

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



El informe CVO 2014

observatorio del vehículo de empresa



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

El Informe CVO 2014

OBSERVATORIO DEL VEHÍCULO DE EMPRESA

[Inicio](#)

[Índice](#)

Índice

Introducción.....	11
Editorial.....	13
CAPÍTULO I. La economía española. Indicadores macroeconómicos.....	15
I. PIB	16
II. Inflación.....	17
III. Empleo	18
IV. Consumo Privado	19
V. Ahorro de los Hogares.....	20
VI. Consumo Público	21
VII. Exportaciones / Importaciones.....	22
VIII. Déficit Público	23
CAPÍTULO II. Mercado del vehículo nuevo	25
I. PARQUE DE VEHÍCULOS.....	26
A. Evolución y previsión del Parque Total	26
B. Distribución del parque por canal de distribución.....	27
C. Distribución del parque por edad de los vehículos.....	27
D. Distribución del parque por emisiones de CO ₂	28
E. Distribución del parque por precio medio del vehículo	30
F. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución.....	31
G. Distribución por tipo de combustible	32
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO	34
A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo	34
B. Matriculaciones mensuales.....	37
C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución	38
D. Matriculaciones por segmento de vehículos	40
E. Matriculaciones por tipo de combustible	43
F. Matriculaciones por emisiones de CO ₂	46
G. Matriculaciones por marca del fabricante.....	49
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES.....	55
A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución	55
B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos.....	60
C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante	65

CAPÍTULO III. Mercado del vehículo de ocasión	71
I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN	72
A. Evolución y previsión de las Ventas de VO	72
B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	73
C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo	74
D. Tiempo medio de stock del VO	76
E. Ventas de VO por tipo de combustible	76
F. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	77
G. Evolución de las ventas de VO por segmento	78
H. Evolución de las ventas de VO por cilindrada	80
I. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante	81
CAPÍTULO IV. Equipamientos	85
I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO	86
A. Implantación del GPS	86
B. Tipo de Cambio	87
C. Pintura	89
II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD	90
A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad	90
B. Cuota de integración de los equipamientos de seguridad por tipología de vehículo	91
C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad en función del método de financiación	92
CAPÍTULO V. Mantenimiento	95
I. INTRODUCCIÓN	96
A. Kilometraje anual	96
B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	97
C. Kilometraje anual por tipo de vehículo	99
D. Kilometraje en el contador	99
E. Tipo de motor	101
F. Contrato de mantenimiento	101
II. NEUMÁTICOS	102
A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2013	102
B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo	103
C. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación	103
D. Lugar de reparación	104
E. Decisión de la elección del taller	105
F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	105
III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	106
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2013	106
B. Por tipología de vehículo	106
C. Según método de financiación	107
D. Lugar de reparación	107
E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento	108
F. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento	108

CAPÍTULO VI. Daños y reparaciones.....111

I. REPARACIONES.....	112
A. Entradas al taller según edad del vehículo	112
B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación	112
C. Entradas al taller según edad y método de financiación.....	113
D. Lugar de realización de la reparación	114
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y	115
antigüedad del vehículo.....	115
II. GARANTÍA.....	116
A. Vehículo en garantía	116
B. Garantía en función de la edad del vehículo	117
III. SEGURO.....	117
A. Tipo de seguro	117
B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo	119
C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y financiación.....	120
D. Accidentes	120
E. Tasa de accidentes.....	121
F. Accidentes declarados al seguro	122
G. Responsable del coste de reparación	122
H. Lugar de reparación de los daños	123
I. Responsable de la elección del lugar de reparación	123

CAPÍTULO VII. Barómetro CVO.....125

I. ASPECTOS DE LA FLOTA.....	126
A. Crecimiento anual de la flota	126
B. Barreras al crecimiento de flotas.....	126
C. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2017	127
D. Medidas para aumentar el tamaño de la flota	128
II. FINANCIACIÓN	129
A. Métodos de financiación de flotas.....	129
III. POLÍTICA DE FLOTA.....	130
A. Uso privado del vehículo de empresa	130
B. Criterio en la elección del vehículo de empresa.....	130
C. El valor añadido del renting.....	131
IV. MOVILIDAD	132
A. Gestión de la movilidad en las empresas.....	132
B. Servicios sobre la movilidad.....	133

Las flotas recuperan el pulso inversor

Echando la vista atrás, vemos que, afortunadamente, el contexto económico no es el mismo que hace seis años, cuando pusimos en marcha la primera edición del Libro del Vehículo de Empresa. En aquel momento, la coyuntura obligaba a las empresas a virar súbitamente conteniendo el gasto y recortando la inversión en flotas, haciendo incluso que los propios directivos “bajaran a la arena” para asumir el control de una partida con una influencia más que notable en sus cuentas de resultados.

La evolución del entorno macro, que tanto incide en nuestra actividad, arroja síntomas de clara mejoría, animando a las empresas a reanudar la inversión en flotas. De hecho, las matriculaciones en este canal comienzan a reflotar con un crecimiento acumulado de más del 7% en lo que va de año; un dato positivo que beneficia a todo el sector pero, sobre todo, una muestra de que las empresas entienden la importancia de las flotas para su actividad.

En este contexto, serán las grandes empresas las que, como es lógico, consoliden una vez más el cambio de tendencia. De hecho, en los próximos tres años prevén incrementar su flota cerca de un 22%, en contraste con las pymes que todavía necesitan palpar la recuperación en sus bolsillos para lanzarse a realizar nuevas inversiones.

Si bien se percibe ya cierta flexibilidad financiera –el crédito para la compra de automóviles aumentó casi un 12% en el primer trimestre 2014, según ASNEF- las pymes aún deben reemprender el camino del crecimiento, y reabrir un capítulo que durante estos años se han visto obligadas a postergar: la importancia de una flota para el desarrollo de la actividad empresarial, ya que sin ésta, la actividad puede mantenerse, pero difícilmente podrá crecer.

Sin embargo, este capítulo difícilmente podrá escribirse sin verdaderos planes de incentivo. En términos generales, la compra directa es la única fórmula que hoy por hoy goza de ayudas, lo que crea una discriminación positiva y cierra la puerta a que una pyme pueda acceder en igualdad de condiciones a nuevas fórmulas con las que ampliar su flota. Y digo en términos generales porque aunque es verdad que el Plan Movele apoya a las empresas que adquieran vehículos eléc-

tricos mediante leasing o renting, no estamos todavía ante una opción popular de movilidad. Demanda real y medidas gubernamentales no van precisamente de la mano en este caso.

Habrà que esperar a que la próxima renovación del Plan PIVE –que irá concatenando ediciones de forma natural este año- para ver si hay algún cambio que promueva en igualdad el alquiler de vehículos de empresa sin limitarse exclusivamente a tecnologías alternativas; una medida que contribuiría además a cumplir con los objetivos de la DGT para 2016 con los que las compañías de renting, todo sea dicho, están totalmente comprometidas.

Precisamente, qué medidas públicas defienden las empresas para impulsar la flota es uno de los capítulos claves de esta edición del Observatorio del Vehículo de Empresa. Al margen de los incentivos a la hora de adquirir el coche, destaca una petición que las principales patronales del sector automoción y de renting ya han puesto sobre la mesa del Gobierno y es aumentar los beneficios fiscales del automóvil corporativo.

Concretamente, la puesta en marcha de soluciones como la supresión del Impuesto de Matriculación generarían una demanda adicional de más de 25.000 unidades que, sin duda, tirarían del canal de empresa, otorgándole más peso en el mix de mercado.

Como no podía ser de otra manera, las tendencias en la gestión de flotas ocupan también una parte destacada de esta nueva entrega. Y empezamos un nuevo episodio, la movilidad integral. Pero lo que les adelanto en estas líneas no son más que unas pequeñas pinceladas de lo que encontrarán en las próximas páginas, donde datos, análisis y previsiones certeras contextualizan el punto de vista de los gestores de flotas de empresas de más de dieciséis países, ofreciendo el retrato internacional más completo del sector. No se queden a las puertas, pasen y lean...

Alejandro Madrigal

Director del Observatorio del Vehículo de Empresa (CVO)

En pro de una movilidad integral

Si hago balance de los últimos seis años, me doy cuenta de que la movilidad se ha transformado. De igual forma que los negocios en general se han visto abocados a evolucionar, a adaptarse a una nueva situación de mercado, la gestión de la flota en particular ha dado al fin un paso al frente después de permanecer mucho tiempo inamovible.

Los proveedores de servicios de movilidad, que tenemos la obligación de entender muy bien cuáles son las necesidades de las empresas y anticiparnos a ellas, hemos encontrado en la tecnología la aliada perfecta para proporcionar una nueva dimensión a este capítulo de carácter estratégico, demostrando que es posible tener una flota más eficiente sin necesidad de reducir los coches.

Éste ha sido precisamente el germen que ha dado lugar a nuevas fórmulas de gestión que, con la telemática como base, tienen el objetivo de mejorar el uso operativo de los vehículos para rentabilizar al máximo la inversión y aumentar la eficacia de las empresas de una forma transversal. En definitiva, para aumentar su competitividad empresarial.

De hecho, si como marca la última edición del Observatorio del Vehículo de Empresa (CVO), el interés de las empresas por la movilidad integral es cada vez más patente, proporcionarles las herramientas para descubrir cómo optimizar los gastos de la flota operativa se convierte automáticamente en servicio básico de cualquier proveedor que se precie.

Pero en este nuevo contexto, donde la economía colaborativa tiene un gran protagonismo, también han aparecido nuevos tipos de movilidad como el carsharing, que implican la necesidad de asesorar a las em-

presas en el uso compartido del vehículo, sabiéndoles hacer ver que además de una oportunidad clara de ahorro conlleva un concepto mucho más moderno de transporte; un intangible que, en los tiempos que corren, deben valorar.

Como no podía ser de otra manera, esta nueva gestión de la movilidad exige apoyarse en nuevas herramientas que además van a facilitar terriblemente la operativa. De ahí que cobre especial importancia el desarrollo de soluciones tecnológicas totalmente ergonómicas tanto para el gestor de flota como para el propio usuario, que no olvidemos es, al fin y al cabo, el verdadero eje central de todos estos nuevos servicios.

Paneles personalizados para analizar los trayectos y dirigir las rutas de los conductores; aplicaciones para realizar fácilmente las reservas de los coches compartidos; sistemas de monitorización conectados al coche que hagan realidad los servicios proactivos son, por poner sólo unos ejemplos, los nuevos “mandos” en los que se apoya la movilidad del siglo XXI.

Sin duda, esta gran innovación en la que se ve inmersa la gestión de flota nos da la oportunidad de oro a los operadores para hacer entender a las empresas que los servicios de renting van mucho más allá de una simple fórmula de adquisición de vehículos. No somos meros proveedores de coches, sino consultores en pro de una movilidad integral. Aprovechémoslo.

Cecilia Boned

Consejera delegada de Arval



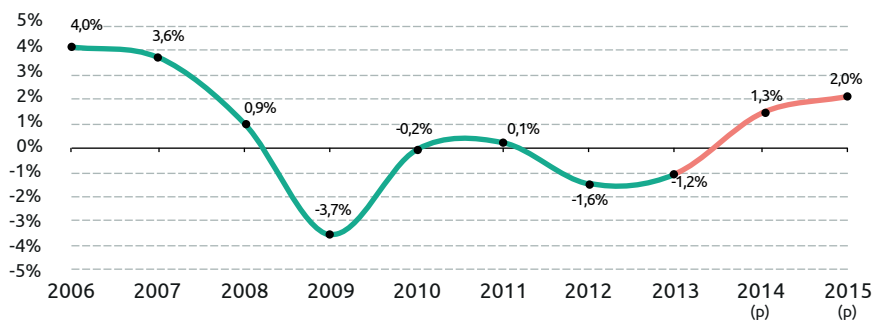
CAPÍTULO I

**La economía
española**
Indicadores
macroeconómicos

01

I. PIB

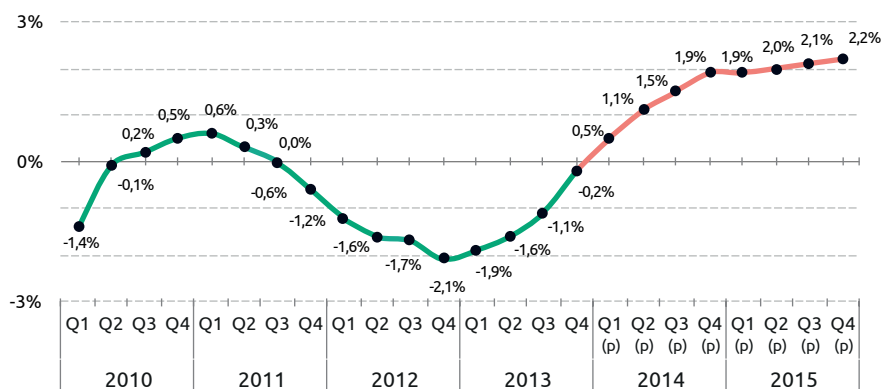
Gráfico I-1. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual



Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La economía española cerró 2013 con una caída del PIB del 1,2%, un retroceso amortiguado por el repunte del 0,3% en tasa de variación intertrimestral registrado en el último trimestre del año. Esta contracción económica mejora en cuatro décimas la caída experimentada en 2012 (-1,6%). Las proyecciones para los dos próximos ejercicios prevén una mejora gradual del PIB, que cerraría el presente ejercicio con un avance del 1,3% para crecer el 2,0% en 2015.

Gráfico I.2. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución trimestral

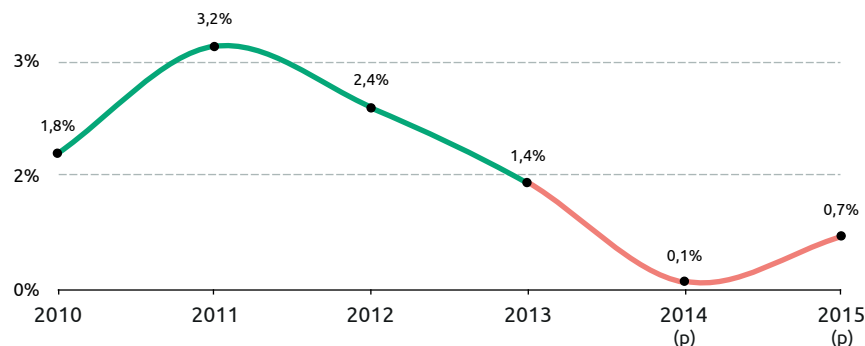


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

El primer trimestre de 2014 certificó la paulatina recuperación de la actividad impulsada por la normalización de los mercados financieros y la mejora gradual del empleo. El PIB aumentó un 0,5% en tasa interanual, con lo que entró en terreno positivo después de nueve trimestres consecutivos en tasas negativas. Se prevé un ascenso trimestral en similares porcentajes para cerrar el año en el 1,9%, mientras que el crecimiento se atenuaría en 2015, hasta el 2,2% del último trimestre.

II. Inflación

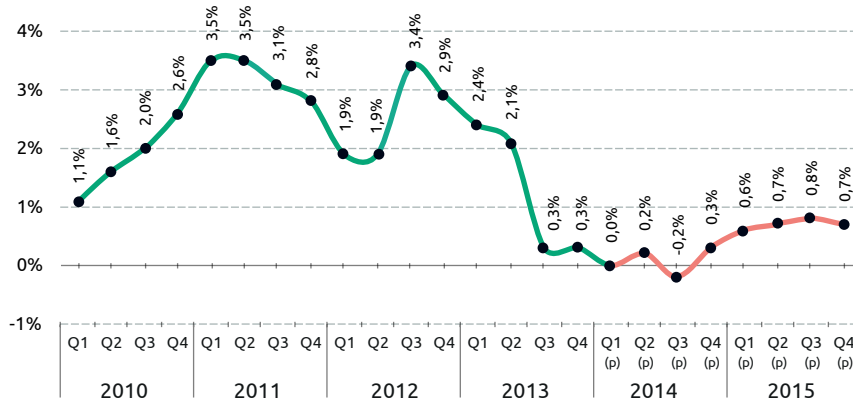
Gráfico I.3. Inflación (IPC) - Evolución anual



Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La tasa de inflación mantiene la tendencia de moderación iniciada en 2013 provocada por la debilidad de la demanda, el aumento de los impuestos indirectos y la caída de los precios de los carburantes. Las previsiones indican que el IPC cierre el año en el 0,1% para crecer hasta el 0,7% en 2015.

Gráfico I.4. Inflación (IPC) - Evolución trimestral

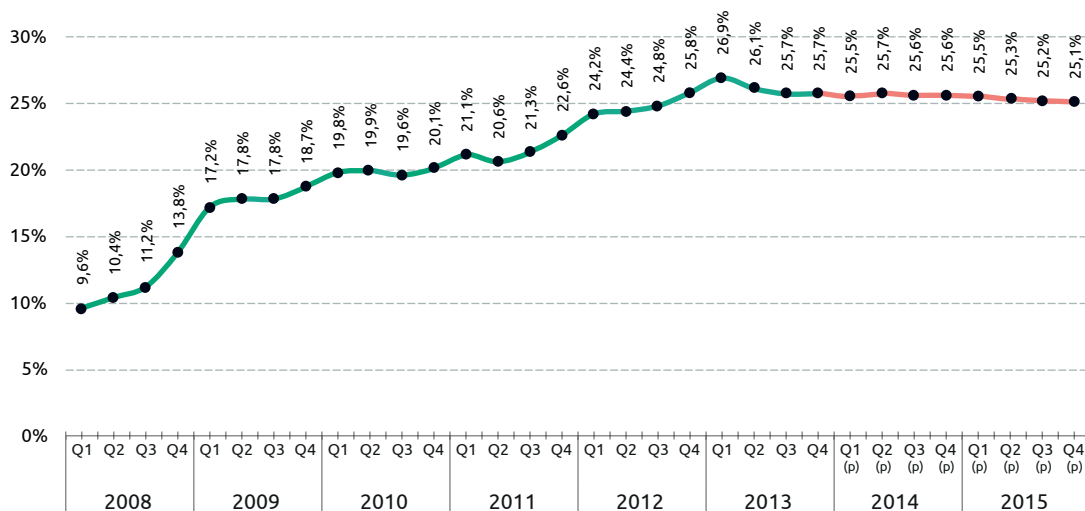


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

Las tendencias que ya se observan de recuperación del gasto de los hogares apuntan a una trayectoria ligeramente creciente de la inflación en el transcurso de 2014, con la excepción del pico negativo del tercer trimestre. El primer trimestre de 2015 marcará la pauta del próximo ejercicio, en el que los precios rondarán el entorno del 0,8%.

