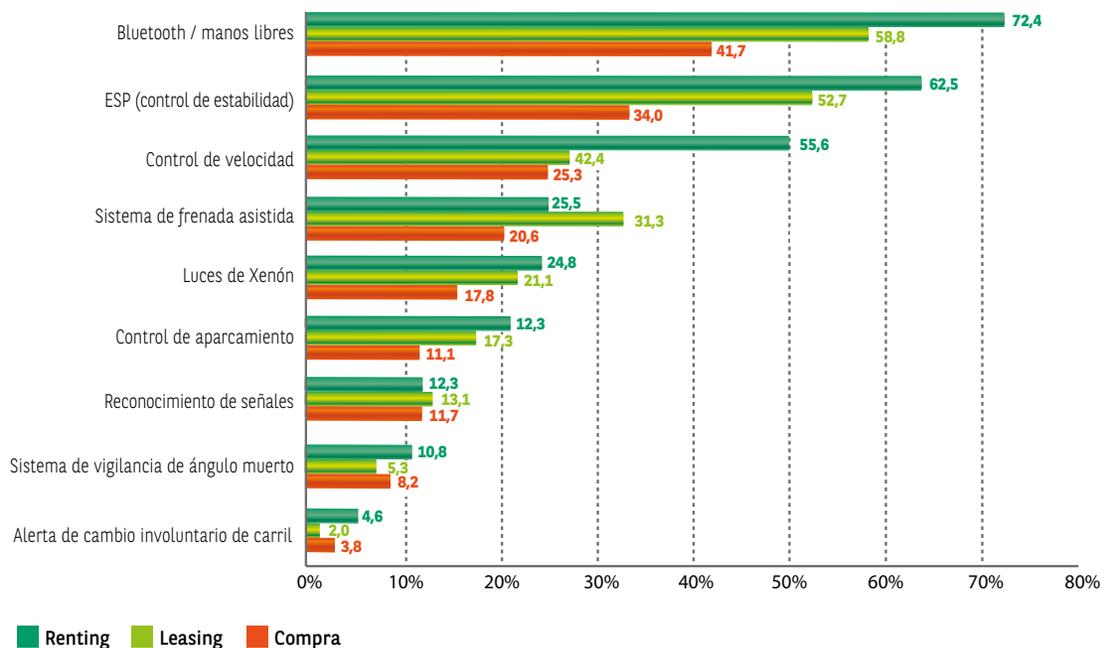


Fuente: CVO

C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad en función del método de financiación

En el caso de los vehículos financiados a través de **renting**, bluetooth -presente en un 72,4% del total-, control de estabilidad ESP (62,5%) y control de velocidad (55,6%) son los tres elementos más utilizados.

Tras estas opciones, los equipamientos más comunes son el sistema de frenada asistida (25,5%), las luces de Xenón (24,8%) y el control de aparcamiento (21,7%).



Fuente: CVO

Entre los vehículos de empresa adquiridos mediante **compra directa** el equipamiento de seguridad es sensiblemente menor que los de renting o leasing. Así, el uso del manos libres se sitúa en el 41,7%, por delante del ESP, cuya cuota es del 34%.

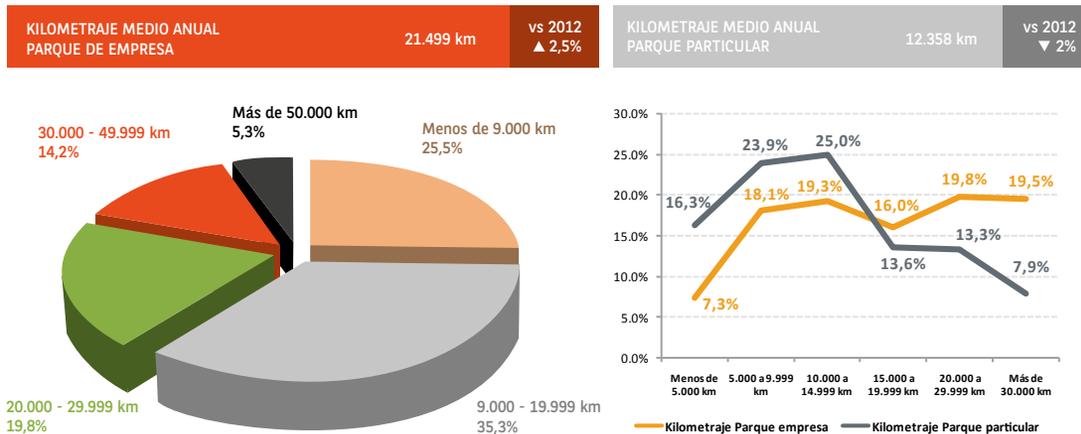
Entre los vehículos de **leasing** los equipamientos más habituales son también bluetooth (58,8%), control de estabilidad ESP (52,7%) y el control de velocidad (42,4%). A cierta distancia se sitúa la frenada asistida (31,3%) y las Luces de Xenón (21,1%).

CAPÍTULO V

Mantenimiento

I. INTRODUCCIÓN

A. Kilometraje anual

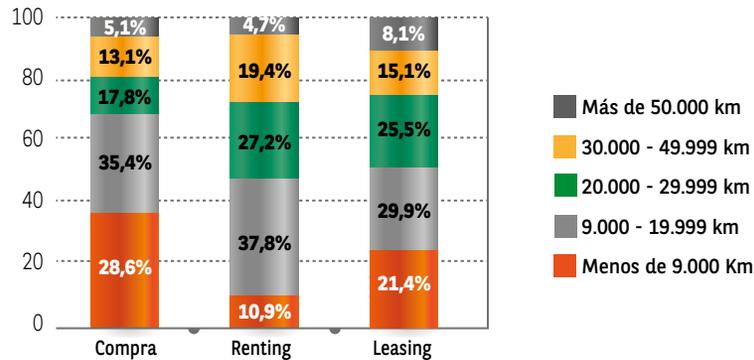


Fuente: CVO

Como consecuencia de la crisis, el **kilometraje medio anual** del vehículo de empresa creció en 2012 un 2,5%, situándose en 21.499 kilómetros, debido a que los recortes de plantilla están provocando que el trayecto que antes se repartían dos comerciales, ahora lo realiza uno solo. En cambio, en el caso de los particulares, el kilometraje anual bajó una media de 256 kilómetros, hasta los 12.358 kilómetros, ya que como medida de ahorro se mueven menos en transporte privado.

Dentro del segmento de **empresa** el tramo medio más habitual es el comprendido entre los 9.000 y los 19.900 kilómetros anuales (35,3%), lo que supone unos 9.000 kilómetros más de media al año que los particulares.

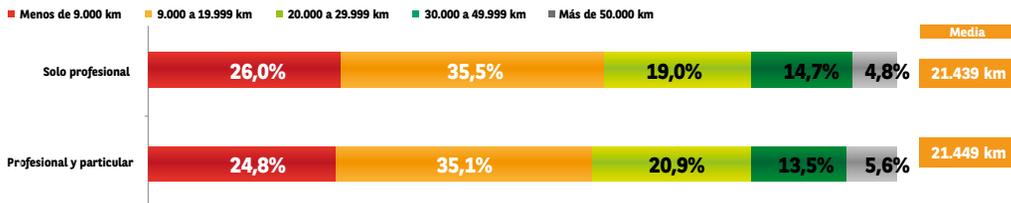
B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo



Fuente: CVO

Según el **método de financiación**, los vehículos de renting son los que recorren más kilómetros año a año (25.250 km), seguidos de los de leasing (25.043 km) y los de compra directa (20.420 km).

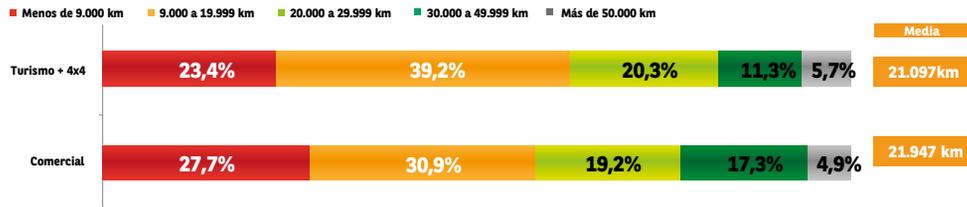
Si atendemos al **uso**, entre los coches que se emplean únicamente para fines laborales el kilometraje medio anual se sitúa en 21.439, mientras que en aquellos donde el uso profesional convive con el particular se alcanzan los 21.499 kilómetros al año.



Fuente: CVO

C. Kilometraje anual por tipo de vehículo

Si nos fijamos en el **kilometraje anual por tipo de vehículo de empresa**, los turismos y todoterrenos registran una media de 20.097 kilómetros, mientras los comerciales suman 21.947 kilómetros al año.



Fuente: CVO

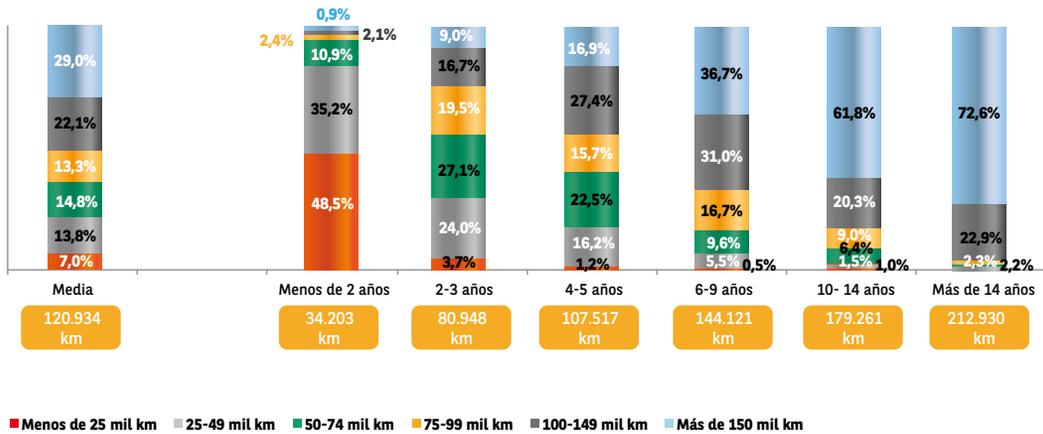
D. Kilometraje en el contador

El **kilometraje acumulado** de los vehículos de empresa en España se sitúa de media en 120.934 kilómetros, ligeramente por debajo de los 122.800 kilómetros correspondientes al parque particular.



Fuente: CVO

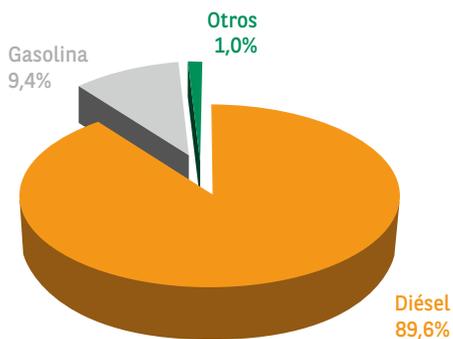
Al cruzar los datos del kilometraje según la **antigüedad del vehículo**, se observa cómo ese aumento del 4,5 en el contador total del particular se debe al envejecimiento del parque. Cerca de la mitad del circulante (46%) tiene ya más de diez años y de éstos, dos de cada tres acumulan una media cercana los 180.000 kilómetros.