III. Empleo

Gráfico I.5. Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro

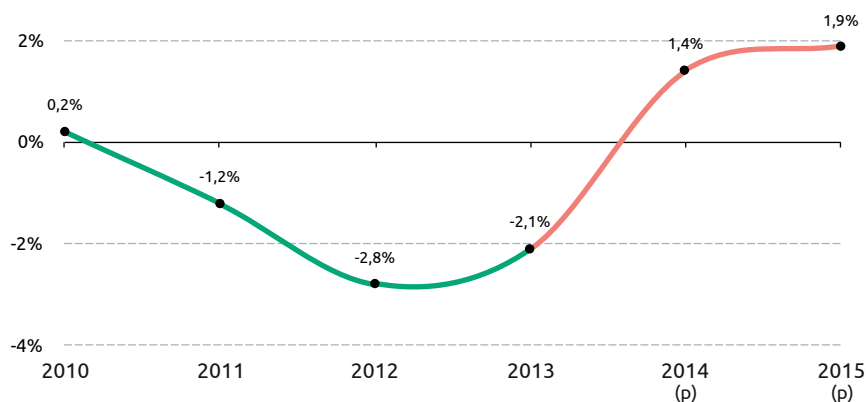


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La tasa de paro bajó 1,2 puntos porcentuales desde el primer al cuarto trimestre de 2013, con lo que registró su primer descenso anual desde el segundo trimestre de 2011, aunque no se logró crear empleo y se cerró el sexto año consecutivo con incremento de la tasa de desempleados. Las previsiones sitúan la tasa de desempleo por encima del 25,5% en 2014, para reducirse lentamente en 2015.

IV. Consumo Privado

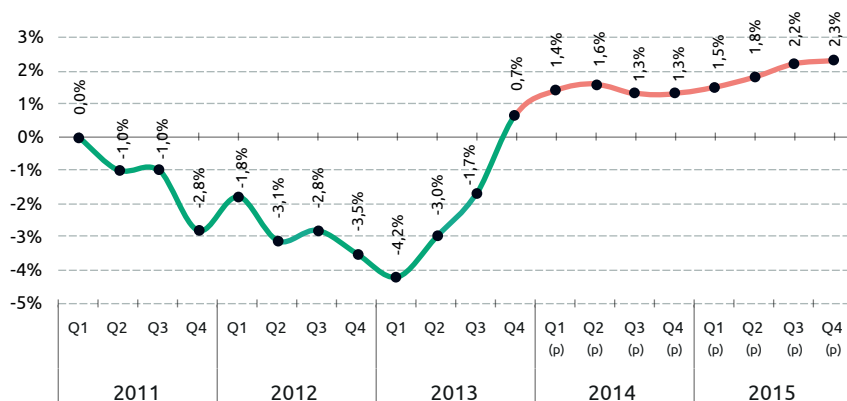
Gráfico I.6. Consumo privado - Evolución anual



Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

El consumo de los hogares registró en el tramo final de 2013 su primer repunte desde la cota mínima alcanzada en 2012, cimentado en la mejora de la confianza del consumidor, lo que permitió a España abandonar la recesión de forma oficial.

Gráfico I.7. Consumo privado - Evolución trimestral

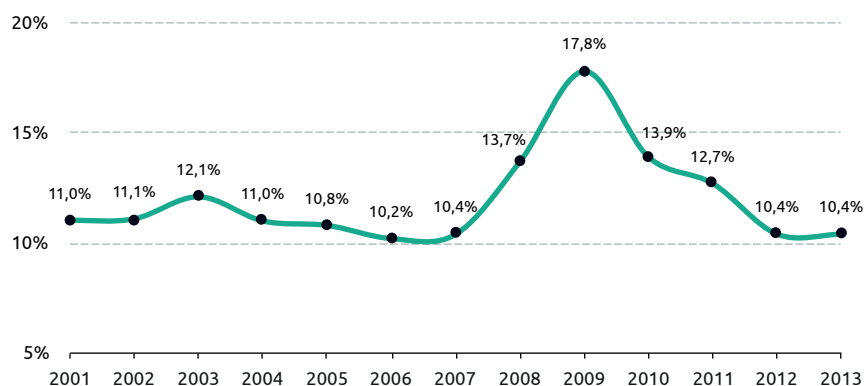


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La demanda doméstica ganó algo más de tracción de lo esperado a finales del pasado año. Las previsiones apuntan a que la tendencia se mantenga en la primera mitad del ejercicio para estabilizarse en la segunda mitad del mismo y repuntar en 2015, a la espera de la consolidación de los ajustes internos.

V. Ahorro de los Hogares

Gráfico I.8. Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares



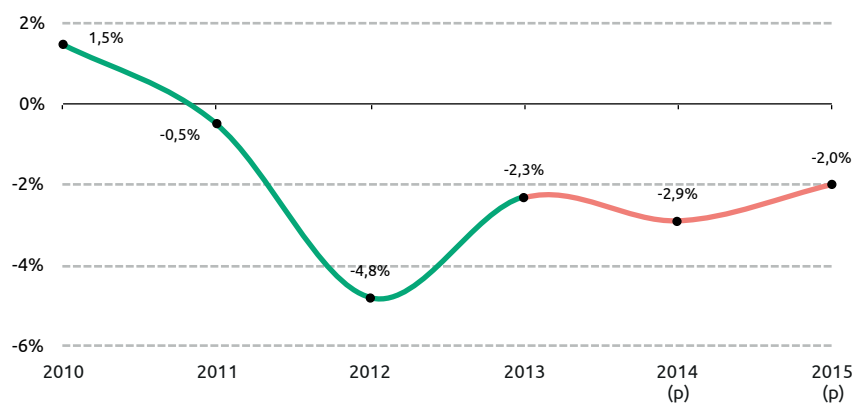
Fuente: INE

La recuperación de la renta de las familias en el último trimestre de 2013 no impidió que la tasa de ahorro se estancase. Los hogares pudieron ahorrar el 10,4% de sus ingresos, con lo que se repite el balance con el que acabó el ejercicio precedente.



VI. Consumo Público

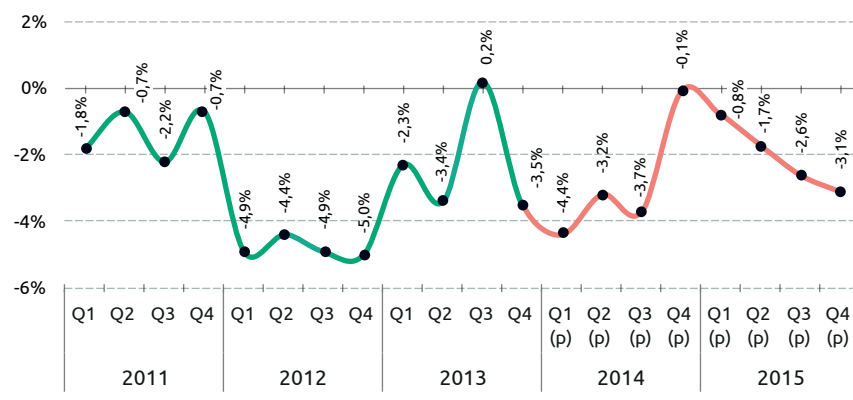
Gráfico I.9. Consumo público - Evolución anual



Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

Los ajustes presupuestarios acometidos por las Administraciones Públicas para cumplir con los objetivos de déficit despidieron 2013 con una caída del consumo público del 2,3%. El descenso se acentuará en 2014 (-2,9%) para crecer en 2015, pero manteniéndose todavía en cifras negativas (-2%).

Gráfico I.10. Consumo público – Evolución trimestral

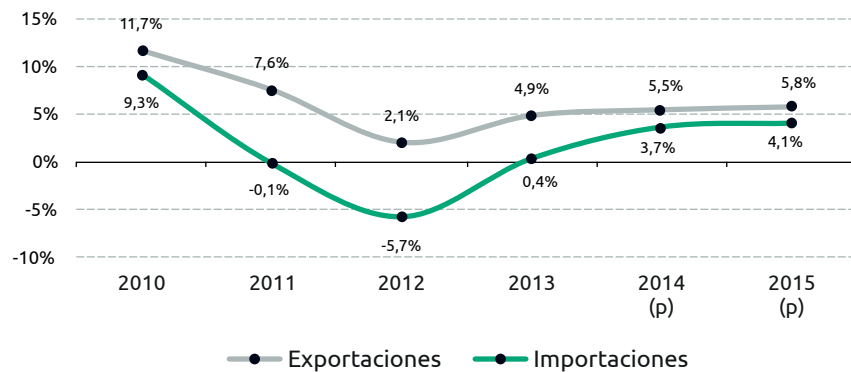


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

El Programa de Estabilidad remitido por el Gobierno a Bruselas prevé recortes adicionales del gasto público, por lo que la contención de las inversiones se mantendrá en niveles cercanos al 3% a lo largo del año 2014.

VII. Exportaciones / Importaciones

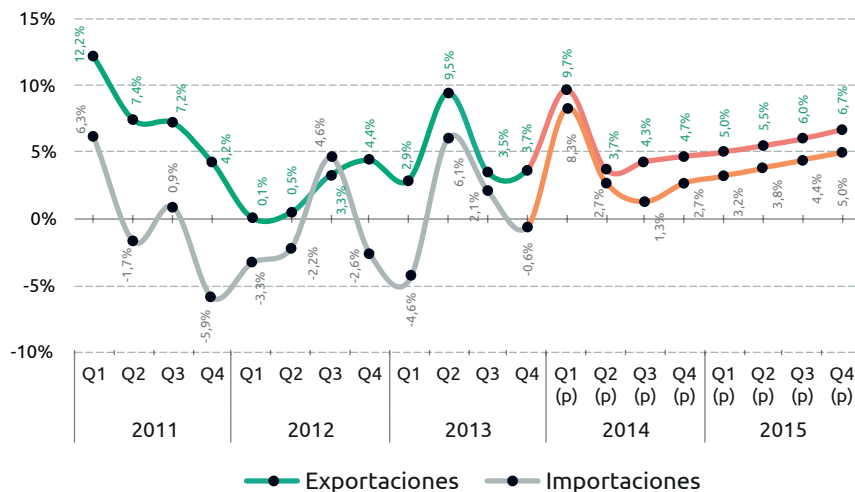
Gráfico I.11. Exportaciones e importaciones - Evolución anual



Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

Las exportaciones crecieron el 4,9% en 2013, por lo que se configuraron como un soporte primordial en el que se apoya la recuperación. El sector exterior sirvió de colchón para amortiguar la escasez de demanda nacional y continuará como soporte a lo largo de 2014 y 2015, con crecimientos que superarán el 5,5% y el 5,8%. Las importaciones, por su parte, recuperaron el pasado año el terreno positivo (0,4%), y las previsiones apuntan a que se mantendrá este ejercicio (3,7%) y el próximo (4,1%).

Gráfico I.12. Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral



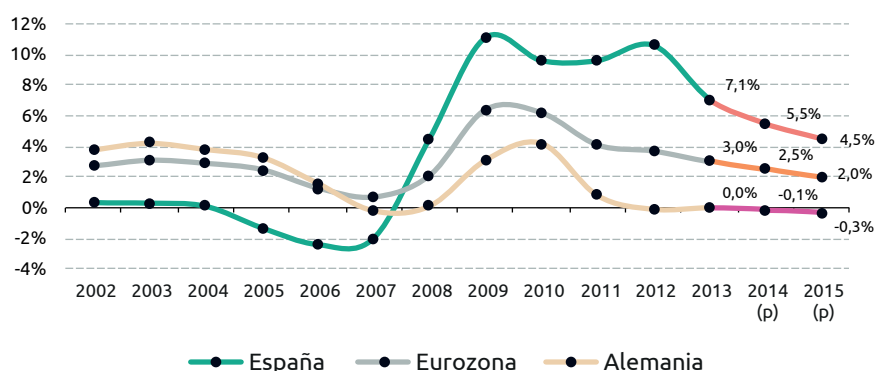
Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)



En base a las previsiones existentes para este año, en el primer trimestre de 2014 el sector exterior marca el máximo de la serie histórica desde el primer trimestre del 2011. Por su parte, el fuerte repunte de la demanda interna explica el ascenso de las importaciones en el mismo periodo.

VIII. Déficit Público

Gráfico I.13. Déficit Público



Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)

España cerró 2013 con un déficit público del 7,1%, que sería del 6,6% si no se consideran las ayudas a la banca. La Eurozona también ve reducida sus cifras, mientras que Alemania mantiene la contención del gasto.



CAPÍTULO II

Mercado del vehículo nuevo

02

I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. Evolución y previsión del Parque Total

Tabla II.1: Evolución y previsión del parque total

	2008		2009		2010		2011		2012	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	22.672.392	(+1,0%)	22.917.703	(+1,1%)	24.518.000	(+7,0%)	24.726.683	(+0,9%)	24.633.467	(-0,4%)
Población	45.828.172	(+1,2%)	46.017.560	(+0,4%)	46.257.974	(+0,5%)	46.196.278	(+0,1%)	46.609.652	(+0,2%)
Densidad (veh/1000 hab)	495	(-0,2%)	498	(+0,7)	531	(+6,6%)	535	(+0,9%)	529	(-1,1%)

	2013		2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	24.483.794	(-0,6%)	24.698.644	(+0,9%)	24.834.142	(+0,5%)	25.088.523	(+1,0%)	25.346.990	(+1,0%)
Población	45.995.460	(-1,3%)	45.891.111	(-0,2%)	45.783.180	(-0,2%)	45.671.239	(-0,2%)	45.555.252	(-0,2%)
Densidad (veh/1000 hab)	532	(+0,6%)	538	(+1,1%)	542	(+0,7%)	549	(+1,3%)	556	(+1,3%)

(*) A partir de 2010 nueva estimación del parque de vehículos por parte de la DGT. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Proyecciones (p) MSI

El último ejercicio registró un descenso del parque automovilístico español, que pasó de 24,6 millones de vehículos a algo menos de 24,5 millones (-0,6%). Esta caída se vio compensada con el retroceso del 1,3% experimentado por la población española, por lo que la densidad de vehículos por habitante creció un 0,6% y se contabilizaron 532 coches por cada 1.000 ciudadanos. La previsión para los próximos años se mantiene al alza.

Tabla II.2: Evolución y previsión del parque por canal de distribución

Total	2013		2014 (p)		2015 (p)		2016(p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	1.733.506	(-6,4%)	1.721.495	(-0,7%)	1.776.523	(+3,2%)	1.843.652	(+3,8%)	1.896.824	(+2,9%)
Particulares	22.349.555	(0,0%)	22.583.452	(+1,0%)	22.658.273	(+0,3%)	22.835.981	(+0,8%)	23.034.614	(+0,9%)
Rent-a-car	391.133	(-9,6%)	393.696	(+0,7%)	399.346	(+1,4%)	408.890	(+2,4%)	415.552	(+1,6%)

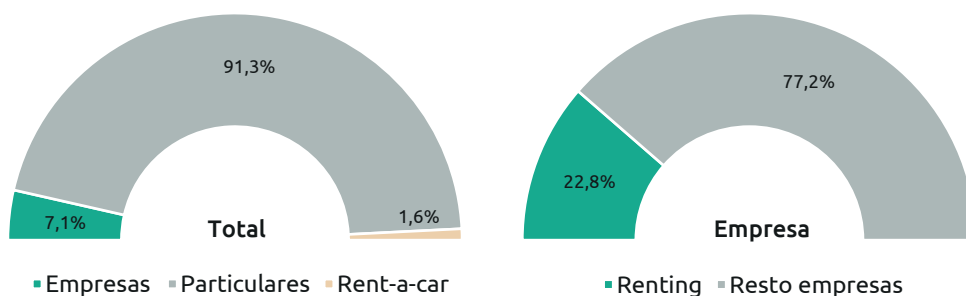
Parque de empresa	2013		2014 (p)		2015(p)		2016(p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	394.462	(-9,3%)	393.190	(-0,3%)	403.271	(+2,6%)	417.956	(+3,6%)	429.896	(+2,9%)
Reto empresas	1.416.340	(-5,5%)	1.328.306	(-0,8%)	1.373.252	(+3,4%)	1.425.696	(+3,8%)	1.466.928	(+2,9%)

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

Los vehículos de particulares mantendrán la tendencia al alza con un aumento superior a las 100.000 unidades. En el canal de rent a car los números positivos volverán este año (0,7%), después del retroceso del 9,6% registrado en 2013.

B. Distribución del parque por canal de distribución

Gráfico II.1: Distribución del parque en 2013 por canal de distribución (Total y Empresa)

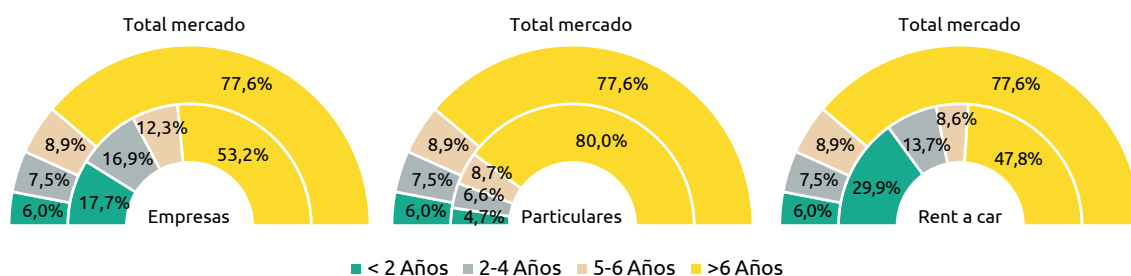


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El protagonismo del parque de vehículos en España corresponde a los particulares, que volvieron a aumentar su cuota al avanzar del 90,6% registrado en 2012 al 91,3% en 2013. En lo referente al parque corporativo, el renting suma el 22,8% del total.