Fuente: CVO

E. Tipo de motor

Si atendemos al **tipo de motorización**, el 89,6% de los vehículos de empresa son diésel, mientras que sólo un 9,4% presenta motor de gasolina. El dominio del gasóil en el parque de vehículos particulares es mucho menor: su cuota es del 60,3%, frente al 39,7% de gasolina.



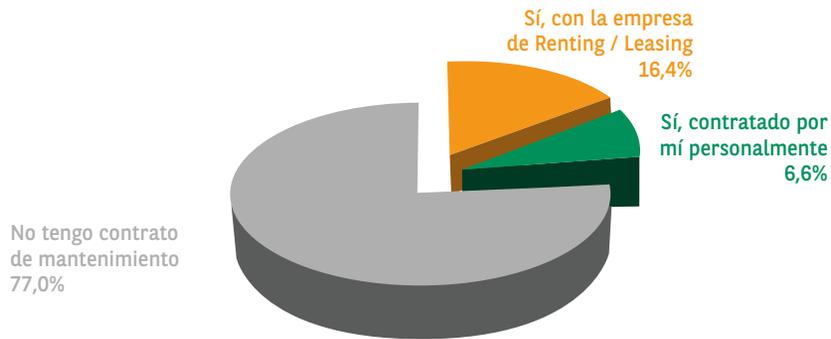
Fuente: CVO

Parque particular

Tipo de motor	%
Diésel	60,3%
Gasolina	39,7%

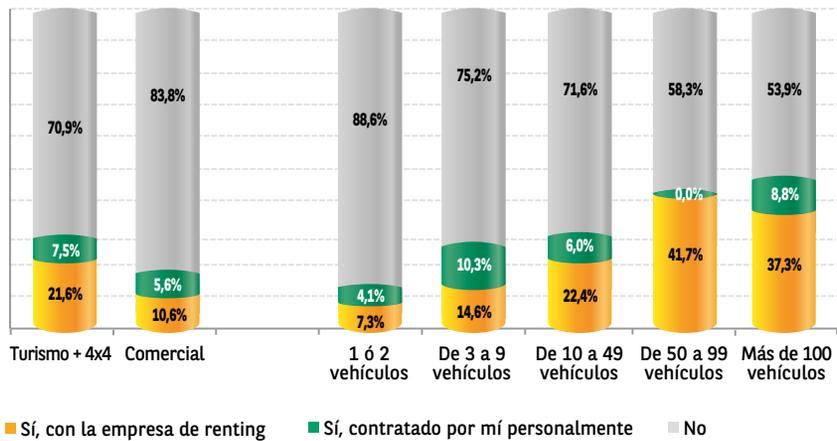
F. Contrato de mantenimiento

La mayoría de los usuarios de vehículos de empresa (77%) carece de un **contrato de mantenimiento**, frente a un 16,4% que sí lo tiene. Únicamente el 6,6% que ha optado por contratar uno por su cuenta.



Fuente: CVO

La contratación de este tipo de servicios, mucho más común para turismos y todoterrenos (21,6%) que para comerciales (10,6%), resulta más habitual entre las grandes empresas que entre las pymes.



Fuente: CVO

II. NEUMÁTICOS

A. ¿El vehículo necesitó cambiar neumáticos en 2012?

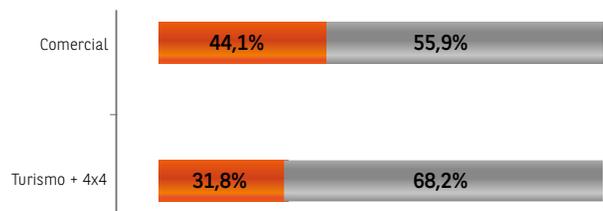


■ Sí ■ No

Fuente: CVO

Un 37,6% de los vehículos de empresa necesitó **cambiar su neumáticos** durante el pasado año, frente a un 62,4% a los que no les hizo falta.

B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipo de vehículo

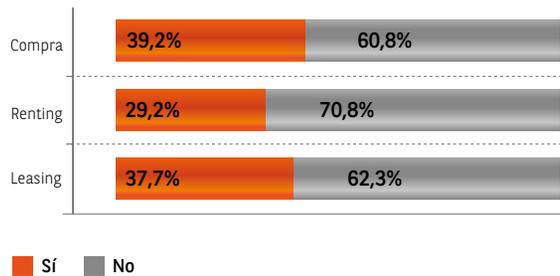


■ Sí ■ No

Fuente: CVO

Por **tipología de vehículo**, los comerciales (44,1%) necesitaron más cambios de neumáticos que los turismos (31,8%), como consecuencia de un mayor desgaste causado por la carga.

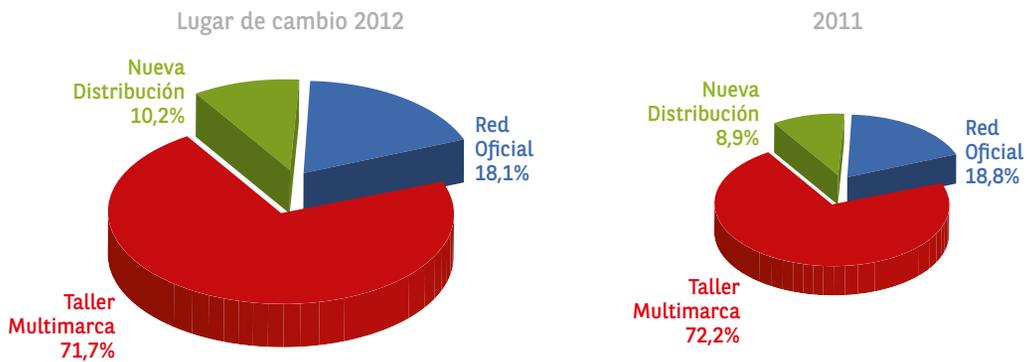
C. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación



Fuente: CVO

En relación al **método de financiación**, los coches de empresa en propiedad fueron los que registraron más entradas al taller para cambio de neumáticos en 2012 debido a que, como medida de contención de gasto, en lugar de sustituir los cuatro a la vez van dando prioridad a los que están en peor estado y sustituyendo por pares.

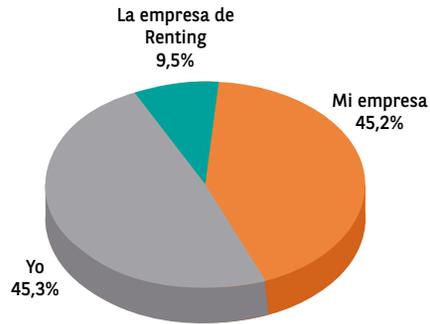
D. Lugar de reparación



Fuente: CVO

El **centro de reparación** más habitual fue el taller multimarca (71,7%), seguido de las redes oficiales (18,1%) y, a cierta distancia, los centros de nueva distribución (10,2%), que ganan más de un punto de cuota de mercado con respecto al año pasado.

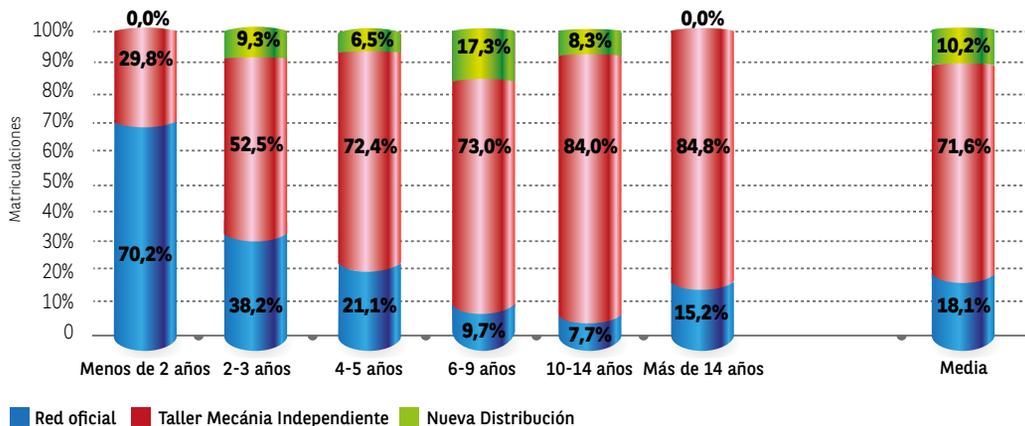
E. Decisión de la elección del taller



Fuente: CVO

La **decisión** de decantarse por un centro u otro corresponde al usuario del vehículo de empresa (45,3%) o bien a la propia empresa (45,2%). Tan solo corresponde a la compañía de renting en el 9,5% de los casos.

F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático



Fuente: CVO

Por **antigüedad del vehículo**, las redes oficiales son los que reciben los coches más jóvenes, mientras que los talleres multimarca se hacen cargo del cambio de neumáticos de los más antiguos. Concretamente, ocho de cada diez modelos de más de diez años pasa por el centro independiente. Los establecimientos de nueva distribución, por su parte, atienden principalmente a los vehículos situados en una horquilla entre los seis y los nueve años.

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

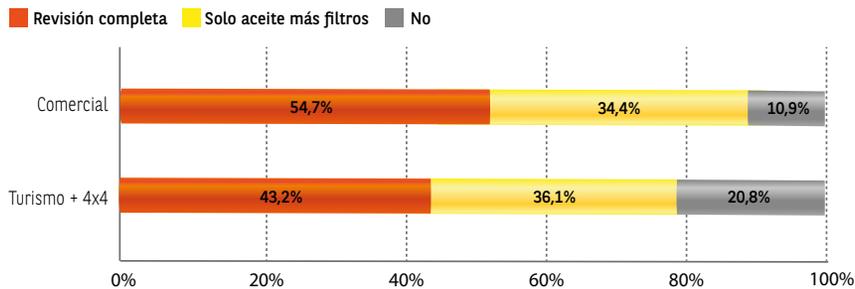
A. ¿Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2012?



Fuente: CVO

Un 48,6% de los vehículos de empresa pasaron una revisión completa en 2012, mientras que un 35,3% pasaron por el taller para mantenimientos rutinarios como el cambio de aceite y los filtros. Sólo el 16,1% no realizó ningún tipo de visita preventiva.

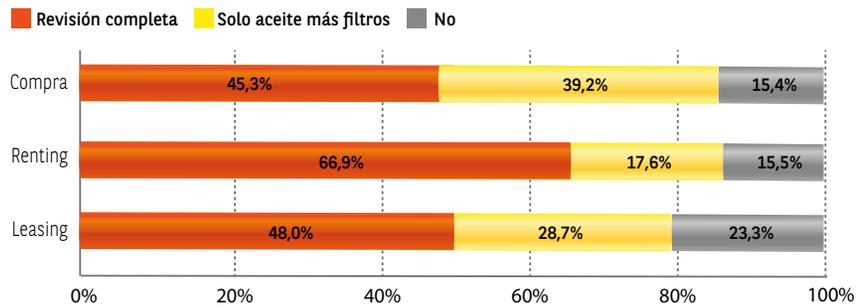
B. Por tipo de vehículo



Fuente: CVO

Por tipo de vehículo, los comerciales fueron los que más pasos por el taller realizaron el año pasado para revisiones completas (54,7% frente al 43,2% de los turismos); mientras que los utilitarios registraron más mantenimientos rutinarios (36,1% frente a 34,4% de las furgonetas).

C. Según método de financiación

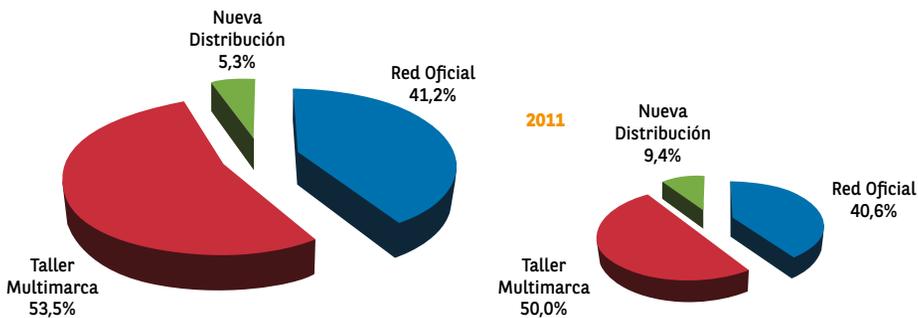


Fuente: CVO

Según el método de financiación, dos de cada tres coches de renting pasaron por el taller el año pasado para una puesta a punto completa (66,9%), frente al 48% de los adquiridos por leasing o el 45,3% de los vehículos en propiedad.

D. Lugar de reparación

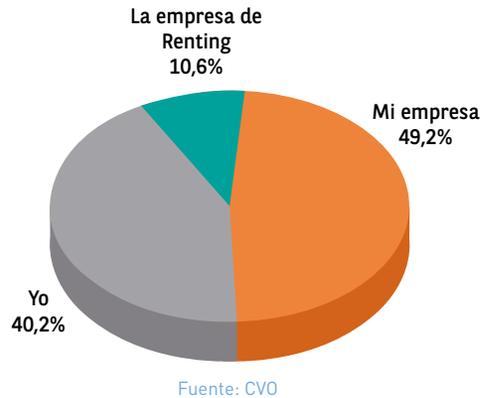
Lugar de cambio 2012



Fuente: CVO

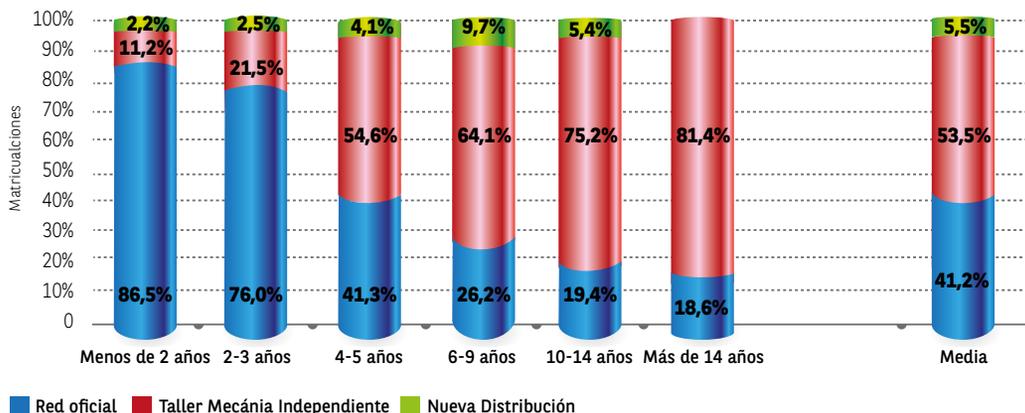
En más de la mitad de los casos (53,5%) el **lugar de reparación** al que se acudió para realizar estos mantenimientos preventivos fue un taller mecánico independiente, lo que supone una cuota de 3,5 puntos porcentuales más que el año pasado. Las redes oficiales registraron el 41,2% de las entradas de este tipo, mientras que los centros de nueva distribución sólo supusieron el 5,3%, perdiendo más de cuatro puntos porcentuales con respecto a 2011.

E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento



En términos generales, la decisión del tipo de centro en el que realizar el mantenimiento del vehículo corporativo recayó en la propia empresa (49,2%) o el conductor (40,2%) –dado que el 99% del tejido empresarial español son pymes, todavía poco acostumbradas al outsourcing–, mientras que el poder de elección de las compañías de renting se situó en el 10,6% del total.

F. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento



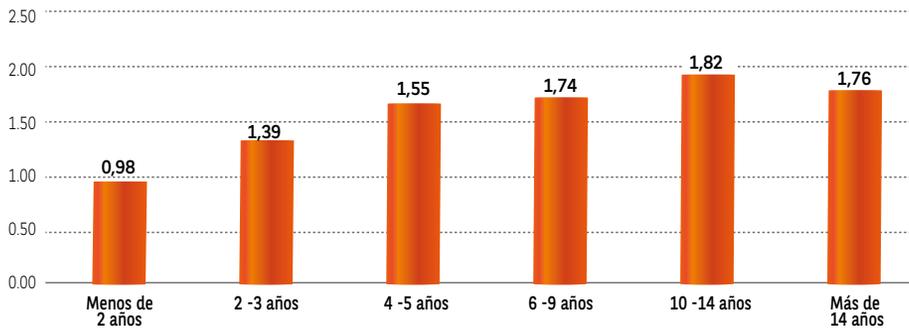
En función de la **edad**, y al igual que ocurre con el cambio de neumáticos, los vehículos de empresa que acudieron a las redes oficiales para revisiones o cambios de aceite son los más jóvenes. A medida que el coche va teniendo mayor antigüedad, va ganando peso la opción del taller multimarca.

CAPÍTULO VI

Daños y reparaciones en el vehículo de empresa

I. REPARACIONES

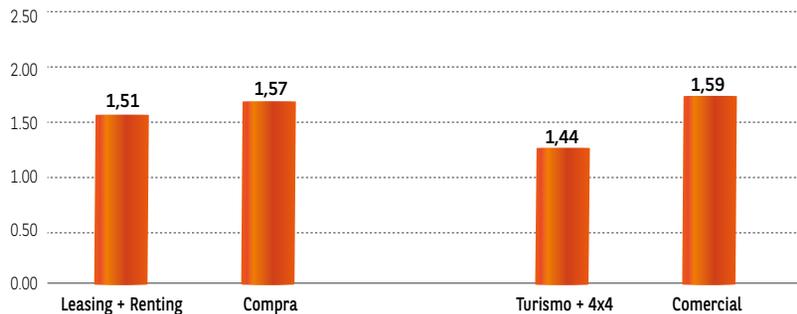
A. Entradas al taller según edad del vehículo



Fuente: CVO

La mayor frecuencia de visitas al taller se localiza entre los vehículos de entre diez y catorce años, que registran 1,8 entradas anuales, lo que supone prácticamente el doble que los coches último modelo.

B. Entradas al taller según método de financiación y el tipo de vehículo



Fuente: CVO

Atendiendo al **método de financiación**, los vehículos adquiridos mediante compra directa acuden con algo más de frecuencia al centro de mantenimiento y reparación (1,57 veces al año) que los que se encuentran en régimen de alquiler (1,51 veces al año).

Si nos fijamos en el **tipo de vehículo**, los comerciales frecuentan más el taller que los turismos y todoterrenos, como consecuencia principalmente de que realizan más kilómetros al año y por tanto sufren un mayor desgaste. Así, frente a las 1,4 entradas anuales registradas por los turismos y 4x4, los comerciales realizan casi 1,6.



Juan Antonio Sánchez Torres

Presidente de Ganvam

El vehículo de empresa, una oportunidad de oro para los talleres

La confluencia de una coyuntura económica adversa -que ha reducido las matriculaciones en un 60% desde el comienzo de la crisis- con la creciente antigüedad del parque -donde cerca de un 50% supera los diez años, lo que se traduce en menos pasos por el taller-, dibuja una caída de la actividad en el área de reparación y recambios cercana al 20% en los últimos cinco años, casi la mitad sólo en 2012.

Por si fuera poco, el sector se enfrenta a la competencia desleal de talleres clandestinos que buscan atraer negocio jugando la baza del precio, sin importarles el rigor ni la calidad de las reparaciones; actuaciones al margen de las reglas del mercado que no sólo generan unas pérdidas anuales de más de 1.000 millones de euros a la posventa en pos de la economía sumergida, sino una importante merma en la seguridad vial. Y aquí hablamos de palabras mayores.

Concretamente, los vehículos que conducimos hoy tienen ya más de un 30% de componentes tecnológicos, por lo que llevarlos a un taller que no garantice una buena diagnosis y una correcta reparación, supone toda una temeridad porque, aunque suene tremendista, nos estaremos poniendo al volante de auténticas bombas rodantes.

En un contexto como este, se hace imprescindible encontrar fórmulas que permitan redimensionar el sector -actualmente tenemos más/menos 45.000 talleres, según la fuente- y salvar la rentabilidad del negocio; fórmulas efectivas que protejan y garanticen trabajo a los jugadores que respetan las reglas que marca el mercado.

Sin duda una buena oportunidad para aumentar la rentabilidad de la posventa la encontramos en el vehículo de empresa, más joven, menos rodado y mucho mejor cuidado y mantenido que uno privado. Concretamente, dentro de los vehículos de empresa, sólo las flotas de renting representan más del 35%, lo que nos da una idea del impacto que puede tener este mercado, ya que garantiza un volumen fijo de negocio sin apenas impagos para nuestros talleres.

No olvidemos que en el caso del renting, el operador se hará cargo de la reparación del coche de empresa, por lo que el riesgo de que el vehículo quede abandonado en el taller -un mal endémico que afecta sobre todo a los vehículos más veteranos- porque no se puede hacer frente a la factura queda completamente eliminado. Sin ir más lejos, el año pasado esta mala práctica generó unas pérdidas de tres millones de euros anuales a los negocios de posventa, que difícilmente podrán cobrar la factura de la reparación.



Sin tecnología, no hay nuevo negocio

Pero, "¿cómo atraigo a los coches de empresa a mi negocio?" se preguntarán los talleres. Desde luego, como no existen fórmulas milagrosas, deben afrontar una serie de cambios que contribuirán a dar una prestación en línea con lo que las empresas en general y compañías de renting en particular esperan de un adecuado servicio posventa; un servicio donde la calidad está por encima del precio, no en vano se juegan su prestigio ante sus clientes.

De esta forma, lo más importante es "tecnologizarse"; no pueden quedarse atrás en este sentido porque estamos ya en otra era y aunque estamos en un momento donde obtener recursos para invertir es complicado, no hay duda de que se trata de una inversión rentable.

Es más, los que utilicen tecnología serán los que mejor soporten la crisis. De hecho, las cifras ponen de manifiesto que si la caída de la actividad en términos globales ha sido de un 20% en los últimos cinco años, los centros de reparación más tecnológicos, "únicamente" han perdido el 12% de su volumen de negocio. Las cifras hablan por sí solas.