C. Distribución del parque por edad de los vehículos

Gráfico II.2: Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car

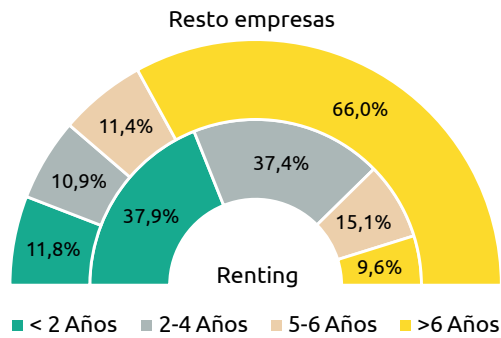


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El parque automovilístico español sigue envejeciendo, el 77,6% supera con creces los seis años de antigüedad. Los coches con menos de dos años duplicaron su peso en 2013, al pasar del 3,1% en 2012 al 6% del total.

El vehículo nuevo tiene mayor presencia en el segmento de alquiler, donde casi un tercio de su parque cuenta con menos de dos años, mientras que casi la mitad de los corporativos tienen menos de seis años y un 17,7% no llega al bienio de vida. Las unidades más envejecidas corresponden a los particulares, ya que ocho de cada diez automóviles supera los seis años y apenas el 4,7% cuenta con un coche de reciente adquisición.

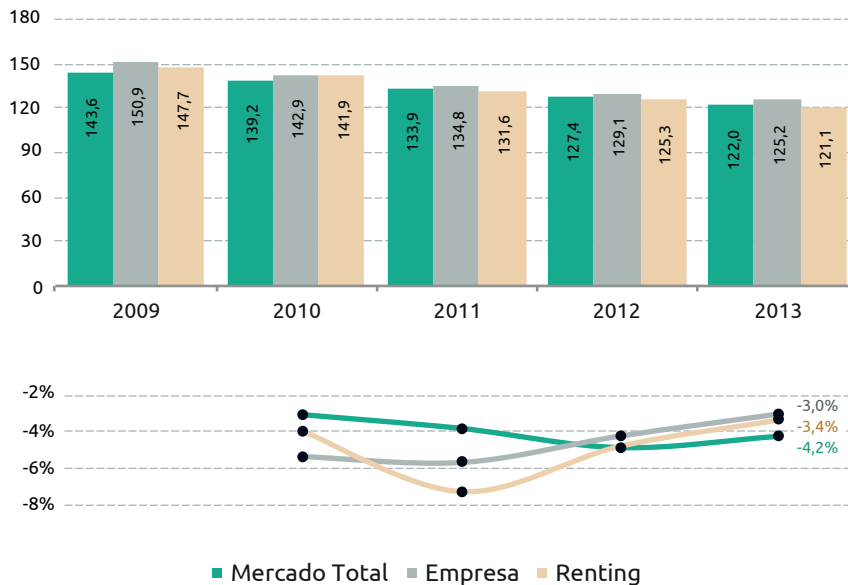
Gráfico II.3: Distribución del parque por edad de los vehículos - Canal empresas



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo que se refiere al canal de empresas, el renting dispone de un parque más actualizado, ya que el 37,9% de la flota de esta modalidad tiene menos de dos años, mientras que el 66% del resto de vehículos corporativos cuenta con antigüedades superiores a los seis años.

D. Distribución del parque por emisiones de CO₂

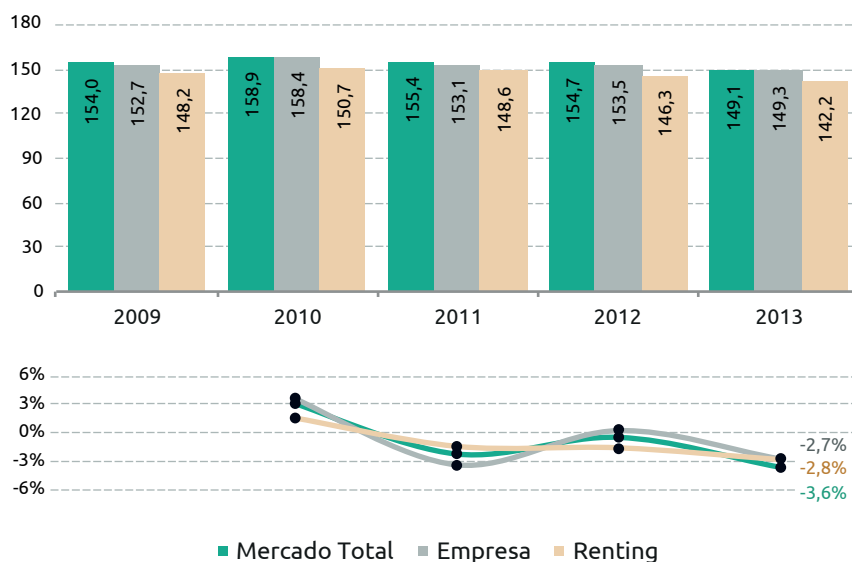
Gráfico II.4: Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las emisiones medias de dióxido de carbono (CO₂) a la atmósfera volvieron a disminuir. En 2013 se situaron en 122 gramos por kilómetro, el 4,2% menos en términos interanuales. Los vehículos de renting se colocaron por debajo de la media general con 121,1 gramos, mientras que el canal de empresa alcanzó los 125,2 gramos.



Gráfico II.5: Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) - Comerciales

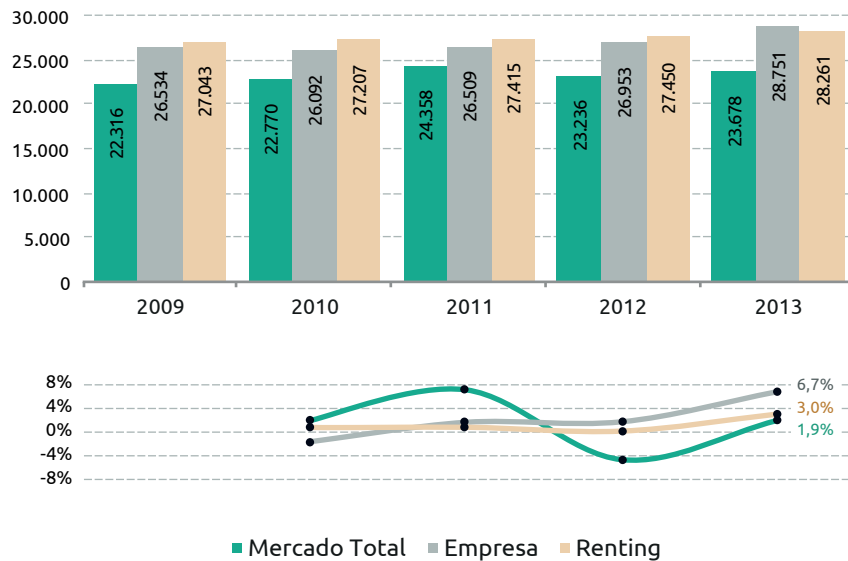


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La flota comercial encadena tres años consecutivos de descenso de sus emisiones medias de CO₂, al reducir las mismas un 3,6% con respecto a 2012. La media del canal de empresa se situó pareja al resto del mercado, mientras que las emisiones del renting se situaron 7,1 gramos por kilómetro por debajo.

E. Distribución del parque por precio medio del vehículo

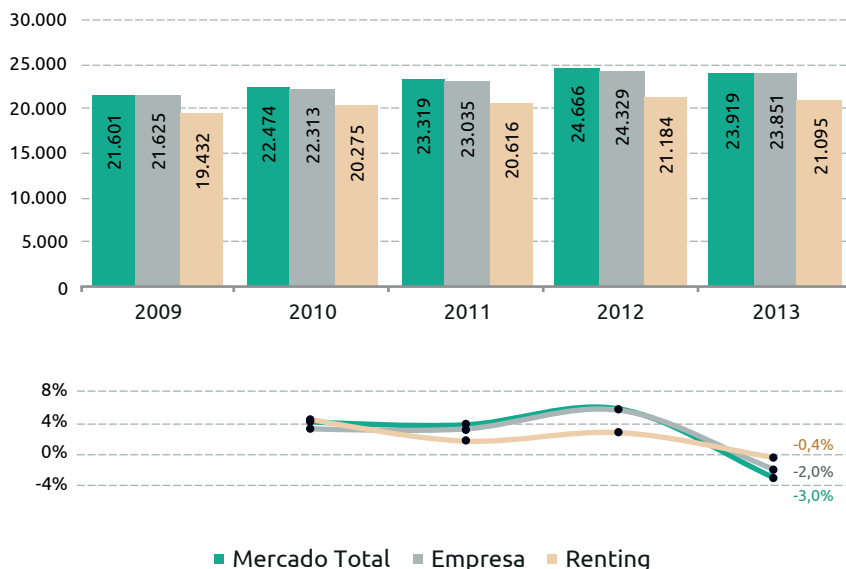
Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El precio medio del turismo que circula por las calles españolas alcanzó en 2013 los 23.678 euros y marca un leve repunte (1,9%) después del descenso del 4,6% registrado en 2012. El precio medio del turismo destinado al canal de empresa se situó en 28.751 euros, lo que motivó que la inversión para adquirir un vehículo creciera el 6,7%, mientras que los dedicados al renting aumentaron el 3%, hasta los 28.261 euros.

Gráfico II.7: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € – Comerciales
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)

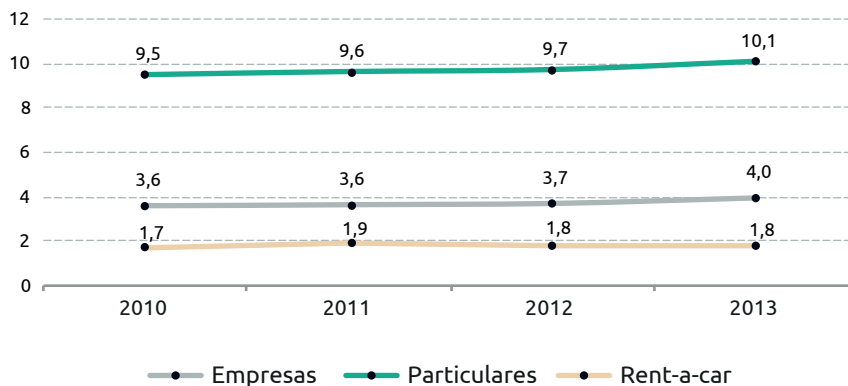


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el segmento de los comerciales el precio medio se situó en 23.919 euros, lo que supone un retroceso del 3% después de varios ejercicios de subidas. Los comerciales dedicados al renting alcanzaron un coste medio de 21.095 euros (-0,4%), por debajo de la media del canal de empresa, cifrada en 23.851 euros.

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

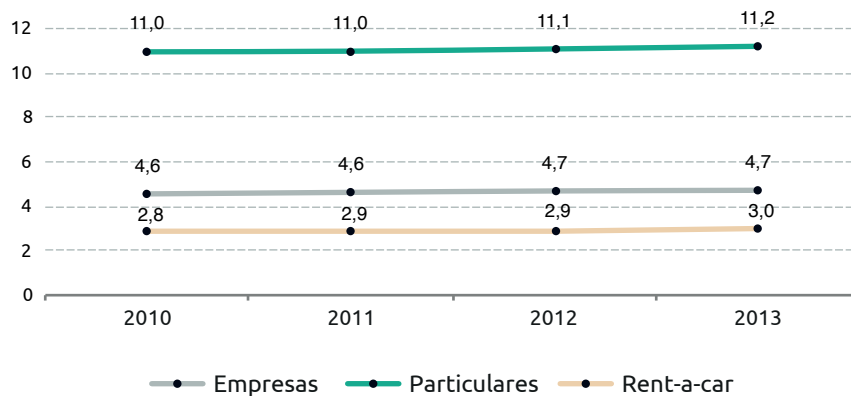
Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos



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

Tanto en los turismos de empresa como en los particulares se sigue alargando la vida útil de los mismos. Así, en el 2013 los vehículos de empresa se renuevan cada 4 años, mientras que en el 2012 quedaba fijado en 3,7 años. Por su parte, los particulares pasan de renovarse cada 9,7 años en el 2012 a 10,1 años en 2013.

Gráfico II.9: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales

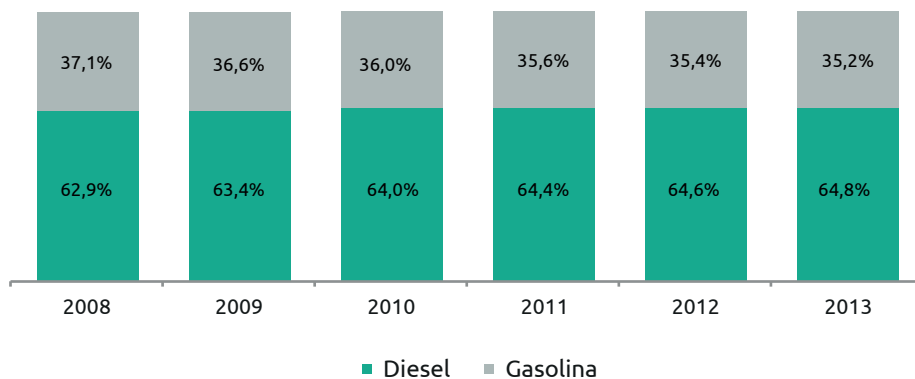


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*) En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

Los vehículos comerciales mantienen un equilibrio con relación al año anterior, produciéndose apenas variaciones en los tiempos medios de posesión. Para los de empresa la media de renovación se establece en 4,7 años al igual que en el 2012. En el caso de los particulares, apenas se incrementa el tiempo medio de posesión, pasando de 11,1 años en el 2012 a 11,2 años en el 2013.

G. Distribución por tipo de combustible

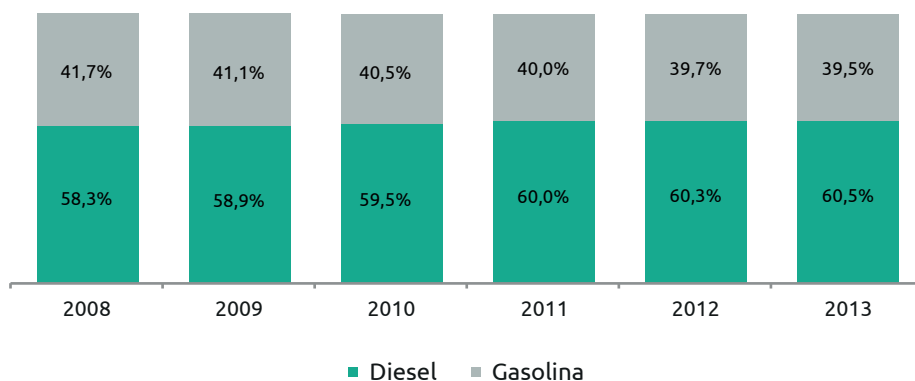
Gráfico II.10: Distribución por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Los vehículos diésel mantienen la hegemonía en España, con una cuota de mercado del 64,8%, frente al 35,2% que utilizan la gasolina como carburante. El avance tecnológico de las nuevas generaciones de motores con reducidas emisiones de CO₂ y por tanto, bonificaciones en el momento de la compra y el menor precio de combustible, explican su mayor implantación.

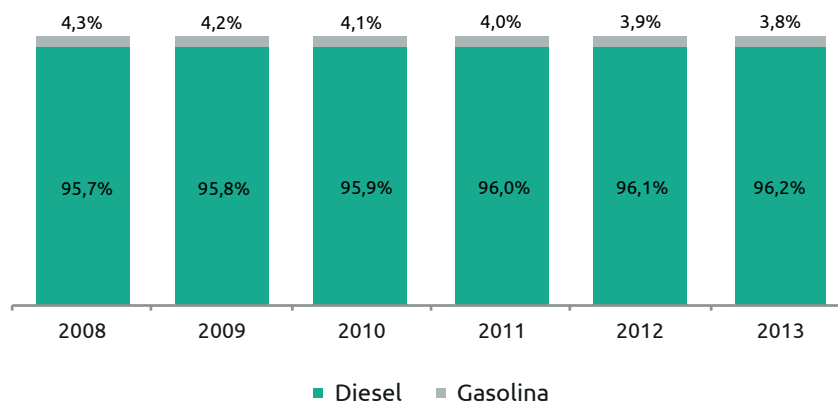
Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo referente al parque de turismos, los diésel mejoran ligeramente su posición en el mercado respecto de los de gasolina con un incremento del 0,2%, con lo que consiguen el 60,5% del total de la cuota de mercado, frente al 39,5% de la otra alternativa.

Gráfico II.12: Distribución por tipo de combustible - Comerciales



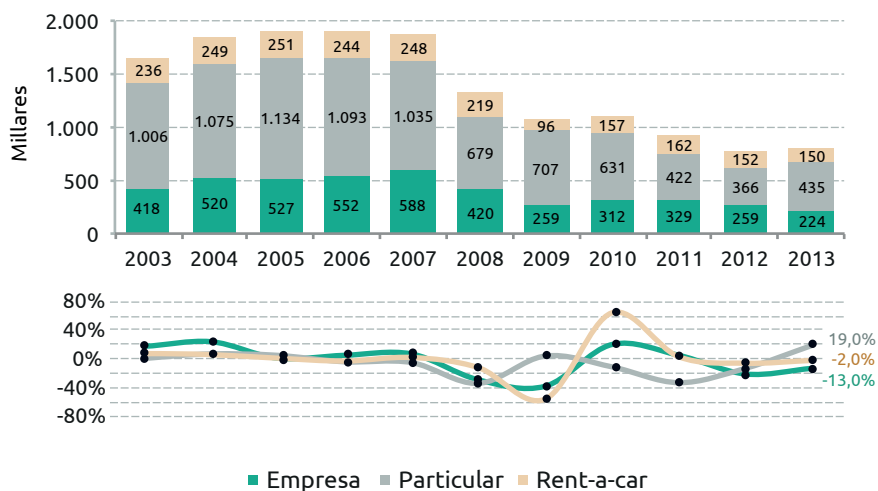
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La motorización diésel no encuentra competencia en el parque comercial. En 2013 alcanzó el 96,2% del total, mientras que las mecánicas de gasolina vuelven a situarse un año más por debajo del 4% de cuota.