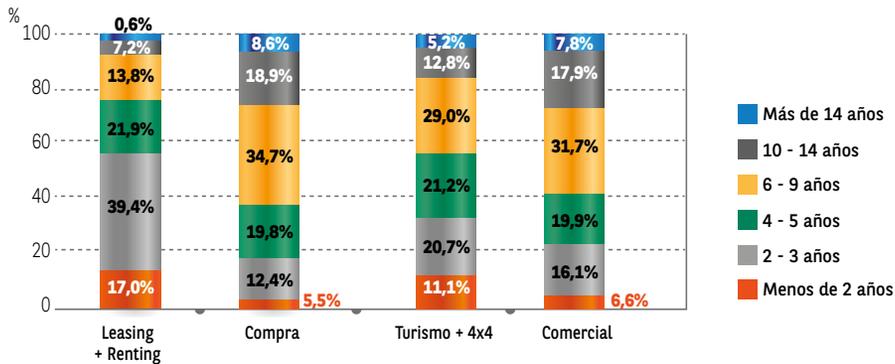
En este proceso de modernización, no hablamos únicamente de equipos de diagnóstico, sino de un concepto más amplio que implica la automatización de los procesos para que taller y empresa u operador de renting estén

perfectamente coordinados: posibilidad de cita previa online, prediagnóstico en remoto, aviso automático de entrega del coche, verificación del estado de la reparación en tiempo real, vehículo de sustitución inmediata...

Con esta diferenciación, los talleres, grandes y pequeños, estarán en disposición de atraer hacia su negocio la flota de cualquier empresa porque, sencillamente, garantizarán un servicio impecable. Hagamos de la crisis una oportunidad.



C. Entradas al taller según edad y método de financiación

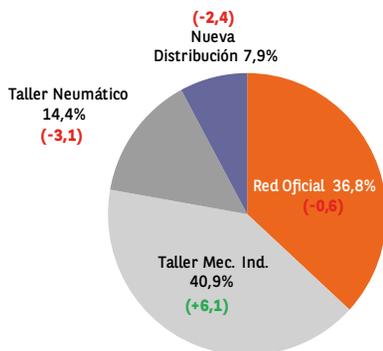


Fuente: CVO

El cruce de datos de la **antigüedad del vehículo con el método de financiación** revela que entre los coches en propiedad los que más veces acuden al taller mecánico son los que tienen entre seis y nueve años. En cambio, entre los vehículos en alquiler, la mayor frecuencia de visitas se registra entre los de dos y tres años.

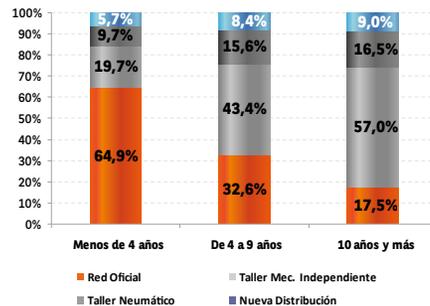
En cuanto al tipo de vehículo, tanto en turismos como en comerciales son los coches de entre seis y nueve años los que pasan por el taller con más frecuencia, dado que ya comienzan a necesitar mantenimientos más periódicos y sustitución de piezas por desgaste.

D. Lugar de realización de la reparación



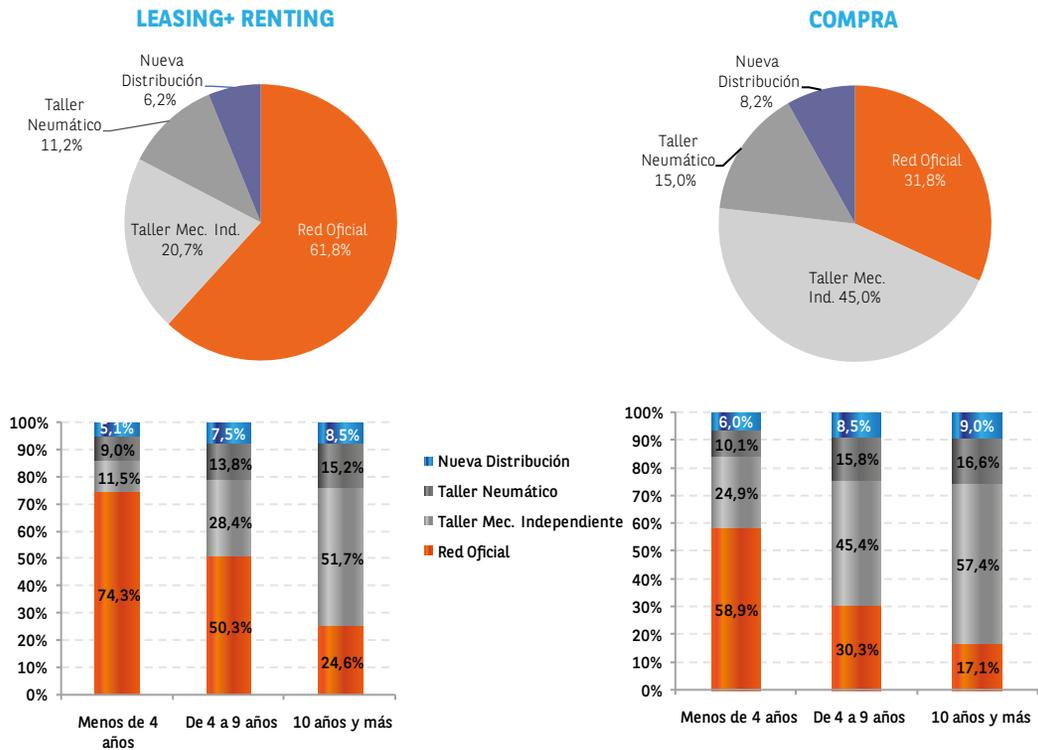
() Entre paréntesis diferencia respecto al año 2012

Fuente: CVO



En función del **lugar de reparación**, el taller independiente se alza como el canal más representativo, con el 40,9% de las entradas, seguido de la red oficial (36,8%). Atendiendo a la antigüedad del vehículo, los oficiales absorben el 65% de las reparaciones de los coches de menos de cuatro años, mientras que los mecánicos independientes les toman el relevo precisamente, con los modelos de cuatro años en adelante.

E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación

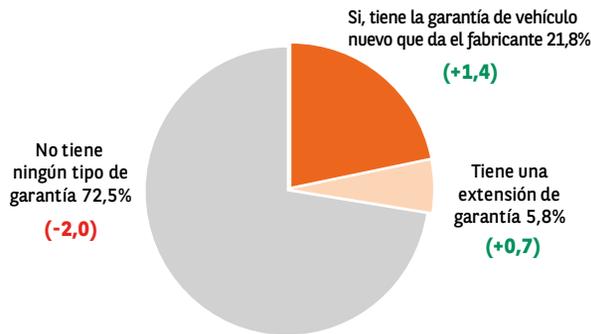


Fuente: CVO

Los vehículos de renting o leasing acuden mayoritariamente a los talleres oficiales (61,8%); mientras que los coches en propiedad se decantan en general por centros independientes (45%). No obstante, si profundizamos en la antigüedad del coche, con independencia del método de financiación elegido a la hora de adquirirlo, los automovilistas con vehículos menores de cuatro años prefieren la red oficial.

II. GARANTÍA

A. ¿Está su vehículo en garantía?



Parque particular

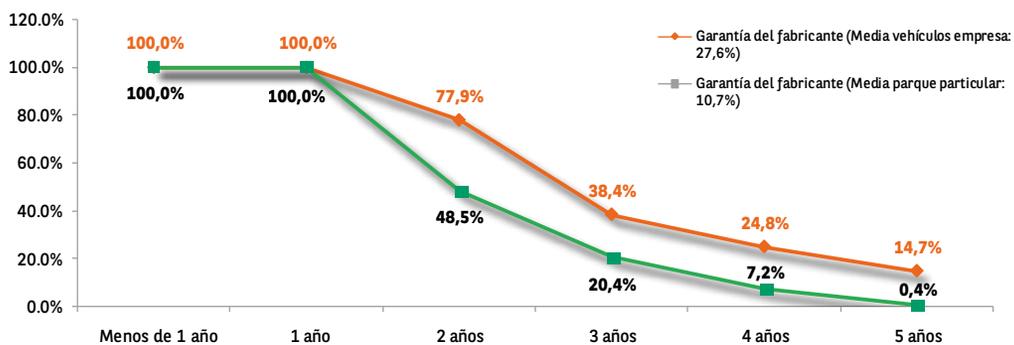
¿Su vehículo está en garantía?	%
Si, tiene la garantía de coche nuevo que da el fabricante	7,0%
Tiene una extensión de garantía	3,7%
No tiene ningún tipo de garantía	89,3%

(I) Entre paréntesis diferencia respecto al año 2012

Fuente: CVO

El 21,8% de los coches que integran el parque de empresas cuentan con la garantía de reparación y mantenimiento del fabricante; porcentaje que se reduce al 7% entre los particulares. La extensión de esta garantía únicamente se registra en el 5,8% de los coches de empresa y alrededor del 3,7% de los particulares.

B. Garantía en función de la edad del vehículo

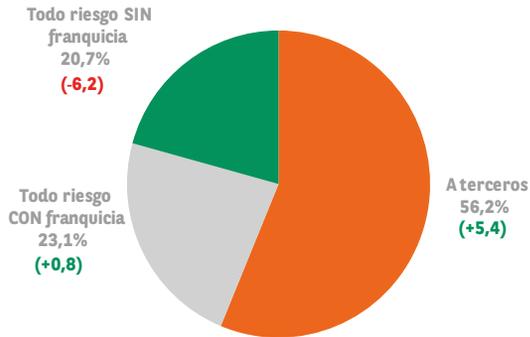


Fuente: CVO

Atendiendo a la antigüedad del vehículo, la totalidad de los coches de hasta un año de edad están en garantía. En el caso de los de dos años, este porcentaje se reduce hasta el 77,9% en los de empresa y el 48,5% en los particulares. Siguiendo esta tendencia, a medida que va aumentando la edad va disminuyendo la representación de los coches cuyas reparaciones están a cargo del fabricante. Concretamente en los de cinco años, únicamente ya el 14,7% de los corporativos cuentan con ella, frente al 0,4% de los particulares.

III. SEGURO

A. Tipo de seguro



Parque particular

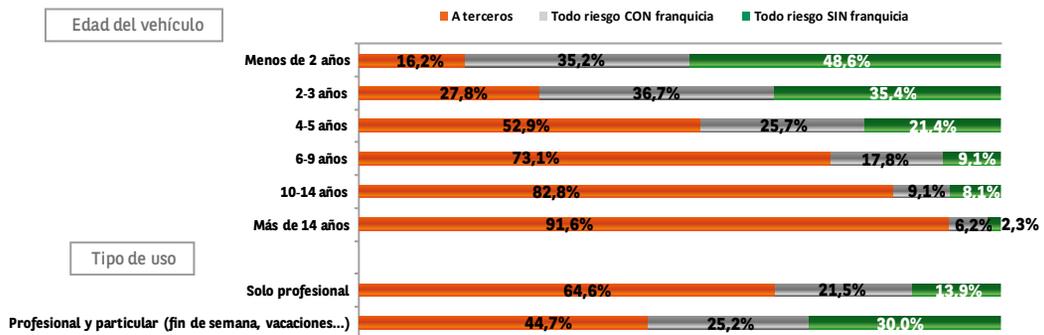
Tipo de seguro	%	vs 2012
A terceros	70,5%	+3,7
Todo riesgo SIN franquicia	15,8%	-1,6
Todo riesgo CON franquicia	13,7%	-2,1

() Entre paréntesis diferencia respecto al año 2012
Fuente: CVO

En relación al **tipo de seguro**, dentro del parque de **empresa**, más de la mitad de los vehículos circulan con seguro de daños a terceros (56,2%). La cobertura a todo riesgo sin franquicia representa el 20,7% del total, mientras que las pólizas con franquicia se localizan en el 23,1%.

Dentro del parque de **particulares**, el seguro a terceros es más representativo que en el de empresas, suponiendo el 70,5%. El todo riesgo sin franquicia se localiza en el 15,8% de los vehículos, frente a los 13,7% de los que carecen de franquicia.

B. Tipo de seguro en función de edad y uso del vehículo

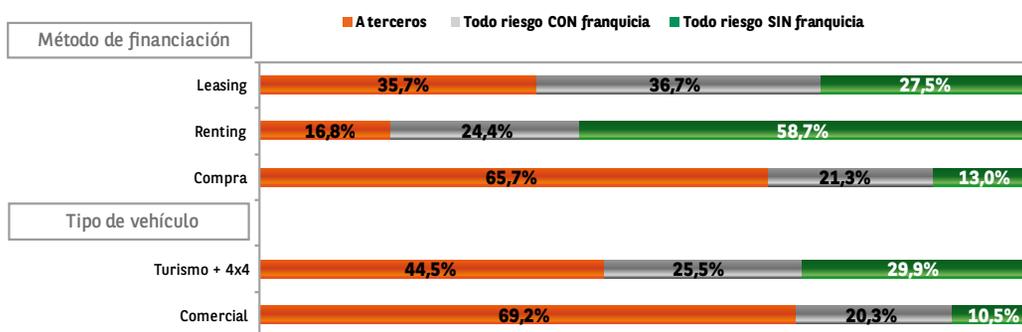


Fuente: CVO

El seguro a terceros es más habitual en los coches que se utilizan exclusivamente en el ámbito laboral (64,6%), mientras que el todo riesgo se localiza, en su mayoría, en aquellos vehículos que también se emplean como coche particular para los desplazamientos durante las vacaciones o los fines de semana (55,2%).

Por otro lado, a mayor antigüedad del vehículo, menor cobertura. Sólo un 16,2% de los coches último modelo presentan seguro a terceros; porcentaje que va ascendiendo progresivamente hasta alcanzar más del 80% entre los de más de diez años.

C. Tipo de seguro según el método de financiación y por tipología de vehículo.



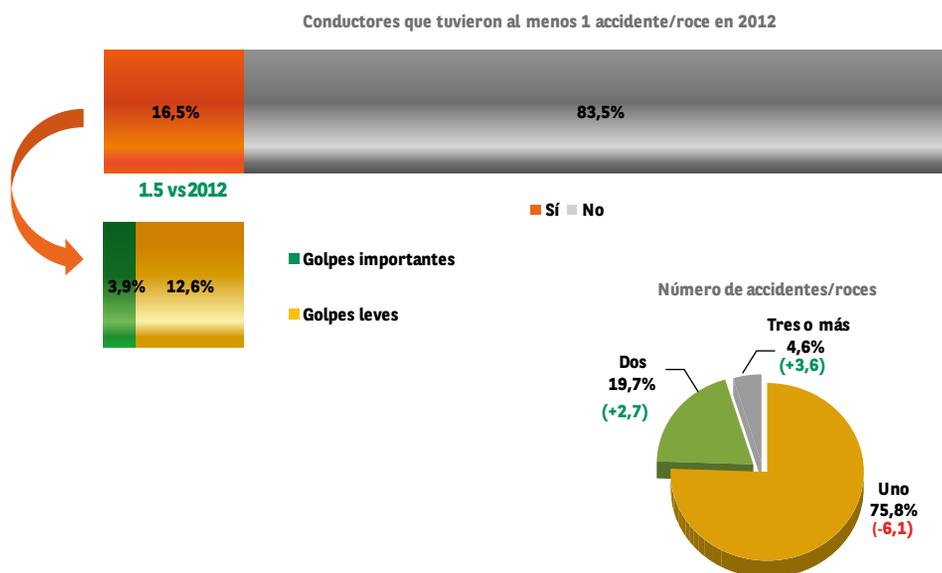
Fuente: CVO

Atendiendo al método de financiación, más del 83% de los vehículos de renting cuentan con un seguro a todo riesgo, ya sea con o sin franquicia. En los coches de empresa en propiedad domina la cobertura a terceros (65,7%).

Por tipo de vehículo, mientras turismos y todoterrenos suelen asegurarse mayoritariamente a todo riesgo (55,4%), en los comerciales es más habitual el seguro a terceros (69,2%).



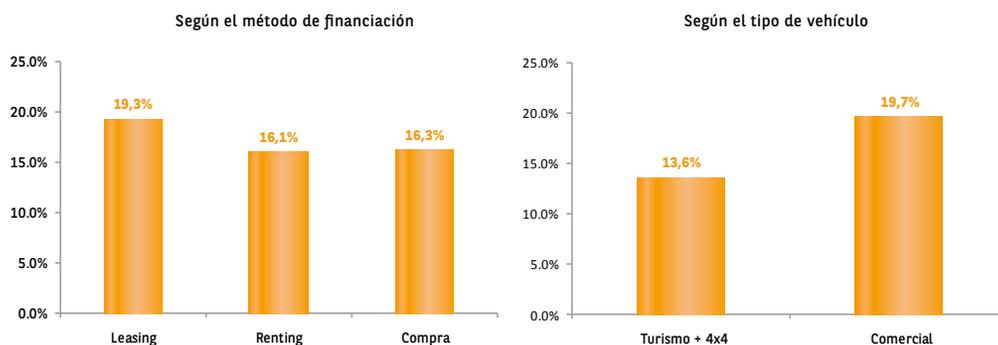
D. Tipo de Accidentes



() Entre paréntesis diferencia respecto al año 2012
Fuente: CVO

Sólo un 16,5% de los conductores tuvo algún accidente en el último año, siendo los golpes leves (12,6%) los más habituales. Tan sólo un 3,9% de los conductores tuvieron algún siniestro de gravedad.

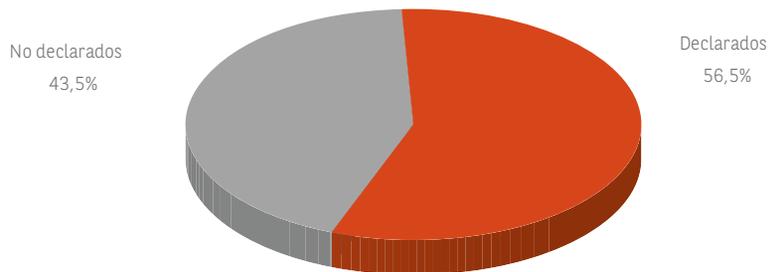
E. Tasa de accidentes según el método de financiación y según el tipo de vehículo



Fuente: CVO

Los accidentes son más habituales en los vehículos comerciales que en los turismos o todoterreno, debido a que ruedan más. Es también llamativa la tasa de accidentes de los coches de leasing (19,3%), tres puntos superior a la de los de renting y compra.

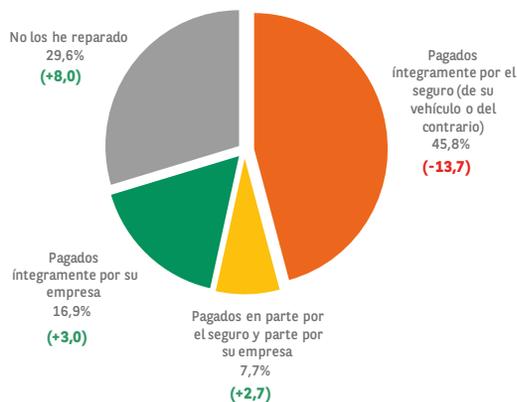
F. Accidentes declarados al seguro



Fuente: CVO

El 43,5% de los accidentes o roces sufridos por los coches de empresa no se declaran al seguro, principalmente, para no sobrepasar un determinado número de partes anuales.

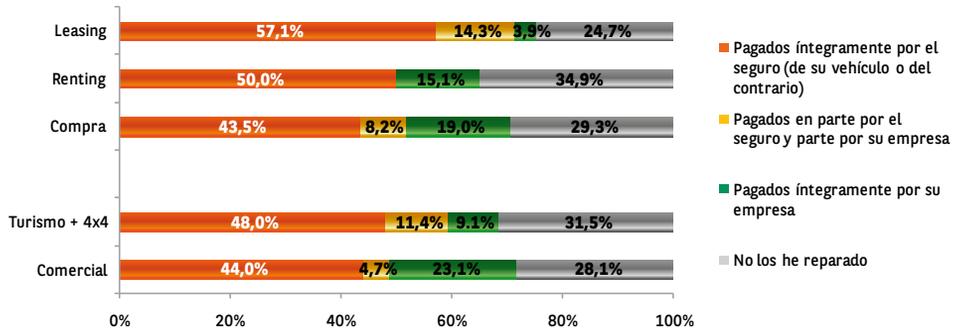
G. ¿Quién paga los daños del vehículo?



Fuente: CVO

Generalmente suele ser el seguro quien asume el coste de la reparación de los vehículos (45,8%) tras un siniestro, aunque también es llamativo que en casi el 30% de los casos el conductor prefiera no repararlo, lo que supone un incremento de ocho puntos con respecto al año pasado.

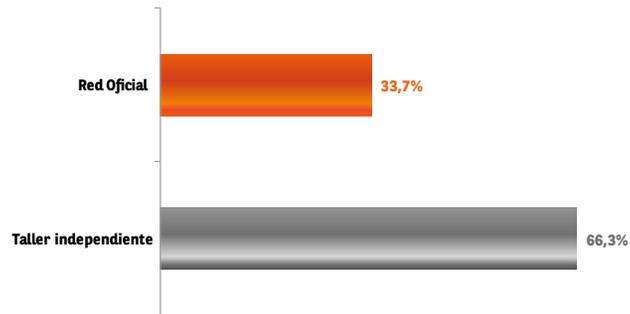
Según el método de financiación y tipo de vehículo



Fuente: CVO

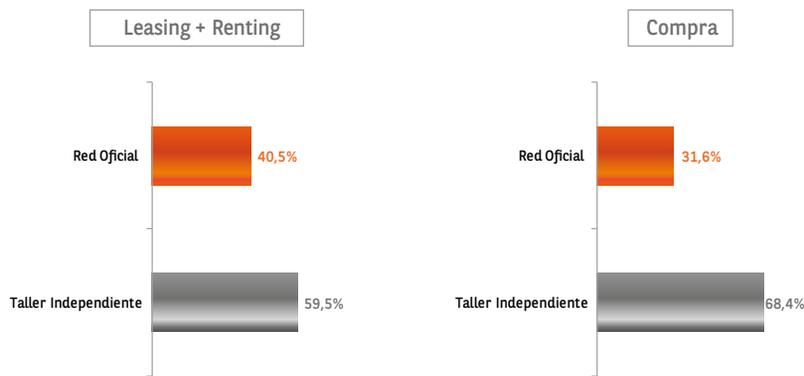
Curiosamente, el porcentaje de golpes que se dejan sin reparar es mayor en los coches de renting (34,9%) que en los de compra (29,3%) o leasing (24,7%).