II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

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

Gráfico II.13: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)

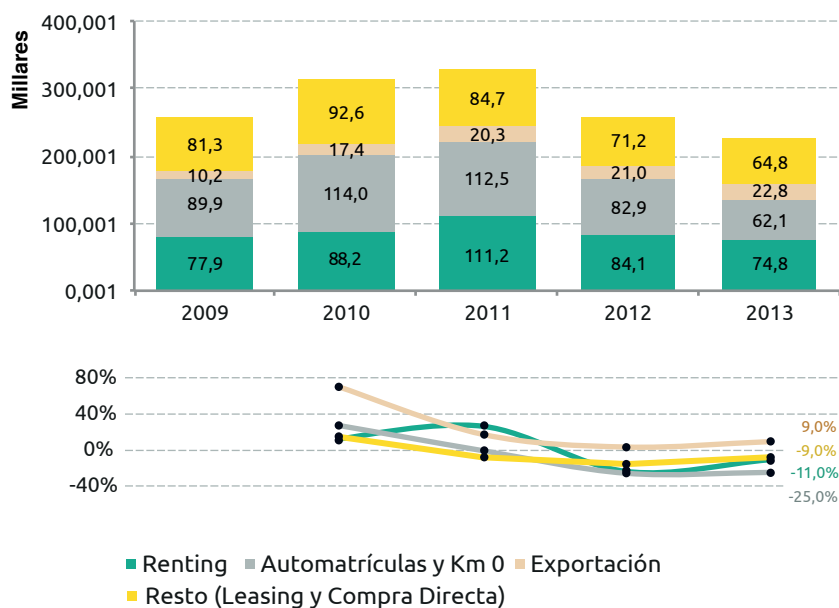


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los planes de ayuda a la compra de vehículos han puesto freno a la pérdida de matriculaciones provocada por la crisis. En 2013 se superaron las 809.000 ventas, cerca de 32.000 más que en 2012, por lo que el sector de la automoción confía en que este año suponga el punto de inflexión. El canal de distribución particular fue el protagonista del incremento al aumentar sus cifras un 19%.



Gráfico II.14: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)

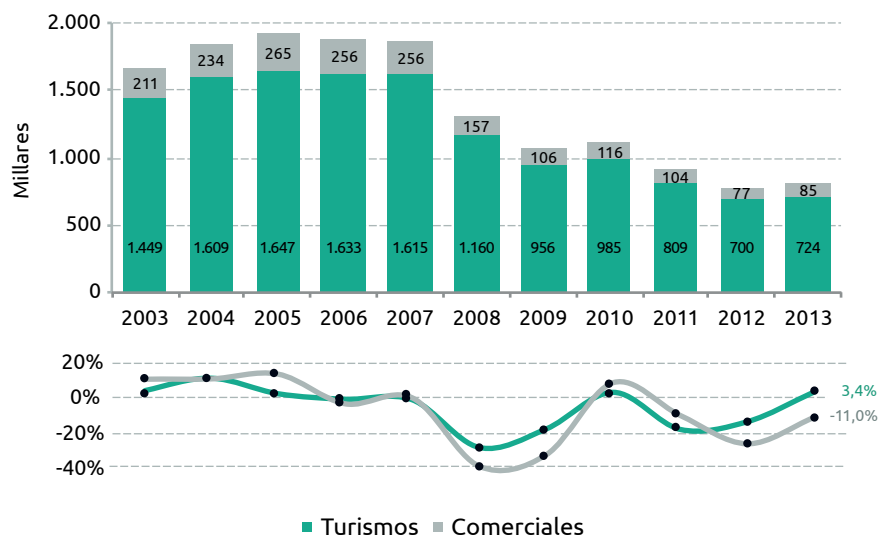


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La foto fija del canal empresa coloca a las compañías de renting en el centro de la imagen, ya que las 74.792 nuevas unidades suponen un tercio del total de placas emitidas en España en 2013, pese a representar el peor año desde 2008. La tendencia decreciente fue general, automatrículas y kilómetro 0 perdieron un cuarto de sus unidades, mientras que el leasing y la compra directa cedieron el 9%. La excepción fue el canal de exportación, que aumentó sus matriculaciones el 9%.



Gráfico II.15: Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)

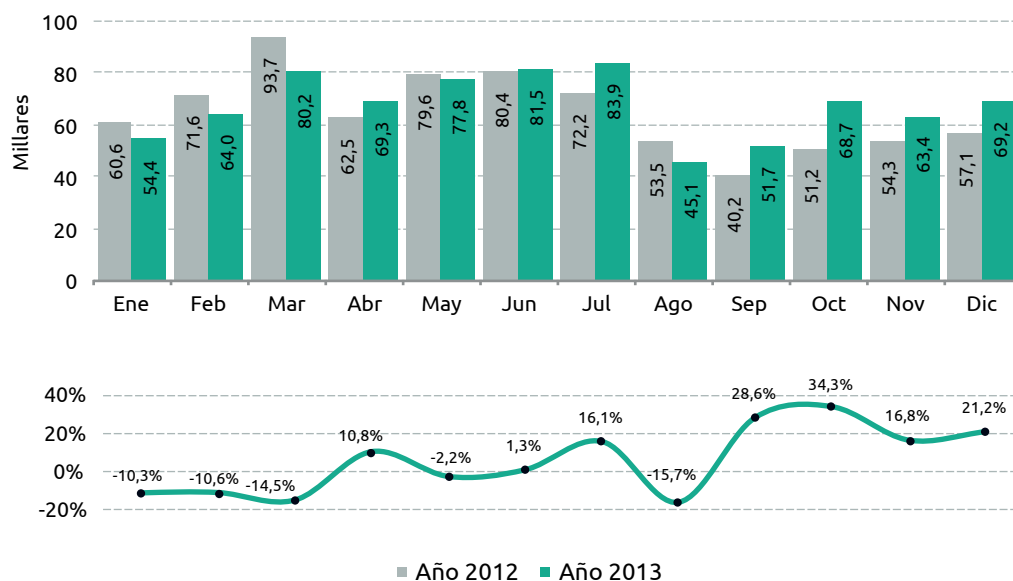


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La evolución tanto del segmento del turismo como del vehículo comercial fue similar. En 2013 ambos grupos aumentaron sus matriculaciones, sumando un 11% la flota comercial y un 3,4% la de turismos nuevos.

B. Matriculaciones mensuales

Gráfico II.16: Matriculaciones mensuales 2012 y 2013 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2012 Vs. 2013 en líneas)

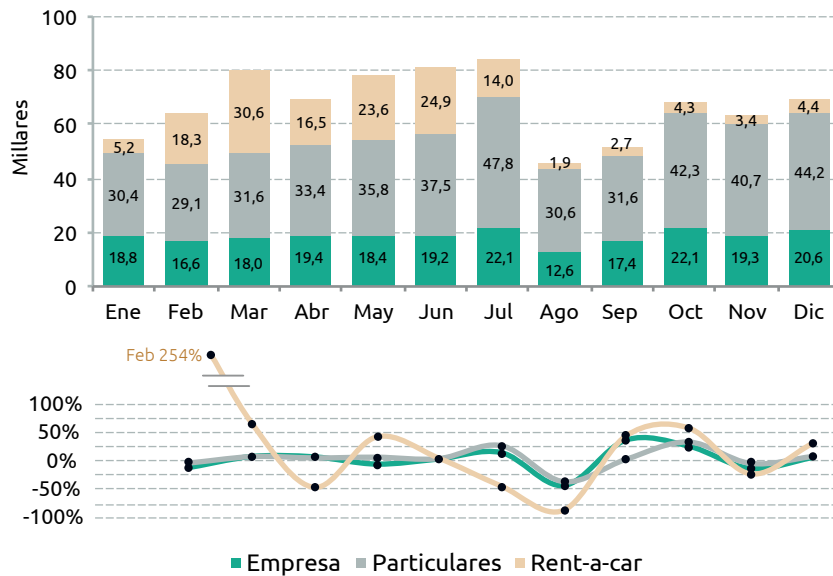


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El inicio de 2013 empeoró las de por sí malas cifras registradas en 2012, para tocar suelo en el periodo estival. El cambio de tendencia se certificó en octubre (34,3%), donde se sumó el segundo mes consecutivo al alza.

C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución

Gráfico II.17: Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2013 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución mensual en líneas)

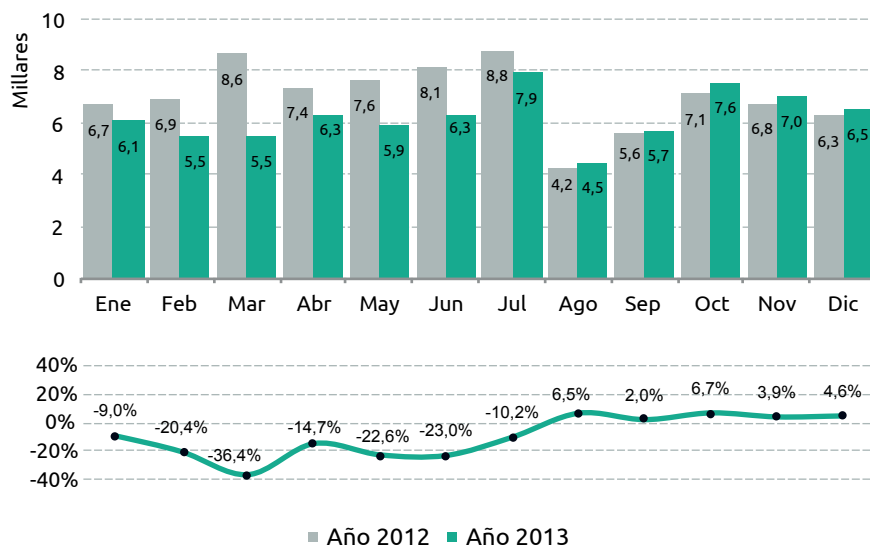


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El grueso de matriculaciones se realizó en la primera mitad del año, con el mes de julio como cénit. Hasta esa fecha se matricularon el 63,2% de los vehículos. El canal de alquiler experimentó un fuerte descenso desde el verano, mientras que los canales de empresa y particular fueron los más activos en el último trimestre del año.



Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2012 y 2013 - Renting (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2013 Vs. 2012 en líneas)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La recesión provocó un nuevo descenso en la flota de vehículos de renting, un sector propenso a las fluctuaciones de la evolución de la economía real y del empleo, por lo que hasta julio registró una importante caída de las matriculaciones con respecto a 2012. El cambio de ciclo iniciado en septiembre no evitó que 2013 registrara casi 10.000 unidades menos que el ejercicio precedente, para cerrar el año con 74.792 matriculaciones cuyo cliente final es una empresa.

D. Matriculaciones por segmento de vehículos

Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado

TURISMOS	2013	
	Volumen	Evol 12-13
Micro	31.744	+13,0%
Pequeño	187.169	+5,3%
Medio	176.692	+3,1%
Medio Alto	81.350	-1,0%
Alto	10.264	-7,2%
Lujo	1.625	-27,6%
Monovolumen Compacto	111.829	0,0%
Monovolumen Estándar	15.878	-9,6%
Deportivos	1.681	-29,5%
Todo Terreno Bajo	73.503	+18,6%
Todo Terreno Medio	24.876	-0,1%
Todo Terreno Alto	6.995	-19,5%
Otros	98	+21,0%
Totales	723.704	+3,4%

COMERCIALES	2013	
	Volumen	Evol 12-13
Comerciales	1.585	-32,9%
Derivados Turismos	48.926	+22,6%
Microvan	184	+61,4%
(<2 Tn)	53	+130,4%
(2 a < 2,7 Tn)	4.394	+14,6%
(2,7 a < 3,5 Tn)	14.253	+6,6%
(3,5 Tn)	11.836	+12,1%
Pick-up	3.249	-5,8%
Otros Comerciales	982	-71,0%
Totales	85.462	+11,0%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los modelos pequeños se mantienen como el segmento que más vehículos matricula con 187.000 unidades, seguido de cerca por los modelos medios, que se situaron en segundo lugar con más de 176.000 vehículos. El monovolumen compacto también logró superar la barrera de las 100.000 unidades anuales (111.829). Los grandes damnificados en turismos fueron los de gama de lujo y los deportivos, que perdieron el 27,6% y el 29,5% de sus ventas. El todoterreno de gama baja y el micro mejoraron su presencia con importantes incrementos.

Los vehículos comerciales dejaron atrás dos años de caídas y sumaron un aumento medio del 11% gracias al impulso que supuso el plan de estímulo PIMA Aire, que ha logrado dar la vuelta al panorama. El grueso de este segmento recae sobre los derivados de turismos, que engordó su flota en casi 49.000 unidades.

Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa

TURISMOS	2013		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 12-13
Micro	5.743	18,1%	-13,9%
Pequeño	29.469	15,7%	-23,9%
Medio	40.857	23,1%	-18,3%
Medio Alto	34.533	42,4%	-12,7%
Alto	6.365	62,0%	-10,2%
Lujo	878	54,0%	-25,9%
Monovolumen Compacto	25.066	22,4%	-18,0%
Monovolumen Estándar	4.297	27,1%	-21,3%
Deportivos	824	49,0%	-34,9%
Todo Terreno Bajo	17.872	24,3%	-4,3%
Todo Terreno Medio	11.011	44,3%	-11,6%
Todo Terreno Alto	5.041	72,1%	-19,5%
Otros	35	35,7%	-10,3%
Totales	181.991	25,1%	-16,5%

COMERCIALES	2013		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 12-13
Comerciales	1.516	95,6%	-34,3%
Derivados Turismos	22.538	46,1%	+12,2%
Microvan	176	95,7%	+66,0%
(<2 Tn)	47	88,7%	+683,3%
(2 a < 2,7 Tn)	2.114	48,1%	+23,3%
(2,7 a < 3,5 Tn)	6.822	47,9%	+7,2%
(3,5 Tn)	6.311	53,3%	+7,6%
Pick-up	2.514	77,4%	-9,0%
Otros Comerciales	389	39,6%	-81,2%
Totales	42.427	49,6%	+2,8%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El canal empresa varía la estructura de ventas en relación con el conjunto del mercado. El turismo de gama media fue el más requerido por las firmas, con 40.857 adquisiciones en 2013, seguido por la gama media alta con 34.533 matriculaciones. Este segmento registró descensos en todas las modalidades con relación al ejercicio precedente (-16,5%), con mayor incidencia en los vehículos de mayor coste como los deportivos (-34,9%) o los de lujo (-25,9%), pero también en los modelos pequeños (-23,9%) o el monovolumen estándar (-21,3%).

No obstante, los vehículos comerciales incrementaron sus ventas un 2,8% de forma global, con los derivados de turismos (12,2%) como modalidad más requerida.

Tabla II.5: Matriculaciones por segmento – Canal Renting

TURISMOS	2013		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 12-13
Micro	1.237	21,5%	+16,3%
Pequeño	10.117	34,3%	-10,9%
Medio	15.720	38,5%	-14,7%
Medio Alto	16.860	48,8%	-9,4%
Alto	2.230	35,0%	-15,0%
Lujo	138	15,7%	-44,4%
Monovolumen Compacto	6.298	25,1%	-13,0%
Monovolumen Estándar	1.164	27,1%	-18,7%
Deportivos	94	11,4%	-29,9%
Todo Terreno Bajo	3.511	19,6%	+17,7%
Todo Terreno Medio	3.298	30,0%	-12,0%
Todo Terreno Alto	1.370	27,2%	-21,4%
Otros	2	5,7%	-66,7%
Totales	62.039	34,1%	-10,9%

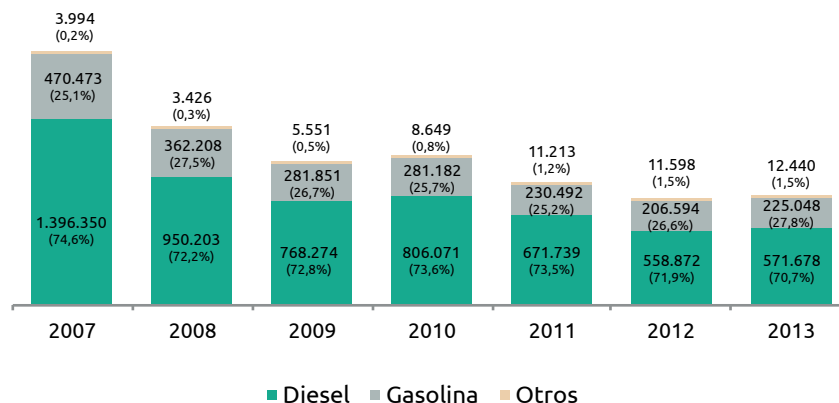
COMERCIALES	2013		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 12-13
Comerciales	968	63,9%	-40,8%
Derivados Turismos	8.782	39,0%	-2,4%
Microvan	61	34,7%	+165,2%
(<2 Tn)	0	0,0	-
(2 a < 2,7 Tn)	418	19,8%	+10,9%
(2,7 a < 3,5 Tn)	1.176	17,2%	-13,0%
(3,5 Tn)	791	12,5%	-2,7%
Pick-up	511	20,3%	-38,7%
Otros Comerciales	46	13,4%	-90,7%
Totales	12.753	30,1%	-12,2%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El descenso de la flota de vehículos para renting rozó el 11% en 2013. Los turismos de gama media alta y media volvieron a ser los más demandados, con 16.860 y 15.720 ejemplares respectivamente, para sumar el 52,5% de las matriculaciones, mientras que los de lujo cedieron el 44,4% en relación al año anterior. Entre los comerciales, los derivados de turismos mantienen la preferencia del mercado y aumentaron su número en 8.782 ejemplares, el 2,4% menos.

E. Matriculaciones por tipo de combustible

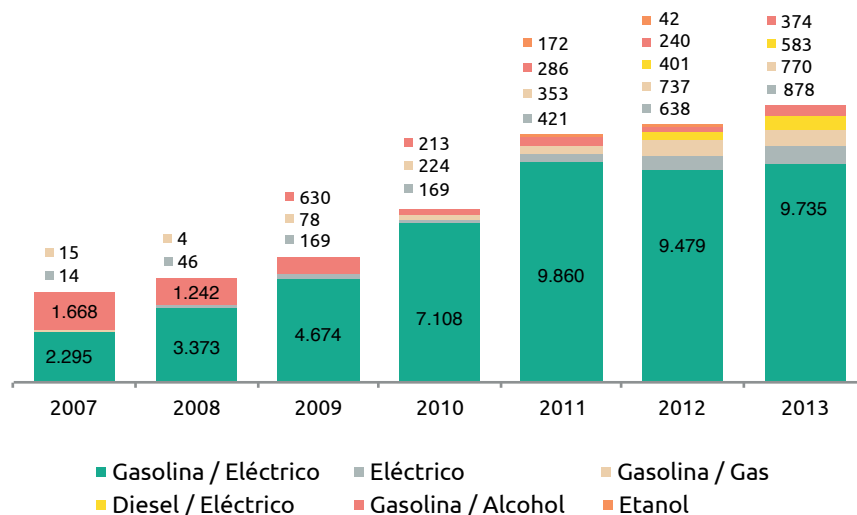
Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las motorizaciones diésel sumaron 571.678 unidades en 2013 frente a las 225.048 de los vehículos propulsados por gasolina. Estos últimos mantuvieron la leve tendencia al alza iniciada en el año 2011 en cuanto a su peso en el mercado.

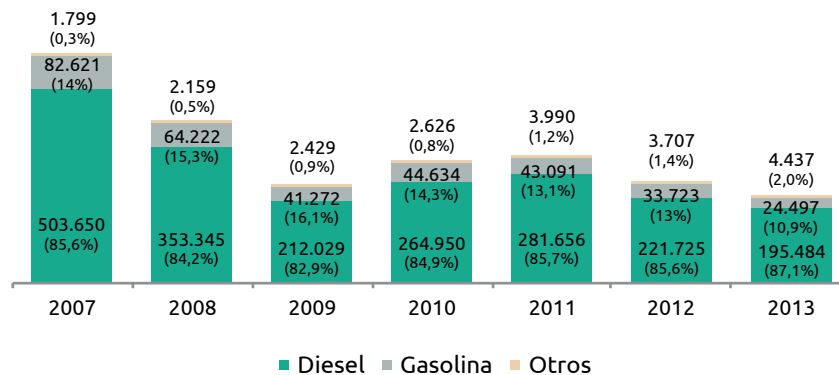
Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La gama de vehículos eficientes se decanta por la combinación de la gasolina con el motor eléctrico, aunque es incapaz de superar la barrera psicológica de las 10.000 matriculaciones, tras quedarse en 9.735 unidades. El resto de opciones mantiene su carácter testimonial.

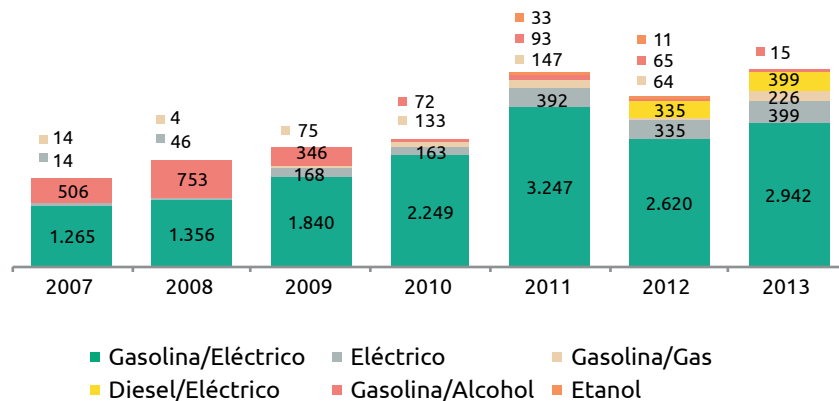
Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel sigue imbatible en el canal empresa, con el 87,1% de las matriculaciones en 2013, lo que supone un total de 195.484 automóviles con esta motorización. Los de gasolina volvieron a perder cuota y registraron 9.226 unidades menos que en 2012.

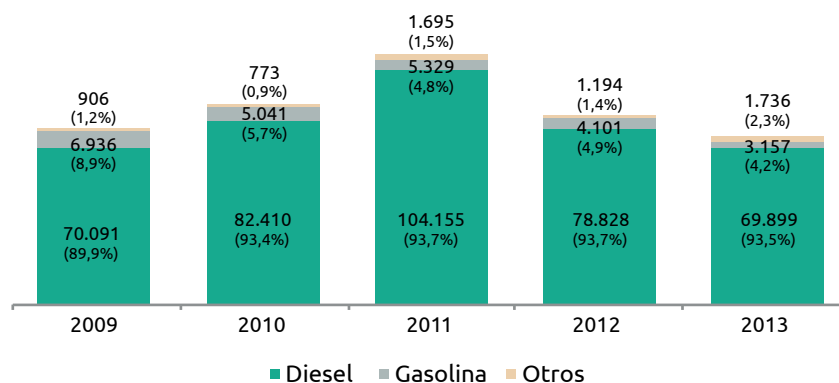
Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Después del receso de 2012, las empresas volvieron a incrementar el número de vehículos eficientes en 2013. La combinación de gasolina y motor eléctrico es la predilecta, con un total de 2.942 matriculaciones.

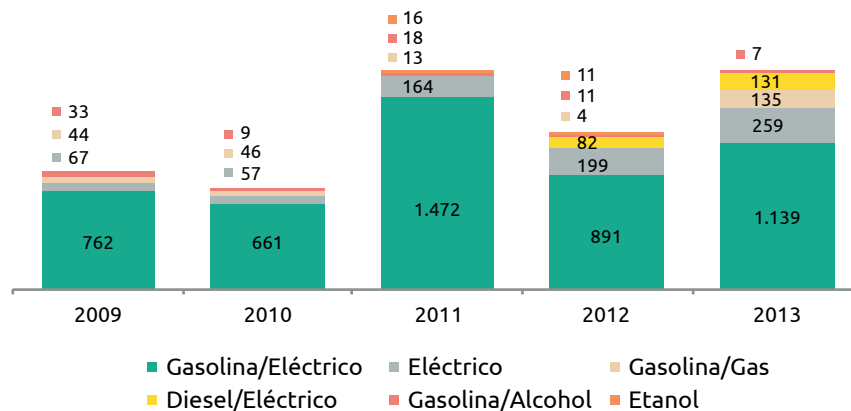
Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel también es el combustible preferido para el canal de renting, presente en el 93,5% del total de vehículos adquiridos en 2013. Las compras de coches de gasoil ascendieron a 69.899 unidades.

Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting

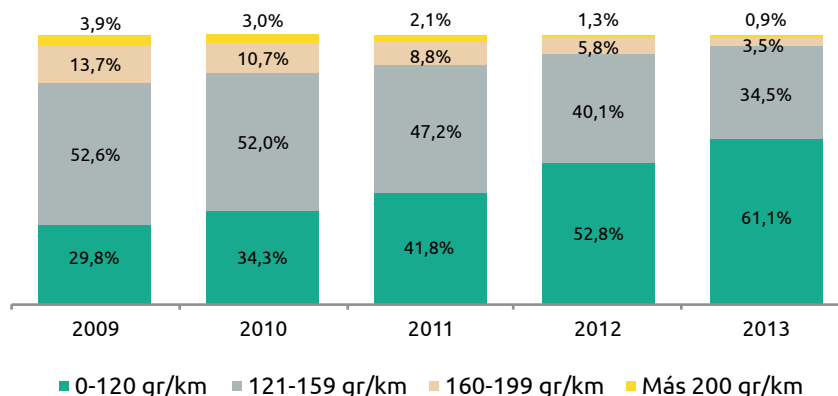


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Al igual que el canal empresa, el renting aumentó ligeramente la adquisición de motores movidos por combustibles alternativos en 2013. La combinación de electricidad y gasolina volvió a ser la más demandada con 1.139 matriculaciones, pero aún por debajo de las cifras de 2011. El resto de modalidades apenas tiene relevancia en el mercado global.

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

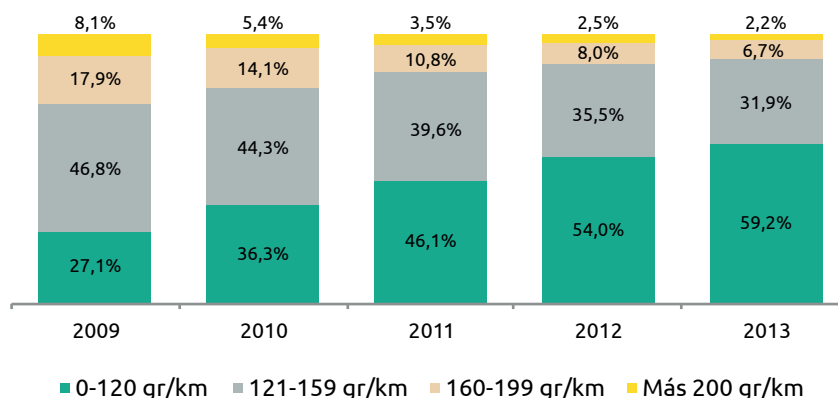
Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

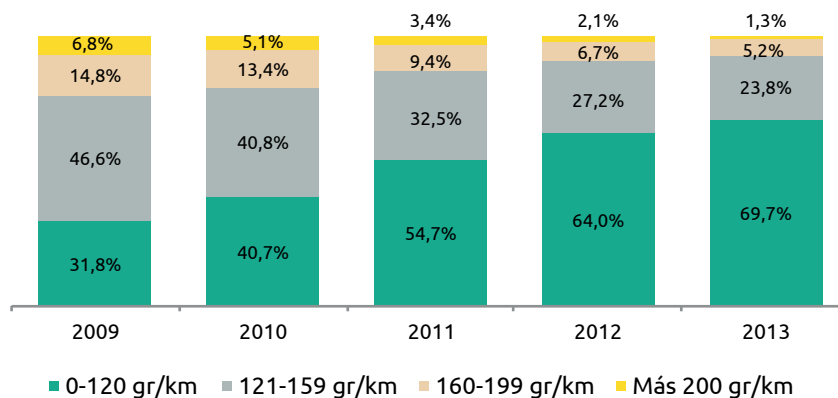
La reducción de dióxido de carbono mantiene su andadura alentada por las nuevas legislaciones medioambientales y las ayudas estatales que modifican los tramos impositivos en función del nivel de emisiones. En 2013 ya supusieron el 61,1% (0 a 120 gr/km) del total de matriculaciones de turismos, mientras que los que emiten entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera redujeron su cuota hasta el 34,5%.

Gráfico II.26: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa



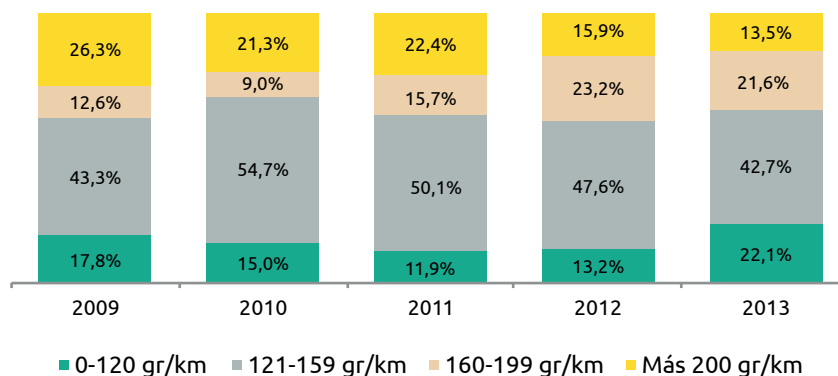
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El peso de los vehículos menos contaminantes es algo inferior en el canal de empresa [59,2%], pero la progresión también fue al alza. El ahorro en el impuesto de matriculación y la mayor optimización del combustible que depa- ran los turismos que emiten a la atmósfera un máximo de 120 gr/km son los elementos por los que se decantan las empresas preocupas por la contención de los costes.

Gráfico II.27: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Renting

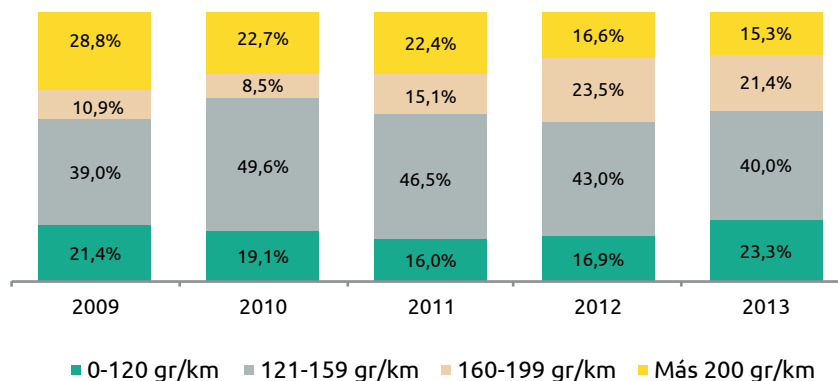
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La tendencia en el caso del renting en el segmento de turismos es similar a la del mercado global, con una incorporación progresiva a sus flotas de coches menos contaminantes. En 2013 el peso de las ventas de los que emiten hasta 120 gr/km se incrementó 5,7 puntos porcentuales, restando importancia a los modelos de los tres tramos siguientes.

Gráfico II.28: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado

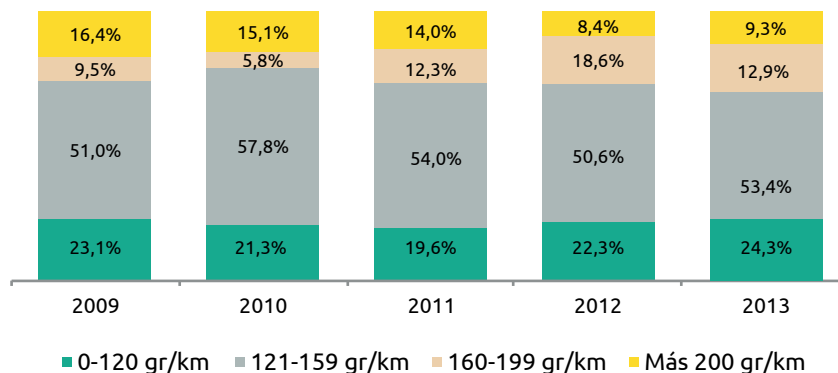
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso del segmento comercial los vehículos que emiten entre 121 y 159 gramos por kilómetro son los más utilizados (42,7%), aunque el primer tramo (0-120 gr/km) gana cuota con respecto a 2012 y ya supone el 22,1% del total de ventas. Los tramos más contaminantes pierden peso en relación al año precedente, pero se mantienen a niveles muy alejados de los registrados en 2010.

Gráfico II.29: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal empresa, la estructura por emisiones es similar, siendo los vehículos incluidos en el segundo tramo los más requeridos por las compañías. Como contrapunto, existe una mayor dimensión del tramo más contaminante, ya que las unidades que emiten más de 200 gr/km de CO₂ a la atmósfera suponen el 15,3% del total.

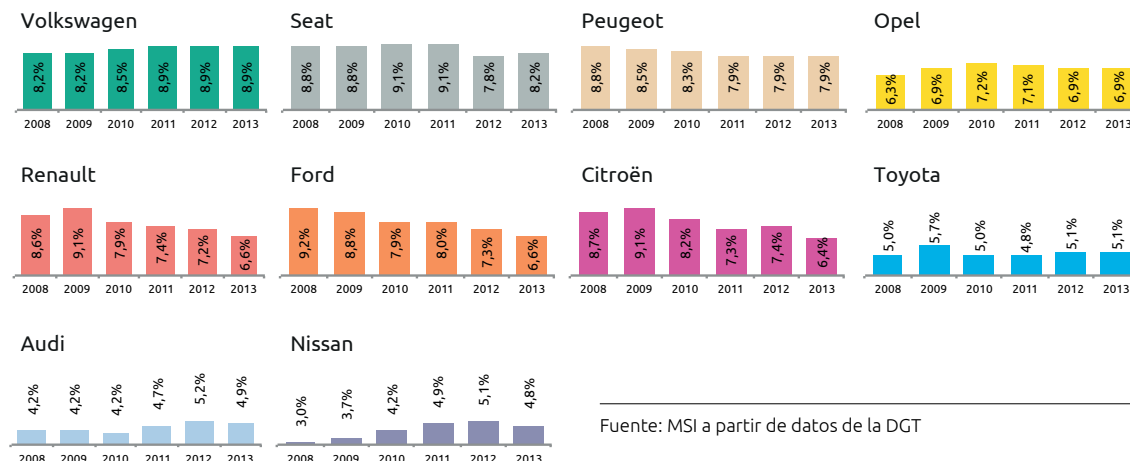
Gráfico II.30: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - Renting

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los vehículos comerciales, la irrupción de las bajas emisiones fue más tenue, con altibajos desde el año 2009, pero siempre sin superar la frontera del 25%. En 2013 estuvo más cercano a este tope, con un peso en las ventas totales de modelos comerciales del 24,3%, frente al 53,4% de los modelos que emiten entre 121 y 159 gr/km.

G. Matriculaciones por marca del fabricante

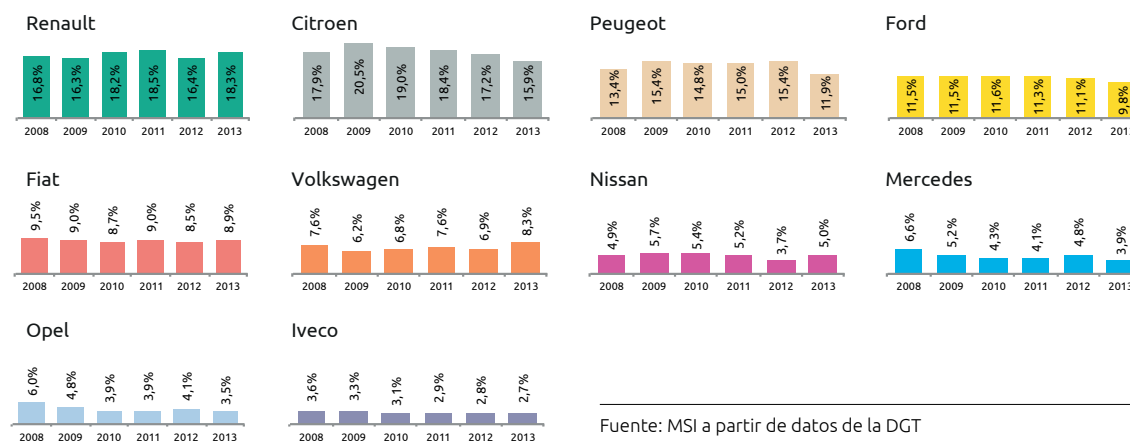
Gráfico II.31: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El mercado de turismos apenas sufrió variaciones con respecto a 2012. Volkswagen volvió a liderar la cuota de mercado en España con el mismo porcentaje sobre el total que el año anterior (8,9%), mientras que Seat, que creció cuatro décimas hasta el 8,2%, relegó a la tercera posición a Peugeot, que mantuvo el 7,9% obtenido en 2012, seguido por Opel, que igualó el 6,9% anterior. Renault y Ford mantuvieron la tendencia descendente (6,6%) al igual que Citroën (6,4%). Toyota mantuvo el 5,1%.