H. Lugar de reparación de los daños



Fuente: CVO

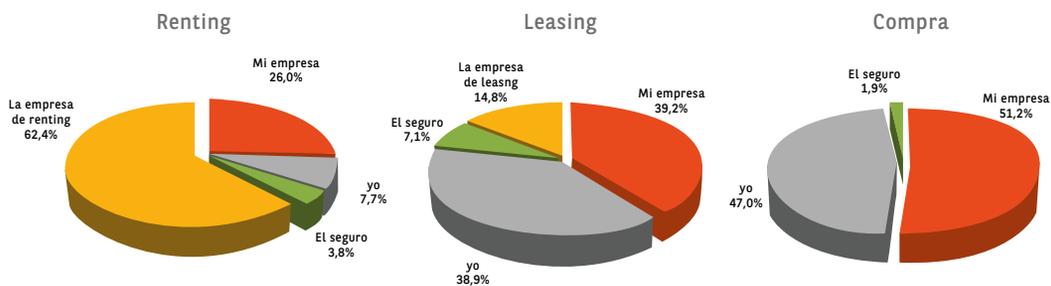
Dos de cada tres reparaciones tras un siniestro se realizan en talleres independientes (66,3%), mientras que las redes oficiales absorben el 33,7% de las operaciones.



Fuente: CVO

En relación al método de financiación, se observa una clara diferencia de comportamiento entre los coches en alquiler y los de compra. Los coches de renting y leasing optan en mayor medida por las redes oficiales (40,5%) que los propios (31,6%).

I. ¿Quién elije el lugar de reparación?



Fuente: CVO

La responsabilidad sobre **la elección del taller** tras un accidente varía en función de la fórmula de financiación. De esta forma, en el caso de los vehículos de renting es el operador quien decide (62,4% de los casos), mientras que en los de compra y leasing es la propia empresa.

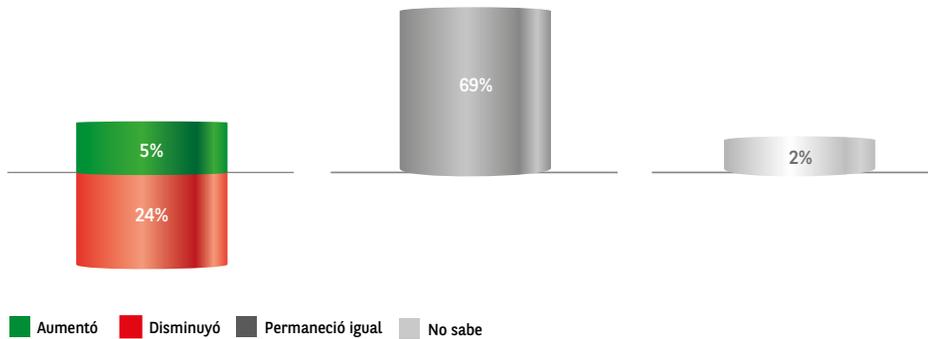
CAPÍTULO VII

Barómetro CVO

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. La flota se mantiene estable

% de empresas que dicen que en 2012 su flota...



Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%

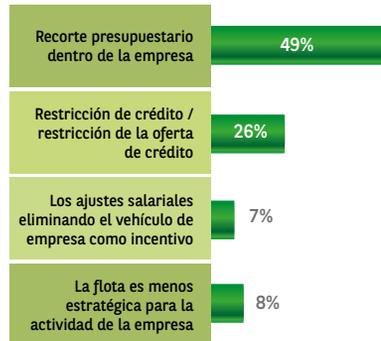
Fuente: Barómetro CVO 2013

En el contexto de incertidumbre en el que nos encontramos, las compañías españolas están siendo extremadamente prudentes en sus inversiones, retrasando cualquier decisión hasta no tener una visión de futuro más clara. De hecho, casi siete de cada diez mantuvieron estable el tamaño de su flota en 2012.



B. Recortes en el presupuesto, principal razón para “congelar” la flota

% que piensa que el factor más importante que impide el crecimiento de la flota es...

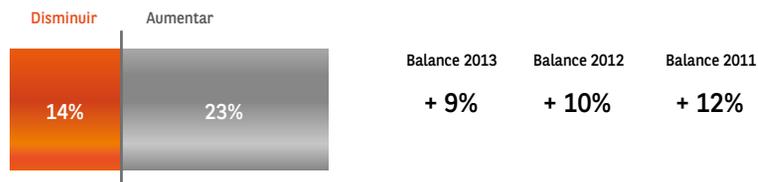


Base: Las empresas que consideran que su flota disminuye o sigue siendo la misma que el año pasado, con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2013

Precisamente, los recortes presupuestarios son la principal razón que esgrimen las compañías para no aumentar flota (49%); las dificultades de acceso a la financiación (26%) y, a cierta distancia, los ajustes salariales (7%) que eliminan el coche como incentivo, completan los factores que impiden este año la inversión en vehículos de empresa.

C. Se mantiene la presión sobre los costes

% que opina que este año la presión sobre los costes en las flotas va a...

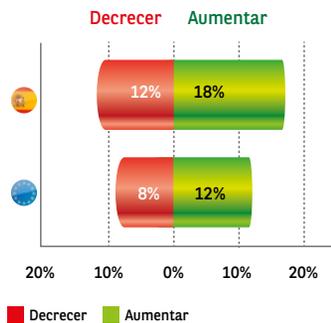


Balance: La presión del coste aumentará - La presión del coste disminuirá
Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%
Fuente: Barómetro CVO 2013

Como consecuencia de esta prudencia en la toma de decisiones por falta de presupuesto suficiente, las compañías españolas estiman que este año se mantendrá la presión sobre los costes de la flota, aunque descenderá ligeramente con respecto al pasado ejercicio. De hecho, crecerá del orden del 9% en 2013, lo que supone un punto menos que el año pasado.

D. La flota crecerá en los próximos tres años

% que opina que el número total de vehículos de su compañía va a...



Potencial de crecimiento de la flota en los próximos tres años

Balance

	2013	2012	2011	2010
España	6%	-2%	15%	8%
Europa	4%	4%	10%	10%

Balance = Flota aumenta - Flota decrece

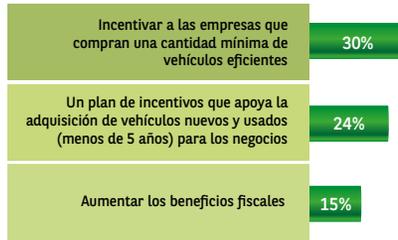
Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%

Fuente: Barómetro CVO 2013

No será hasta el horizonte 2015 cuando las compañías españolas se planteen aumentar el tamaño de sus flotas. Concretamente prevén un incremento del orden del 6% en los próximos tres años, en contraste con el descenso del 2% que predecían en 2012. Las empresas europeas mantienen su nivel de optimismo con respecto al año pasado y continúan augurando un aumento del 4%.

E. Apoyo público para aumentar el tamaño de la flota

% que opina que la medida más eficaz para impulsar el mercado sería...



Base: Empresas que utilizan el renting, con vehículos corporativos

Fuente: Barómetro CVO 2013

Las compañías españolas echan en falta más apoyo del Gobierno al coche de empresa. En este sentido, consideran que si hubiera incentivos a la adquisición de un número mínimo de modelos eficientes (30%), el parque corporativo aumentaría en mayor medida. La puesta en marcha de un plan de ayudas a empresas para la compra de nuevos o usados de hasta cinco años (24%) o el aumento de los beneficios fiscales (15%) para los usuarios de estos vehículos también se contemplan como medidas eficaces para contribuir al crecimiento de la flota.





Iñigo de la Serna

Presidente de la FEMP

Recuperar las ciudades para los ciudadanos

Más de un 75% de la población europea vive en ciudades, que son fundamentales para el desarrollo económico y el empleo. Las ciudades necesitan sistemas de transporte eficaces y eficientes en apoyo de su economía y del bienestar de sus habitantes.

Los gobiernos locales españoles, en este siglo XXI, han intensificado sus actuaciones para abandonar el modelo de ciudad dispersa, en la cual los usos y actividades se encuentran desperdigados y lejanos entre sí, obligando a los ciudadanos a invertir mayor tiempo y esfuerzo en su movilidad cotidiana, lo que genera una mayor dependencia de los medios motorizados de transporte, con unos costes económicos que crecen de forma exponencial y ponen en evidencia la insostenibilidad del sistema.

El reto que se plantea en todas las ciudades europeas, y no solo en las españolas, es la necesidad de tender hacia una movilidad más sostenible, saludable y segura.

Alcanzar un nuevo modelo de movilidad en nuestras ciudades exige superar la dependencia del automóvil y recuperar las ciudades para los ciudadanos. Se requiere la transferencia modal hacia modos de desplazamiento más respetuosos con el medio ambiente y una logística del transporte de mercancías más eficaz. Un transporte público favorable y asequible para todos es de vital importancia para animar a los ciudadanos a tener una menor dependencia del vehículo privado.

En el ámbito europeo, el transporte público urbano, como transporte sostenible, está siendo impulsado por las autoridades europeas como instrumento para contribuir a la mejora de la calidad del aire en las ciudades y la reducción del consumo energético.

Esta preocupación de las autoridades europeas se sustenta en los datos disponibles de calidad del aire que respiramos, el consumo de energía y de suelo, factores nada despreciables, contribuyendo el transporte público urbano a mejorar la gravedad de estos problemas.



Los gobiernos locales españoles están liderando este proceso de transformación hacia una movilidad urbana esencialmente más sostenible. En muchos casos, estas iniciativas están siendo implementadas bajo el paraguas del concepto Smart City. Los municipios están apostando por el uso de las nuevas tecnologías tanto para ofrecer información al instante a los ciudadanos sobre aspectos como conexiones, tiempos de llegada del transporte público, localización de puntos de recarga para vehículos eléctricos; así como para disponer la propia Corporación de información instantánea a través de la que poder planificar el tráfico y reducir la formación de atascos, entre otras cuestiones.

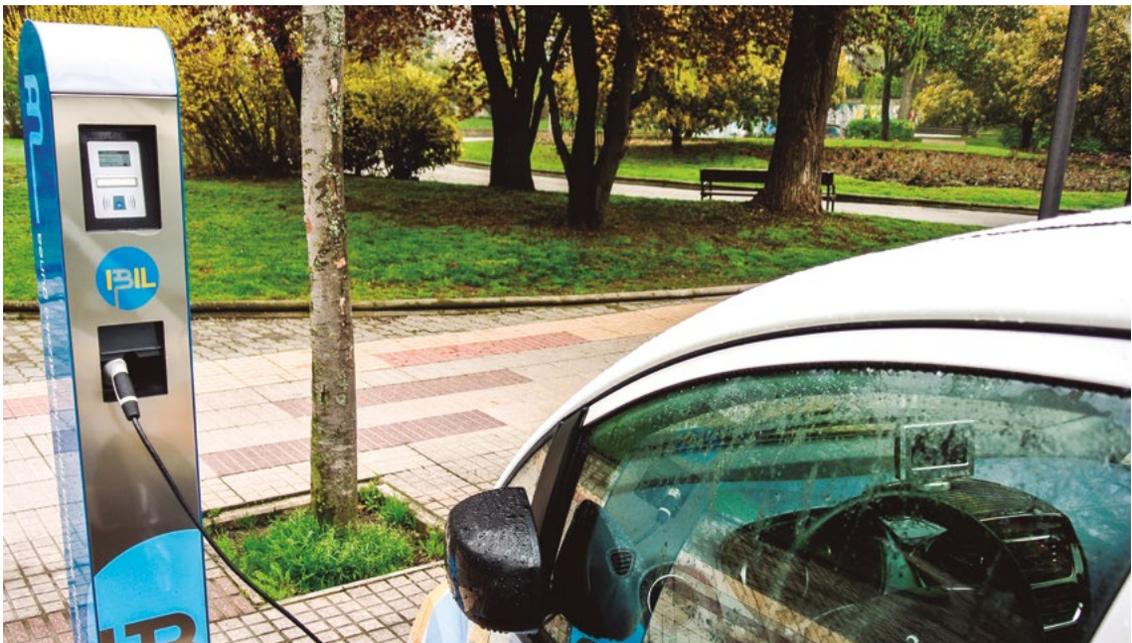
Están invirtiendo, además, en infraestructuras del transporte creando intercambiadores, más kilómetros de carril-bus e incorporando la priorización semafórica. Además, se sigue invirtiendo en autobuses menos contaminantes y en la utilización de combustibles más ecológicos, junto con la mejora en la calidad del servicio al aumentar la velocidad comercial, la frecuencia y la puntualidad.

Respecto al fomento de la marcha a pie, se ha continuado con la peatonalización de las ciudades, la creación de los itinerarios peatonales y el fomento de los caminos escolares.

La intensificación del uso de la bicicleta en el medio urbano ha sido fomentada por la existencia de los sistemas públicos de alquiler de bicicletas, la creación de carriles bici y el establecimiento de estacionamientos para bicicletas.

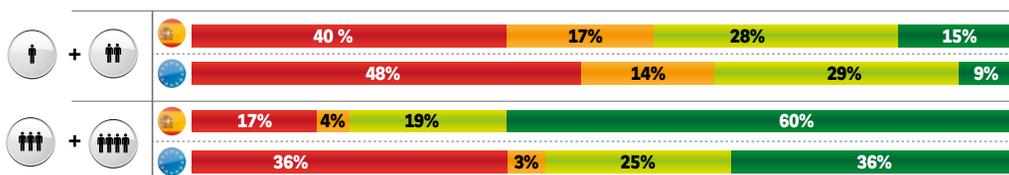
Entre otras actuaciones, finalmente, destaca la utilización por los gobiernos locales del estacionamiento regulado y con horario limitado, junto a los estacionamientos disuasorios, que intentan incrementar el uso de los modos de transporte más sostenibles.

En definitiva, los gobiernos locales europeos y en concreto los de nuestro país, están transformando el viejo modelo insostenible de movilidad basado en la utilización casi exclusiva del automóvil privado que generaba ciudades, por y para los coches, en ciudades para los ciudadanos, en las que a veces se desplazan a pie, en otras ocasiones en bicicleta, para desplazamientos más amplios en transporte público y en aquellas ocasiones en las que resulta imposible hacerlo de otra manera, en automóvil.



II. FINANCIACIÓN

A. El renting sigue siendo el método de las grandes empresas



■ Compra directa*
 ■ Crédito automoción
 ■ Leasing
 ■ Renting

*Compra Directa: Compra efectivo + crédito (diferente al crédito automoción)
No sabe y otros excluidos

Base: Empresas que utilizan el renting, con vehículos corporativos = 100%

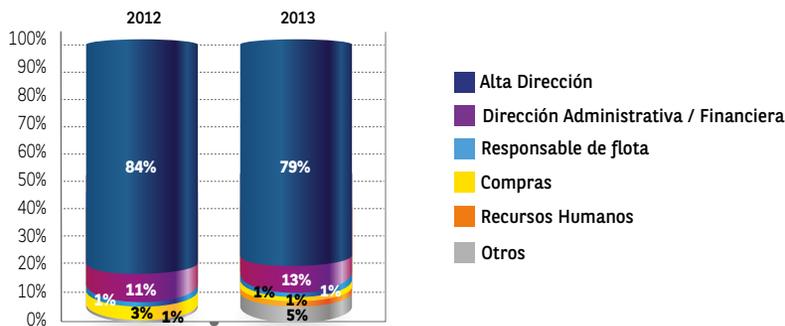
Fuente: Barómetro CVO 2013

El **renting** sigue siendo el método de financiación principal entre las grandes corporaciones (60%), mientras las pymes siguen fieles a la **compra directa** (40%). Tan sólo un 15% de los pequeños empresarios recurre al alquiler a largo plazo.



III. POLÍTICA DE FLOTA

A. Las flotas, en manos de la alta dirección

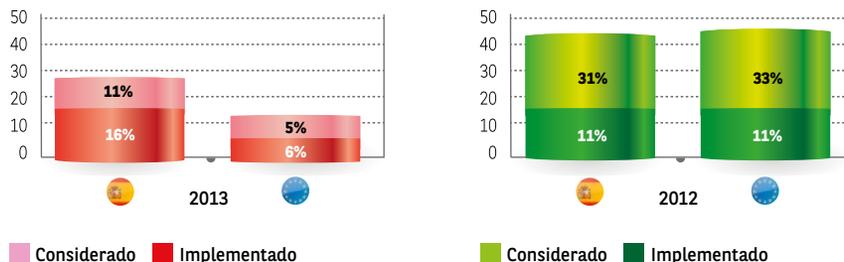


Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%
Fuente: Barómetro CVO 2013

La alta dirección sigue haciéndose cargo de la toma de decisiones relacionadas con la flota (79%), aunque en menor medida que el año pasado (84%). Al mantener una política “conservadora”, se permiten un cierto margen para delegar, aunque eso sí, en sus mandos financieros, señal inequívoca de la importancia de este capítulo en el peso total del presupuesto y del gasto global de la compañía.

B. Conducción compartida para reducir los gastos de la flota

% que considera reemplazar vehículos individuales por un derecho de uso de un vehículo compartido mediante reserva

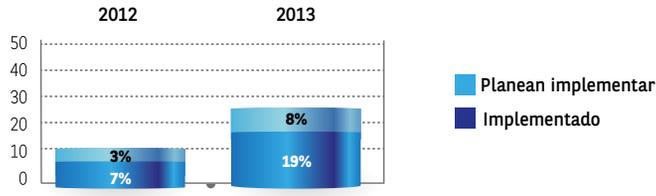


Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%
Fuente: Barómetro CVO 2013

Precisamente por representar uno de los gastos más gravosos en la cuenta de resultados, las compañías se esfuerzan en optimizar su flota, gestionándola de acuerdo a las necesidades reales de uso. Esto explica el fuerte impulso de la conducción compartida, que crece cinco puntos porcentuales con respecto al año pasado. De esta forma, el 16% de las compañías españolas, frente al 6% de las europeas ya cuenta con iniciativas de este tipo.

C. La telemática gana enteros

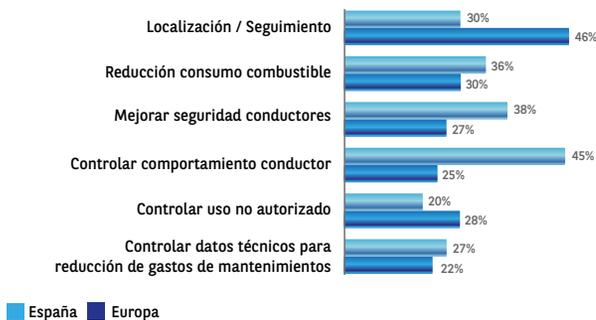
% de compañías que usan o planean implementar la telemática en los próximos 3 años



Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%
Fuente: Barómetro CVO 2013

La telemática es otra de las iniciativas que gana protagonismo como medida de control de costes de la flota. De esta forma, un 19% de las empresas españolas, frente al 7% del año pasado ya tiene implementados estos servicios. También aumenta en cinco puntos el número de compañías que se plantean ponerlos en marcha, hasta alcanzar un 8%.

Objetivos principales y secundarios del uso de la telemática



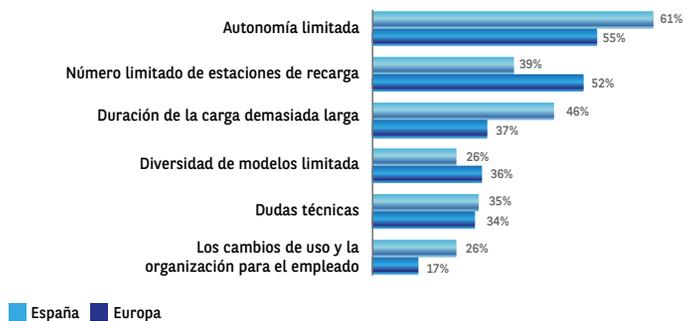
Base: Compañías usando telemática
Fuente: Barómetro CVO 2013

Teniendo en cuenta que la mitad de los gastos en materia de flotas dependen del uso que el conductor haga del vehículo, la función mayoritaria que las empresas españolas le otorgan a las soluciones telemáticas es la monitorización de las conductas al volante (45%), con el fin de depurar malas prácticas y así reducir gastos en consumo de carburante y primas de seguro.

IV. MOVILIDAD EFICIENTE

El eléctrico no acaba de encontrar su sitio

% de compañías que consideran los siguientes elementos como las principales barreras para la selección de un vehículo eléctrico



Base: Empresas con vehículos corporativos = 100%

Fuente: Barómetro CVO 2013

Son muchos los obstáculos que todavía encuentran las empresas españolas para incorporar el eléctrico en sus flotas. A la limitada autonomía, que sigue siendo la gran barrera para el 61% de las compañías, se une este año la excesiva duración del tiempo de recarga de las baterías (46%), lo que pone de manifiesto la situación de esta tecnología.

FUENTES Y METODOLOGÍA

I. Indicadores Macroeconómicos

Los indicadores macroeconómicos presentados en este informe proceden de los datos publicados por:

- El Banco de España (BE)
- El Instituto Nacional de Estadística (INE)
- IPSOS
- El Ministerio de Economía y Hacienda
- BNP Paribas

En el caso de las previsiones efectuadas por BNP Paribas, estas han sido realizadas en el mes de mayo de 2013.

II. Parque de vehículos, mercado del Vehículo Nuevo y mercado del Vehículo de Ocasión

MSI

Los datos relativos al parque automovilístico español, a las matriculaciones de vehículos nuevos y al mercado de vehículos de ocasión han sido trabajados por la sociedad MSI Sistemas de Inteligencia de Mercado, sobre datos previos de la fuente oficial en España: la DGT.

En el caso de las previsiones, estas han sido realizadas entre los meses de abril a mayo de 2013.