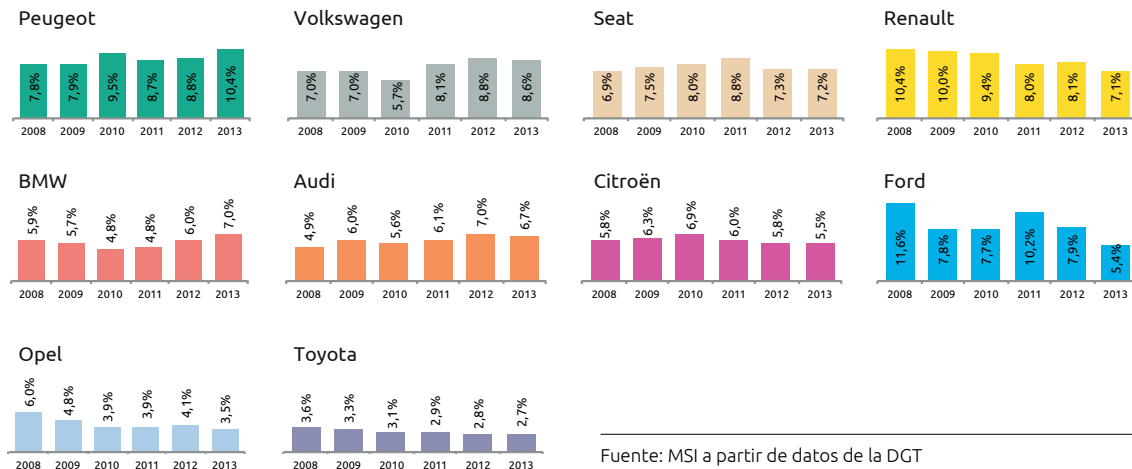
Gráfico II.32: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

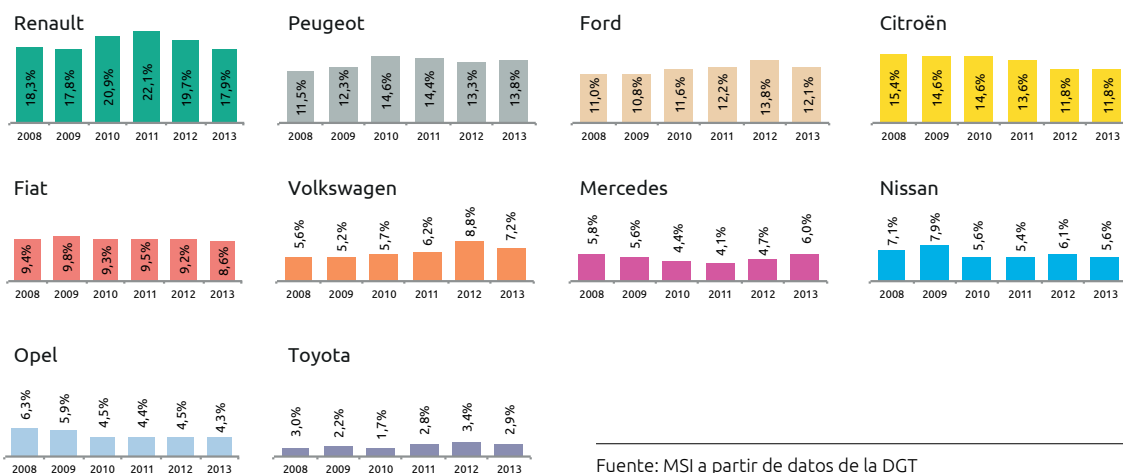
Renault volvió a ocupar la posición de privilegio en el caso de los comerciales (18,3%) y casi recuperó la cuota alcanzada en 2011, seguido por Citroën, que perdió un 1,3% en relación al ejercicio precedente. Peugeot (11,9%) y Ford (9,8%) también cedieron terreno, aunque entre las cuatro marcas sumaron casi el 56% del total. Fiat, Volkswagen y Nissan mejoraron sus resultados.

Gráfico II.33: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa



En lo que respecta a los turismos, Peugeot fue la marca más demandada en el canal empresa (10,4%) seguida por Volkswagen (8,6%), mientras que Seat, Renault y BMW superaron el 7% de cuota. Audi y Citroën cedieron hasta el 6,7% y 5,5% respectivamente, a la vez que Ford, Opel y Toyota empeoraban sus porcentajes.

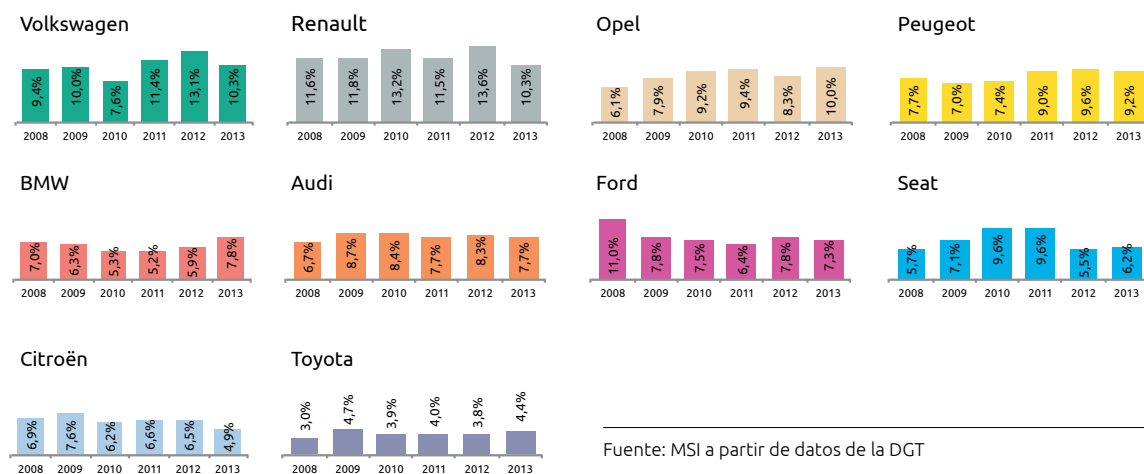
Gráfico II.34: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa



Renault volvió a ocupar en 2013 el primer puesto en comerciales corporativos, aunque cedió casi dos puntos de cuota (17,9%). Peugeot (13,8%), Ford (12,1%) y Citroën (11,8%) fueron las siguientes elecciones.



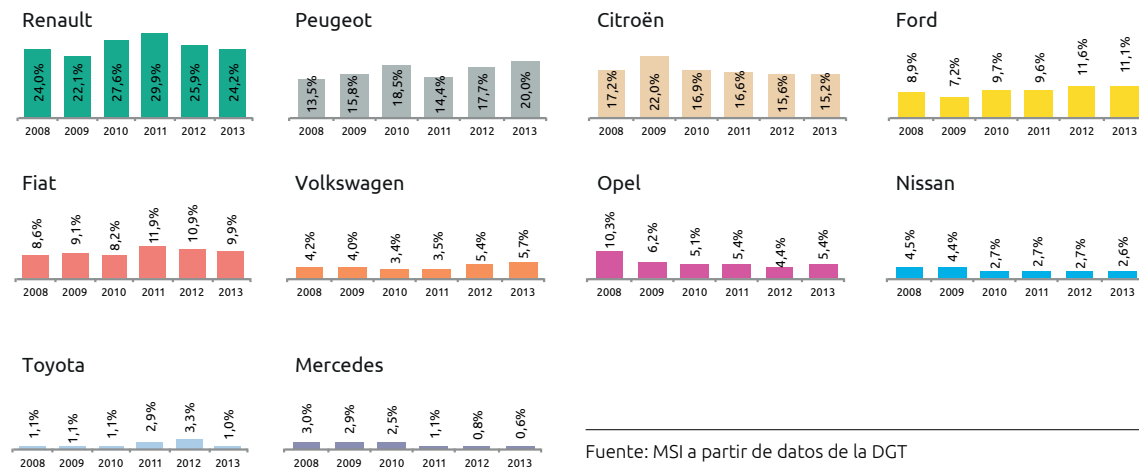
Gráfico II.35: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el sector del renting las diez marcas de turismos más solicitadas fueron Volkswagen y Renault (10,3%), Opel (10%), Peugeot (9,2%), BMW (7,8%), Audi (7,7%), Ford (7,3%), Seat (6,2%), Citroën (4,9%) y Toyota (4,4%).

Gráfico II.36: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting



Respecto a los comerciales, el sector del renting volvió a optar en primer lugar por Renault (24,2%), seguido por Peugeot (20%) que ganó cuota, Citroën (15,2%) y Ford (11,1%), seguidas por Fiat (9,9%), Volkswagen (5,7%), Opel (5,4%), Nissan (2,6%), Toyota (1%) y Mercedes (0,6%).

Tabla II.6: Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos

Top 10 Modelos Turismos 2013 - TOTAL MERCADO	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
Seat Ibiza	23.153	3,2%
Opel Corsa	20.114	2,8%
Renault Clio	19.997	2,8%
Seat Leon	19.436	2,7%
Volkswagen Golf	19.409	2,7%
Renault Megane	16.046	2,2%
Opel Astra	15.088	2,1%
Citroën C4	12.969	1,8%
Ford Focus	11.523	1,6%
Hyundai IX35	8.373	1,2%

Top 10 Modelos Turismos 2013 - CANAL EMPRESA	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Clio</i>	5.229	2,9%
<i>Seat Leon</i>	5.193	2,9%
<i>Volkswagen Golf</i>	4.784	2,6%
<i>Peugeot 308</i>	4.456	2,5%
<i>Renault Megane</i>	3.973	2,2%
<i>Seat Ibiza</i>	3.636	2,0%
<i>Volkswagen Passat</i>	3.293	1,8%
<i>Opel Astra</i>	2.754	1,5%
<i>Ford Focus</i>	2.504	1,4%
<i>Ford Kuga</i>	1.879	1,0%

Top 10 Modelos Turismos 2013 - RENTING	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Megane</i>	2.502	4,0%
<i>Volkswagen Passat</i>	2.333	3,8%
<i>Renault Clio</i>	2.090	3,4%
<i>Opel Astra</i>	1.997	3,2%
<i>Volkswagen Golf</i>	1.943	3,1%
<i>Ford Focus</i>	1.514	2,4%
<i>Seat Ibiza</i>	1.284	2,1%
<i>Opel Corsa</i>	1.261	2,0%
<i>Audi A4</i>	1.190	1,9%
<i>Audi Q5</i>	734	1,2%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Seat Ibiza volvió a repetir en 2013 como el turismo más vendido con 23.153 unidades, seguido del Opel Corsa (20.114) y el Renault Clío (19.997). Este último fue el vehículo más solicitado por las empresas (5.229 unidades), por delante del Seat León (5.193) y el Volkswagen Golf (4.784).

En el sector del renting el turismo que encabezó el ranking de matriculaciones un año más fue el Renault Megane (2.502), por delante del Volkswagen Passat (2.333) y otro Renault, el Clío (2.090), únicos vehículos que superaron las 2.000 unidades.

Tabla II.7: Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales

Top 10 Modelos Turismos 2013 - TOTAL MERCADO	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Citroën Berlingo</i>	9.457	11,1%
<i>Peugeot Partner</i>	9.341	10,9%
<i>Renault Kangoo</i>	7.100	8,3%
<i>Volkswagen Caddy</i>	3.911	4,6%
<i>Fiat Doblo</i>	2.576	3,0%
<i>Renault Trafic</i>	2.427	2,8%
<i>Renault Master</i>	1.910	2,2%
<i>Ford Transit Connect</i>	1.755	2,1%
<i>Peugeot Bipper</i>	1.708	2,0%
<i>Opel Vivaro</i>	1.532	1,8%

Top 10 Modelos Turismos 2013 - CANAL EMPRESA	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Kangoo</i>	4.453	10,5%
<i>Peugeot Partner</i>	3.360	7,9%
<i>Citroën Berlingo</i>	2.901	6,8%
<i>Volkswagen Caddy</i>	1.537	3,6%
<i>Fiat Doblo</i>	1.502	3,5%
<i>Renault Trafic</i>	1.341	3,2%
<i>Ford Transit Connect</i>	1.284	3,0%
<i>Renault Master</i>	1.263	3,0%
<i>Peugeot Bipper</i>	1.225	2,9%
<i>Toyota Hi Lux</i>	1.177	2,8%

Top 10 Modelos Turismos 2013 - RENTING	2013	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Kangoo</i>	2.215	17,4%
<i>Peugeot Partner</i>	1.378	10,8%
<i>Citroën Berlingo</i>	1.175	9,2%
<i>Peugeot Bipper</i>	804	6,3%
<i>Fiat Doblo</i>	561	4,4%
<i>Volkswagen Caddy</i>	511	4,0%
<i>Ford Transit Connect</i>	425	3,3%
<i>Opel Combo</i>	420	3,3%
<i>Citroën Nemo</i>	344	2,7%
<i>Renault Clio</i>	259	2,0%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, el Citroën Berlingo mantuvo el atractivo y continúa a la cabeza de la tabla con 9.457 unidades matriculadas, seguido de cerca por el Peugeot Partner (9.341) y el Renault Kangoo (7.100). Los tres vehículos sumaron el 51,1% del mercado y desde hace ocho años ocupan los tres puestos del podio.

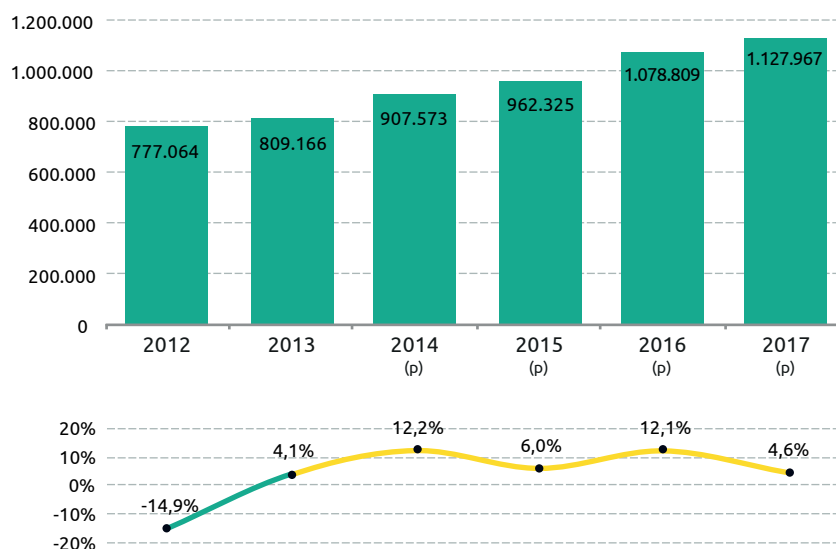
Las empresas también prefirieron los tres modelos referidos en el párrafo anterior en 2013, aunque aquí es el Renault Kangoo el más demandado (4.453 unidades), seguido del Peugeot Partner (3.360) y el Citroën Berlingo (2.901). Estos modelos representan el 44,3% de la cuota de mercado.

En el caso de los comerciales en el sector renting, Renault Kangoo también fue el más solicitado (2.215) y copa algo más de la quinta parte del mercado. El Peugeot Partner con 1.318 matriculaciones (14%) y el Citroën Berlingo con 1.175 unidades (12%) mantienen su predominio.

III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

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

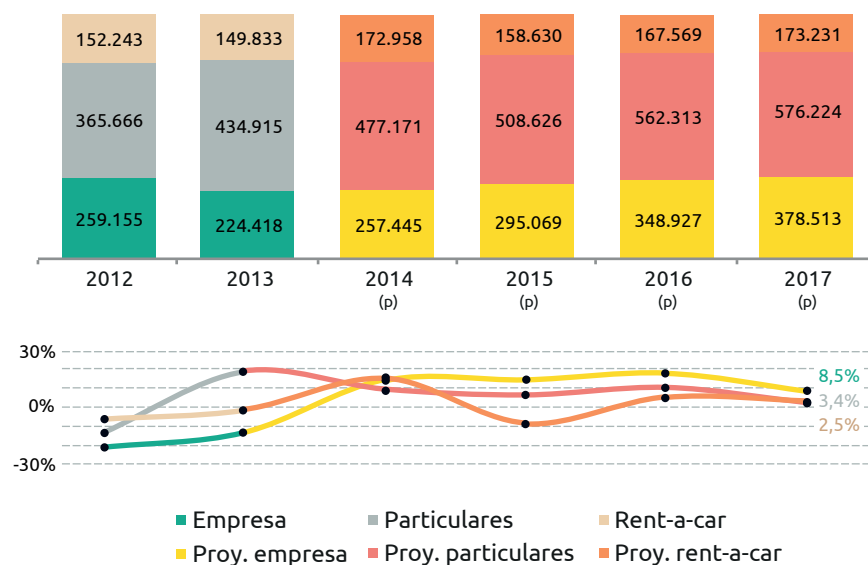
Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Las matriculaciones mantendrán la buena senda apuntada en 2013 y crecerán un 12,2% en 2014, aunque podrían aumentar si el plan PIVE se prorrogara después del verano. Se espera que este año se alcancen los 907.573 vehículos, lo que demuestra que el mercado, aunque todavía no ha alcanzado la velocidad de crucero, avanza. Esta tendencia se mantendrá en los próximos años.