A) Metodología de Cálculo de Transferencias de Vehículos Usados

Las estadísticas de VO se han trabajado desde la óptica de la demanda, es decir, consideran como fecha de la operación la fecha de la última transferencia del ciclo de venta, ya que esta fecha es la más cercana a la verdadera compra del coche por parte de su nuevo propietario y usuario.

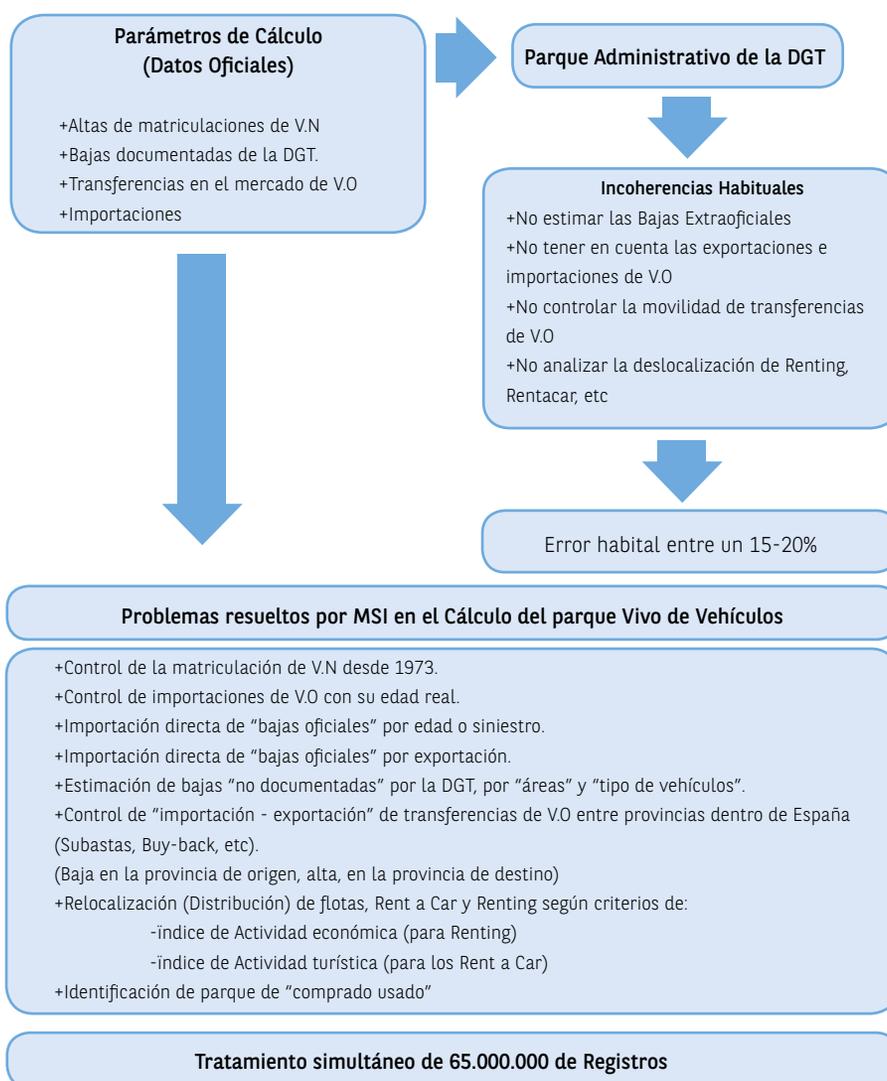
Recordemos que el problema de las estadísticas de VO en España es sumamente complejo como consecuencia de la propia dificultad del mercado y de algunas peculiaridades de la fuente española de datos (la DGT):

1. Cada ciclo de venta de un coche usado, es decir, la transmisión de un VO a un cliente final, puede estar compuesto de varias transferencias, lo que provoca posible duplicación de transferencias (ahora se evita esta duplicación cruzando los VIN).
2. Provoca también un posible desplazamiento en el tiempo de las operaciones de VO no cerradas, es decir, la llegada de nuevas transferencias de un vehículo obliga a recalcular la fecha de la última transferencia de su ciclo de venta.
3. La importación de vehículos usados es facilitada por la DGT como nueva matriculación, normalmente pero no siempre, con fecha anterior de primera matrícula.
4. La información procedente de la DGT llega cada vez mas actualizada. Puede afirmarse que, salvo circunstancias excepcionales, las transferencias de un mes alcanzan un grado de completitud superior al 99% en los dos meses siguientes, lo que nos obliga en todo caso, a mantener dos meses de datos abiertos.
5. La fecha de trámite de las transferencias no siempre se corresponde con la transmisión física y contractual del vehículo, pudiendo demorarse el trámite oficial, lo que provoca una acumulación de operaciones ficticias especialmente a final de año, que es cuando los grandes operadores regularizan sus balances.
6. Las exportaciones de coches usados vienen reportadas por la DGT como BAJAS, por lo que es necesario tener en cuenta las bajas para depurar los Km.0 de exportación, los "buy-back" y los "renting" que en realidad son transferencias que salen del país.

- En ciertos momentos, en especial cuando se implantan planes de incentivo al achatarramiento, se puede generar un mercado de chatarra que implica la transferencia de un vehículo para su posterior baja inmediata. La depuración de estas transferencias de chatarra es también necesaria y puede hacer disminuir las cifras ya aparentemente consolidadas.

B) Metodología de Cálculo del Parque Automovilístico Vivo Localizado

MSI ha desarrollado unos parámetros de cálculo y metodología para solucionar las incoherencias habituales de los datos oficiales. A continuación se detalla esquematizado todo este proceso:



C) Metodología de Cálculo del Parque por Canal de Distribución

Para calcular el Parque por los Canales de Distribución tenemos que tener en cuenta los siguientes pasos:

1. Codificar el histórico de primera matriculación por canales: particular, alquiler a corto plazo o Rent-a-car, Renting y Resto de Empresas.
2. Restar las bajas de estos vehículos, ya sea por siniestro o por exportación, una vez matriculados en cada uno de los canales.
3. Reubicar los vehículos que tienen la primera transferencia, en el canal al que han sido dirigidos. Por ejemplo: 1º matriculación Empresa se transfirió a un NIF (Particular).
4. Reubicar las siguientes transferencias al canal donde se están transfiriendo. Por ejemplo: 1ª Matriculación Rent-a-car, 1ª Transferencia Buy-back (Empresa), 2ª Transferencia a Concesionario (Empresa), 3ª Transferencia a NIF (Particular).
5. Los vehículos que no hayan sufrido ninguna transferencia se quedarán en el canal en el cuál se produjo la primera matriculación. El resto, donde se hayan transferido, siempre teniendo en cuenta y computando el último destino de la transferencia.

Hoy por hoy, gracias a la disposición de los bastidores completos de cada vehículo matriculado, el proceso de reubicación del Parque por Canal de Distribución es bastante exacto.

Asociación Española de Renting

Los datos de renting proceden de las estadísticas de la Asociación Española de Renting (AER) cuyo parque representa alrededor del 98% de todos los vehículos de renting presentes en España.

Estimaciones CVO

Datos procedentes del Observatorio del Vehículo de Empresa, una plataforma de intercambio de información y prácticas para todos los profesionales de la gestión de flotas (responsables de flota, fabricantes, proveedores del sector...).

Este laboratorio independiente obtiene sus datos a través de la observación de las prácticas y tendencias del mercado y a través de encuestas a gestores de flotas de empresa. En la actualidad dispone de datos procedentes de 16 países y encuestas realizadas a más de 4.500 empresas.

III. Datos de Equipamientos y Siniestralidad

GIPA

a) Estudio coches de empresa

- El estudio tiene como objetivo conocer el comportamiento en posventa de una tipología de automóvil específica como son los vehículos de empresa. Además, se incluye información referente a equipamientos de seguridad y otros aspectos o componentes del vehículo.
- Para ello, el estudio se ha realizado sobre una muestra de 800 usuarios de este tipo de vehículos en otras tantas empresas de todo el país con las siguientes cuotas a cumplir:
 - Zona geográfica
 - Tamaño de la empresa.

- Selección totalmente aleatoria del sector al que pertenece.
- La metodología aplicada en el estudio ha consistido en la entrevista personal "in situ".
- El nivel de confianza es del 95% con un error muestral del $\pm 3,4\%$.

b) Estudio conductores España

- La Encuesta personal en el lugar de trabajo ha sido realizada en Marzo-Abril de 2013 por la empresa Mam Quality ,filial de GiPA especializada en realización de trabajos de campo.
- A una muestra representativa de conductores españoles de 800 personas entrevistadas personalmente en el lugar de trabajo.
- Duración de la entrevista de 40 minutos aproximadamente.
- Muestreados según el método de cuotas (sexo, edad, categorías profesionales, hábitat, regiones).
- El tiempo de control de calidad invertido ha representado entre 120-200 horas de trabajo.
- 100% de las encuestas han sido controladas según una metodología internacional de supervisión de las encuestas.
- Reparto de la muestra por región.

ZONA	PROVINCIA DE CADA ZONA			%
ZONA 1	Baleares Gerona Huesca	Lérida Tarragona Zaragoza		8,6 %
ZONA 2	Albacete Alicante Castellón	Murcia Valencia		17,9%
ZONA 3	Almería Badajoz Cádiz	Córdoba Granada Huelva	Jaén Málaga Sevilla	17,1%
ZONA 4	Ávila Caceres Ciudad Real Cuenca	Guadalajara Salamanca Segovia Soria	Teruel Toledo Valladolid Zamora	5,8%
ZONA 5	Asturias La Coruña León	Lugo Orense Pontevedra		10,1%
ZONA 6	Alava Burgos Cantabria	Guipuzcua La Rioja Navarra	Palencia Vizcaya	9,8%
ZONA 7		Madrid		15,6%
ZONA 8		Barcelona		15,0%

IV. Barómetro CVO

Observatorio del Vehículo de Empresa

Estudio realizado por el Observatorio del Vehículo de Empresa en colaboración con la sociedad de estudio CSA.

- Muestra global: 4.863 entrevistas en toda Europa
- Target: empresas de todo tipo con flotas de vehículos
- Muestra local España: 320 entrevistas entre empresas de 4 segmentos
 - » Empresas de menos de 10 empleados: 113
 - » Empresas de 10 a 100 empleados: 66
 - » Empresas de 100 a 499 empleados: 81
 - » Empresas de 500 o más empleados: 60
- Periodo entrevistas: Primer trimestre 2013
- Método entrevistas: Telefónica con responsable de flota
- Interpretación Resultados:
 - » Para que los resultados sean representativos de la población global, han sido ponderados de acuerdo a su estructura real en España, por número de empleados y sector de actividad, según datos proporcionados por el INE.
 - » Los porcentajes calculados siempre corresponden a resultados ponderados.
 - » No se incluyen decimales para hacer más sencilla la interpretación de los resultados.
 - » No se incluye en las cifras los «No sabe / No contesta», por lo que los totales pueden diferir del 100%.

The logo for the Corporate Vehicle Observatory features the text "Corporate Vehicle Observatory" centered within a green, horizontally-oriented oval shape. The words "Corporate Vehicle" are in a black sans-serif font, while "Observatory" is in a green sans-serif font.

Corporate Vehicle
Observatory

PROMOVIDO POR:



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

www.observatoriovehiculoempresa.es