Gráfico II.38: Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)

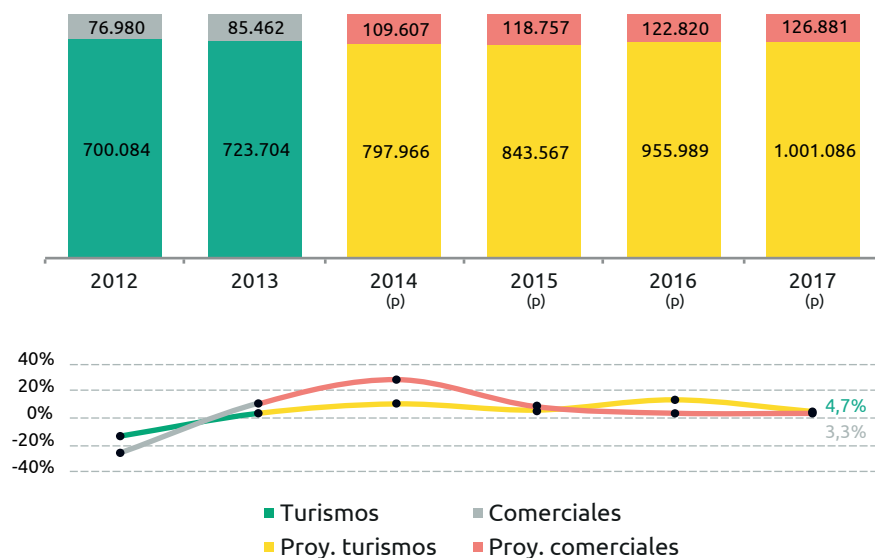


Fuente: DGT y previsiones MSI

Las estimaciones muestran que además del canal de particulares, que es el que se beneficia de los estímulos de los planes PIVE y lograría 477.181 matriculaciones nuevas este año, también crecerá el canal de empresa, con 257.445 unidades, así como las firmas de alquiler, que sumarán 172.958 vehículos en 2014 pese a no contar con ayudas. El rent a car sufriría un leve descenso el próximo año, mientras que los otros dos canales mantendrían el aumento de matriculaciones.



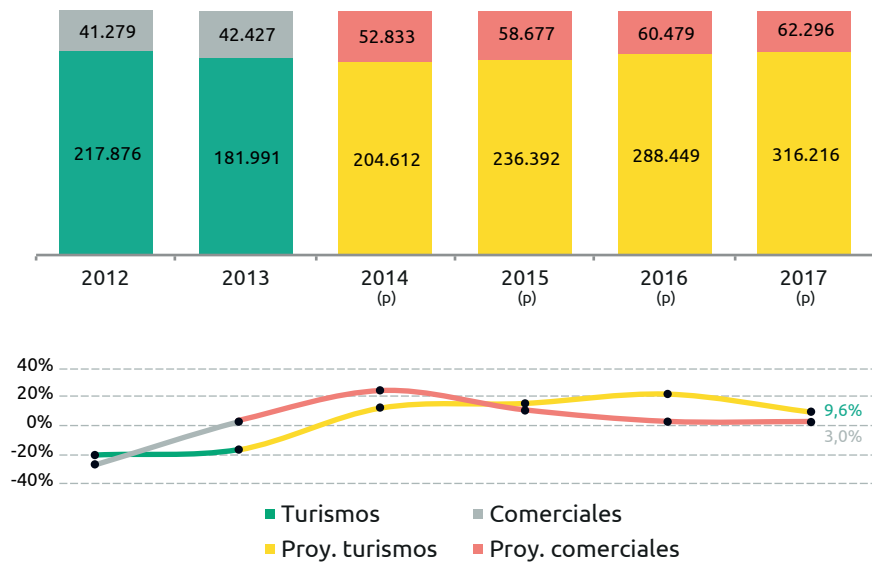
Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) - Total Mercado



Fuente: DGT y previsiones MSI

Por tipo de vehículo los turismos, aunque se quedarán cerca, no lograrán superar la barrera de las 800.000 unidades en 2014, mientras que los comerciales superarán de manera holgada la de las 100.000. Las perspectivas llevan a los turismos a rebasar el millón de unidades matriculadas en 2017.

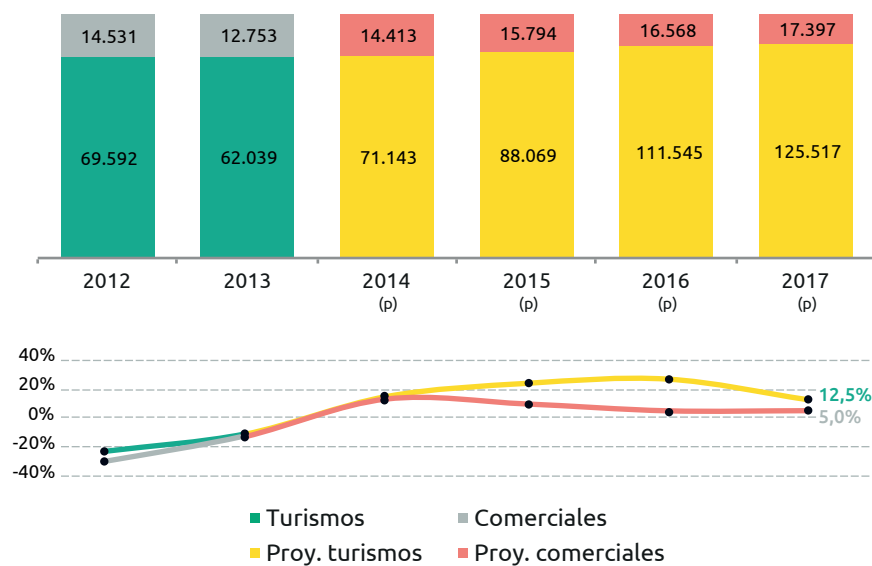
Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

A partir de 2014 y después del descenso paulatino sufrido hasta el 2013, los turismos para el canal empresa lograrán superar la cifra de 200.000 unidades, siguiendo un incremento paulatino en los sucesivos años. Este incremento también se producirá en los comerciales, si bien no será tan marcado como en turismos.

Gráfico II.41: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

El renting remontará tras el descenso experimentado en 2013 y coge fuelle este año, en el que se espera que matricule 71.143 turismos, tendencia que irá en aumento en los ejercicios sucesivos. Los comerciales también elevan sus cifras, pero en menor proporción.



B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

Tabla II.8: Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado

MERCADO TOTAL TURISMOS	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	43.322	+ 36,5%	39.979	-7,7%	44.662	+ 11,7%	46.409	+ 3,9%
Pequeño	200.384	+ 7,1%	213.117	+ 6,4%	238.986	+ 12,1%	248.465	+ 4,0%
Medio	193.718	+ 9,6%	203.255	+ 4,9%	229.612	+ 13,0%	239.947	+ 4,5%
Medio Alto	80.818	-0,7%	95.066	+ 17,6%	110.202	+ 15,9%	117.274	+ 6,4%
Alto	12.013	+ 17,0%	13.221	+ 10,1%	15.208	+ 15,0%	15.998	+ 5,2%
Lujo	2.145	+ 32,0%	2.150	+ 0,3%	2.435	+ 13,3%	2.521	+ 3,5%
Monovolumen Compacto	117.704	+ 5,3%	124.088	+ 5,4%	141.938	+ 14,4%	150.322	+ 5,9%
Monovolumen Estándar	16.430	+ 3,5%	19.425	+ 18,2%	22.375	+ 15,2%	23.751	+ 6,1%
Deportivos	1.590	-5,4%	1.939	+ 21,9%	2.194	+ 13,2%	2.277	+ 3,8%
Todo Terreno Bajo	95.062	+ 29,3%	92.472	-2,7%	104.851	+ 13,4%	109.321	+ 4,3%
Todo Terreno Medio	26.996	+ 8,5%	29.969	+ 11,0%	33.317	+ 11,2%	34.123	+ 2,4%
Todo Terreno Alto	7.765	+ 11,0%	8.768	+ 12,9%	10.081	+ 15,0%	10.551	+ 4,7%
Otros	19	-80,6%	118	+521,1%	128	+ 8,5%	127	-0,8%
Total	797.966	+ 10,3%	843.567	+ 5,7%	955.989	+ 13,3%	1.001.086	+ 4,7%

Fuente: MSI

El precio medio de un vehículo nuevo tiene un impacto alto en un sueldo medio, por lo que los coches pequeños volverán a ser los más solicitados en 2014 [200.384 unidades], seguidos de cerca por el segmento medio que, con 193.718 vehículos crece un 9,6%. El aumento global superará el 10%.

Tabla II.9: Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa

CANAL EMPRE- SA-TURISMOS	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
<i>Micro</i>	6.186	+ 7,7%	7.353	+ 18,9%	8.942	+ 21,6%	9.729	+ 8,8%
<i>Pequeño</i>	36.310	+ 23,2%	39.521	+ 8,8%	48.623	+ 23,0%	53.503	+ 10,0%
<i>Medio</i>	48.566	+ 18,9%	53.704	+ 10,6%	65.962	+ 22,8%	72.700	+ 10,2%
<i>Medio Alto</i>	35.368	+ 2,4%	44.745	+ 26,5%	54.677	+ 22,2%	59.938	+ 9,6%
<i>Alto</i>	7.282	+ 14,4%	8.617	+ 18,3%	10.289	+ 19,4%	11.066	+ 7,5%
<i>Lujo</i>	1.215	+ 38,4%	1.269	+ 4,4%	1.489	+ 17,4%	1.574	+ 5,7%
<i>Monovolumen Compacto</i>	25.794	+ 2,9%	29.600	+ 14,8%	36.385	+ 22,9%	40.400	+ 11,0%
<i>Monovolumen Estándar</i>	5.288	+ 23,1%	6.199	+ 17,2%	7.701	+ 24,2%	8.562	+ 11,2%
<i>Deportivos</i>	827	+ 0,4%	1.018	+ 23,0%	1.194	+ 17,3%	1.265	+ 5,9%
<i>Todo Terreno Bajo</i>	19.593	+ 9,6%	23.528	+ 20,1%	28.705	+ 22,0%	31.511	+ 9,8%
<i>Todo Terreno Medio</i>	12.399	+ 12,6%	14.155	+ 14,2%	16.616	+ 17,4%	17.616	+ 6,0%
<i>Todo Terreno Alto</i>	5.773	+ 14,5%	6.632	+ 14,9%	7.805	+ 17,7%	8.290	+ 6,2%
<i>Otros</i>	10	-71,4%	52	+418,9%	60	+ 15,7%	62	+ 2,6%
Total	204.612	+ 12,4%	236.392	+ 15,5%	288.449	+ 22,0%	316.216	+ 9,6%

Fuente: MSI

Dentro del canal empresa los vehículos medios volverán a ser los más requeridos y cerrarán el ejercicio con 48.566 unidades matriculadas, un 18,9% más. No obstante, el mayor aumento lo registrará el pequeño, que crecerá un 23,2% hasta las 36.310 unidades.

Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos - Renting

RENTING - TURISMOS	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	2.107	+ 70,3%	1.924	- 8,7%	2.434	+ 26,5%	2.722	+ 11,9%
Pequeño	11.181	+ 10,5%	14.509	+ 29,8%	18.559	+ 27,9%	21.015	+ 13,2%
Medio	20.810	+ 32,4%	23.001	+ 10,5%	29.273	+ 27,3%	33.076	+ 13,0%
Medio Alto	16.884	+ 0,1%	23.197	+ 37,4%	29.137	+ 25,6%	32.531	+ 11,6%
Alto	2.530	+ 13,5%	3.263	+ 29,0%	4.038	+ 23,7%	4.455	+ 10,3%
Lujo	112	-18,8%	182	+ 62,4%	222	+ 22,2%	242	+ 8,7%
Monovolumen Compacto	6.982	+ 10,9%	8.450	+ 21,0%	10.903	+ 29,0%	12.481	+ 14,5%
Monovolumen Estándar	1.352	+ 16,2%	1.739	+ 28,6%	2.236	+ 28,6%	2.551	+ 14,1%
Deportivos	58	-38,3%	126	+ 117,9%	155	+ 22,5%	169	+ 9,4%
Todo Terreno Bajo	4.193	+ 19,4%	5.290	+ 26,2%	6.775	+ 28,1%	7.726	+ 14,0%
Todo Terreno Medio	3.584	+ 8,7%	4.547	+ 26,9%	5.563	+ 22,3%	6.090	+ 9,5%
Todo Terreno Alto	1.348	-1,6%	1.837	+ 36,3%	2.247	+ 22,3%	2.455	+ 9,2%
Otros	0	-100,0%	2	+ 0,0%	3	+ 50,0%	3	+ 0,0%
Total	71.141	+ 14,7%	88.069	+ 23,8%	111.545	+ 26,7%	125.516	+ 12,5%

Fuente: MSI

En el caso del renting el segmento medio experimentará un fuerte incremento del 32,4% y sumará 20.810 unidades, en detrimento del medio alto, preferido en años anteriores, que se estanca y apenas crece un 0,1%, aunque mantiene la segunda posición con 16.884 vehículos.

Tabla II.11: Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado

MERCADO TO-TAL-COMERCIALES	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	1.966	+ 24,0%	2.286	+ 16,3%	2.515	+ 10,0%	2.925	+ 16,3%
Derivados Turismos	61.663	+ 26,0%	70.277	+ 14,0%	73.871	+ 5,1%	77.096	+ 4,4%
Microvan	191	+ 4,1%	233	+ 21,7%	291	+ 25,1%	346	+ 18,6%
< 2 Tn	44	-17,1%	98	+123,6%	114	+ 15,7%	135	+ 19,1%
2 a < 2,7 Tn	4.808	+ 9,4%	5.487	+ 14,1%	5.814	+ 5,9%	6.022	+ 3,6%
2,7 a < 3,5 Tn	18.857	+ 32,3%	20.657	+ 9,5%	21.607	+ 4,6%	22.605	+ 4,6%
3,5 Tn	14.946	+ 26,3%	16.752	+ 12,1%	17.669	+ 5,5%	18.548	+ 5,0%
Otros Comerciales	5.291	+ 25,1%	6.131	+ 15,9%	6.475	+ 5,6%	6.845	+ 5,7%
Total	107.766	+ 26,1%	121.922	+ 13,1%	128.355	+ 5,3%	134.523	+ 4,8%

Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, los derivados de turismos continúan como los más representativos del mercado y crecerán un 26%, hasta las 61.663 unidades. Destaca que los vehículos de menos de dos toneladas sufrirán un apreciable descenso del 17,1%, mientras que los de entre 2,7 y 3,5 toneladas recuperan el terreno perdido en 2012 y aumentarán el parque en 18.857 unidades.

Tabla II.12: Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa

CANAL EMPRESA - COMERCIALES	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	1.794	+ 18,3%	2.133	+ 19,0%	2.255	+ 5,7%	2.425	+ 7,5%
Derivados Turismos	28.761	+ 27,6%	34.081	+ 18,5%	35.881	+ 5,3%	37.621	+ 4,8%
Microvan	209	+ 18,9%	255	+ 22,0%	277	+ 8,3%	303	+ 9,4%
< 2 Tn	11	-76,7%	25	+125,1%	28	+ 15,2%	30	+ 5,0%
2 a < 2,7 Tn	2.025	-4,2%	2.565	+ 26,6%	2.804	+ 9,3%	2.957	+ 5,4%
2,7 a < 3,5 Tn	8.426	+ 23,5%	9.290	+ 10,3%	9.690	+ 4,3%	10.243	+ 5,7%
3,5 Tn	7.600	+ 20,4%	8.403	+ 10,6%	8.743	+ 4,0%	9.054	+ 3,6%
Otros Comerciales	3.834	+ 32,1%	4.359	+ 13,7%	4.533	+ 4,0%	4.793	+ 5,7%
Total	52.661	+ 24,1%	61.112	+ 16,0%	64.211	+ 5,1%	67.425	+ 5,0%

Fuente: MSI

El canal empresa mantiene la pauta de los comerciales y optará también por los derivados de turismos como segmento más solicitado con 28.761 vehículos. En este canal también pierde importancia el segmento de menos de dos toneladas, que apenas tendrá incidencia en el mercado y caerá un 76,7%.



Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting

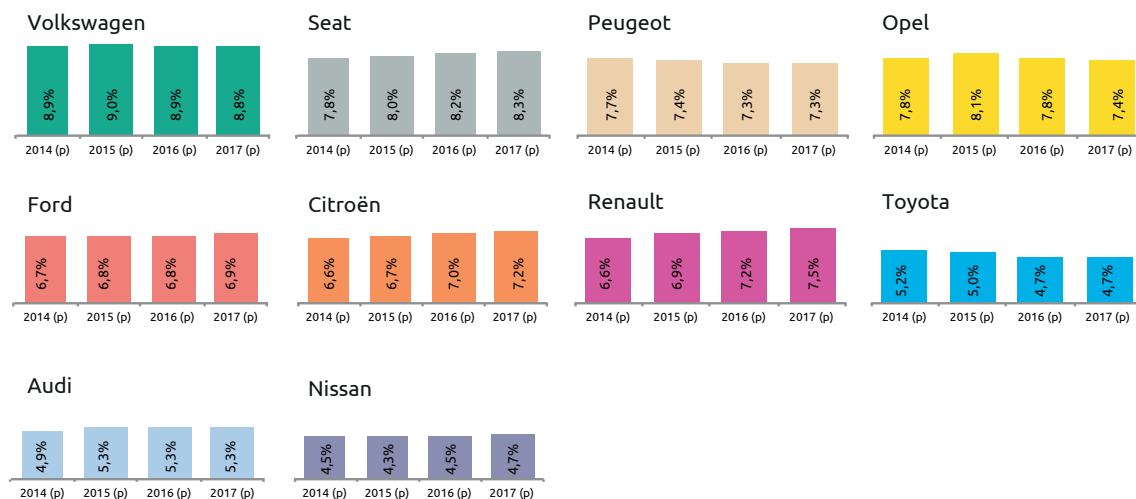
RENTING - COMERCIALES	2014 (p)		2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	974	+ 0,6%	969	-0,5%	1.006	+ 3,8%	1.057	+ 5,1%
Derivados Turismos	8.774	-0,1%	8.673	-1,2%	8.936	+ 3,0%	9.357	+ 4,7%
Microvan	21	-64,8%	31	+ 44,0%	40	+ 29,0%	44	+ 10,0%
< 2 Tn	5	+ 100,0%	6	+ 34,9%	7	+ 7,6%	7	+ 5,4%
2 a < 2,7 Tn	868	+ 107,7%	1.151	+ 32,5%	1.215	+ 5,5%	1.265	+ 4,2%
2,7 a < 3,5 Tn	1.790	+ 52,1%	2.420	+ 35,2%	2.633	+ 8,8%	2.764	+ 5,0%
3,5 Tn	1.059	+ 33,8%	1.461	+ 38,0%	1.588	+ 8,7%	1.685	+ 6,1%
Otros Comerciales	818	+ 46,9%	1.084	+ 32,5%	1.144	+ 5,5%	1.219	+ 6,6%
Total	14.309	+ 12,2%	15.795	+ 10,4%	16.569	+ 4,9%	17.398	+ 5,0%

Fuente: MSI

Respecto a los vehículos de renting los derivados de turismos lograrán frenar la importante merma de otros ejercicios y sumarán 8.774 unidades, lo que les mantiene como el segmento más demandado.

C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante

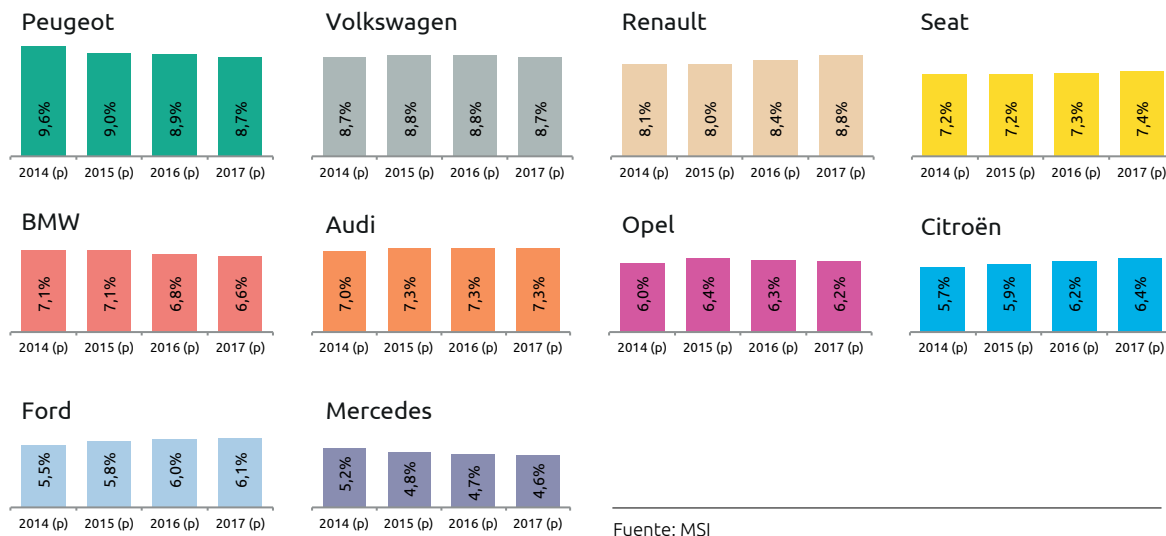
Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado



Fuente: MSI

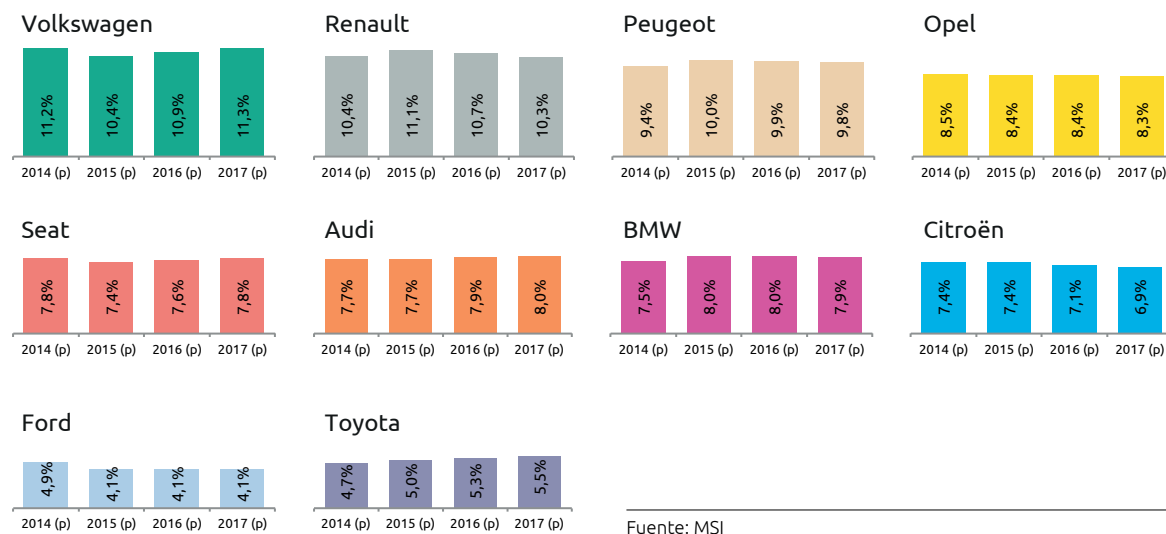
Volkswagen volverá a ser el fabricante con mayor cuota de ventas en los ejercicios venideros con porcentajes siempre cercanos al 9%, seguido por Seat, que fluctuará sobre el 8%. Peugeot (7,7%), Opel (7,7%), Ford (6,7%), Citroën (6,6%), Renault (6,6%) Toyota (5,2%), Audi (4,9%) y Nissan (4,5%) completan las diez primeras marcas en turismos en 2014.

Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa



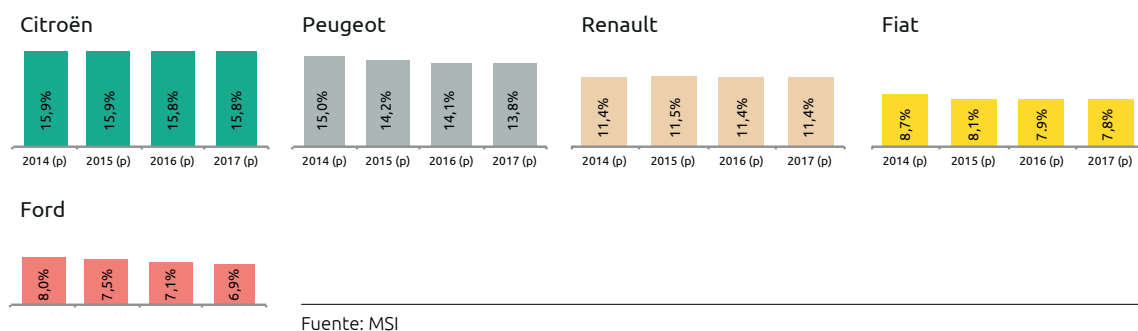
En el canal empresa Peugeot mantendrá su hegemonía al obtener una cuota del 9,6% en 2014, seguido de Volkswagen (8,7%), Renault (8,1%), Seat (7,2%), BMW (7,1%), Audi (7%), Opel (6%), Citroën (5,7%), Ford (5,5%) y Mercedes (5,2%).

Gráfico II.44: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting



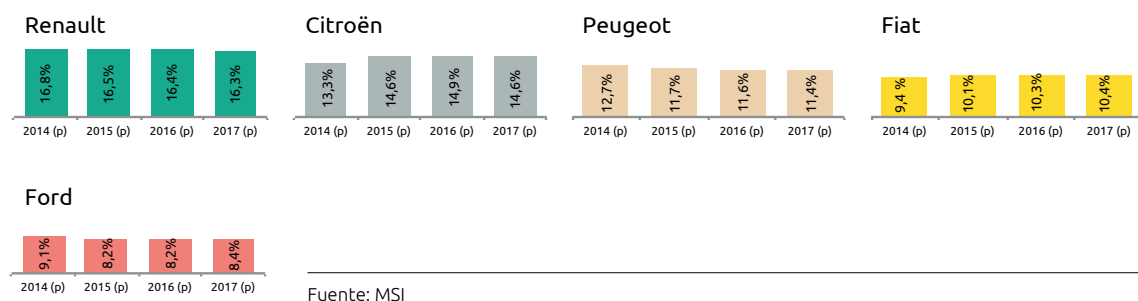
Volkswagen, un año más, será el fabricante más solicitado en el canal de renting con un 11,2% de cuota de mercado. Renault (10,4%), Peugeot (9,4%) y Opel (8,5%) completarán el cuarteto de los más demandados.

Gráfico II.45: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado



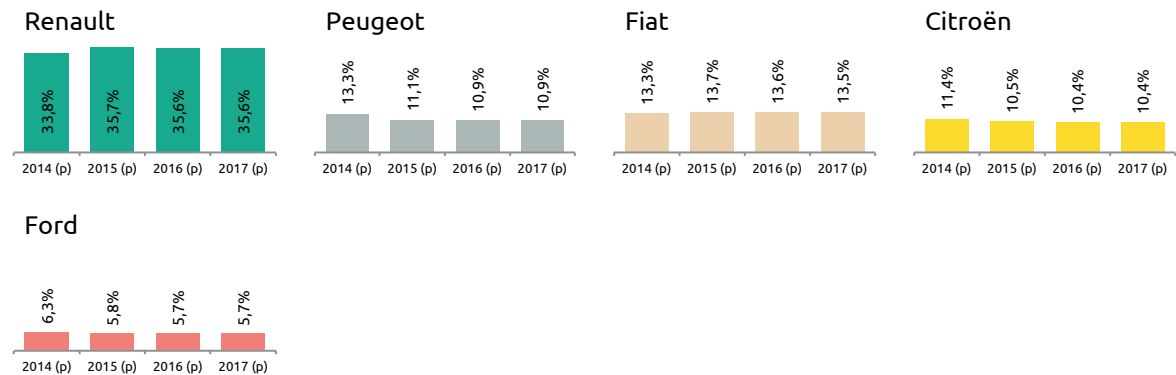
En el caso de los comerciales, Citroën se mantendrá como la marca más vendida (15,9%), seguida de Peugeot (15,0%) y Renault (11,4%).

Gráfico II.46: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa



El canal de empresa seguirá dominado por Renault (16,8%), Citroën (13,3%) y Peugeot (12,7%) en 2014. Completarán el quinteto de más vendidos Fiat (9,4%) y Ford (9,1%).

Gráfico II.47: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting



Renault conseguirá un tercio del mercado de comerciales de renting (33,8%), seguido por Peugeot (13,3%) y Fiat (13,3%). El Top 5 de marcas lo completarán Citroën (11%) y Ford (6,3%).



CAPÍTULO III

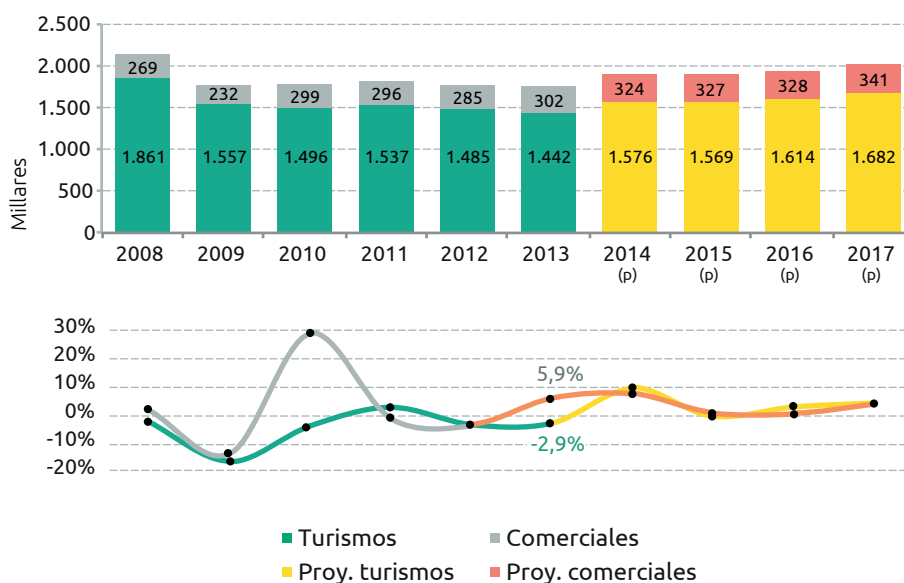
Mercado del vehículo de ocasión

03

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN

A. Evolución y previsión de las Ventas de VO

Gráfico III-1. Evolución transferencias de VO - Total Mercado (cifras absolutas en miles)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



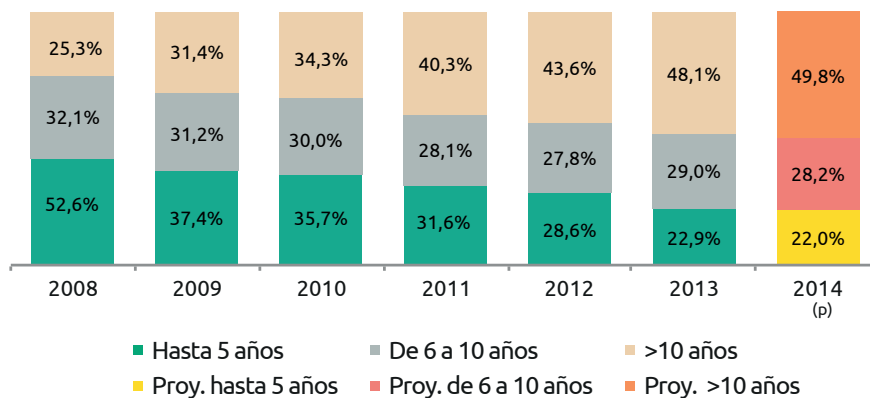
(*) El dato de 2013 solo está proyectado para los VO comerciales
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La evolución de las ventas de vehículos de ocasión (VO) en 2013 ha mantenido la pauta descendente de 2012, con una caída total de 26.383 matriculaciones (-1,5%) respecto al año anterior. El segmento de los turismos fue el principal causante del retroceso, al ceder 43.310 matriculaciones (-2,9%), mientras que las altas de vehículos comerciales aumentaron en 16.927 unidades (+5,9%).

Las previsiones indican que 2014 pondrá fin a la recesión y dará paso a un periodo de incremento de las matriculaciones del VO. Esta mejora posibilitará que en 2017 vuelvan a superarse los dos millones de matriculaciones, aproximándose así a las cifras anteriores al inicio de la crisis.

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

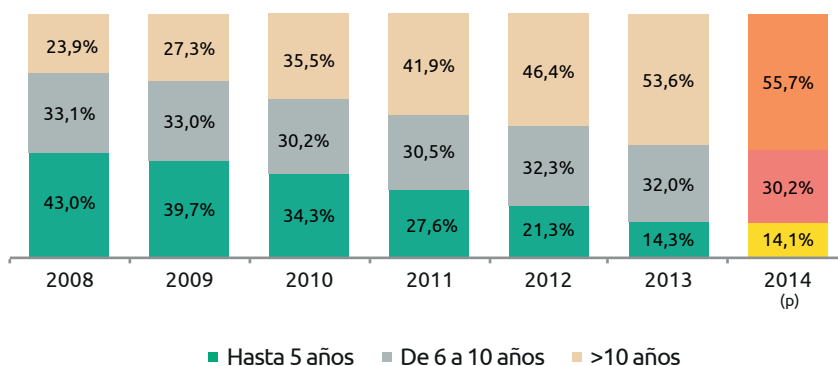
Gráfico III-2. Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El turismo de ocasión con una antigüedad superior a los diez años vuelve a aumentar su peso dentro del parque de VO de su segmento. En 2013 representaba el 48,1% del total, por el 29% de los vehículos de seis a diez años y el 22,9% de los que no superan los cinco. En 2014 se prevé que las unidades más antiguas supongan ya más de la mitad de los turismos de ocasión, por lo que al cierre del ejercicio alcanzarán el 49,8% del total (casi 785.000 vehículos).

Gráfico III-3. Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales

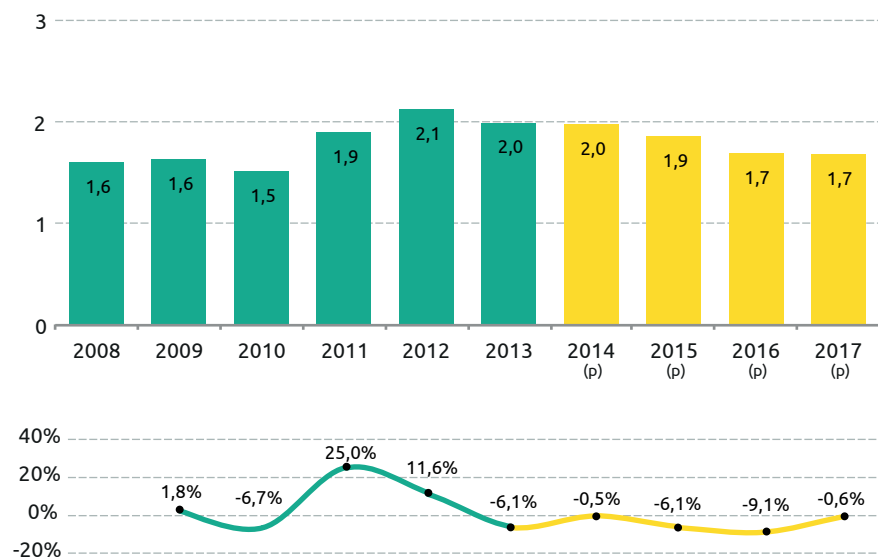


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La estructura por edad del segmento del VO comercial es muy similar a la del turismo. Los vehículos con más de 10 años de antigüedad alcanzaron el 53,6% del total en 2013, con un aumento interanual de 7,2 puntos porcentuales. Durante 2014 las previsiones apuntan hacia un aumento de su importancia, que podría alcanzar el 55,7% de cuota.

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo

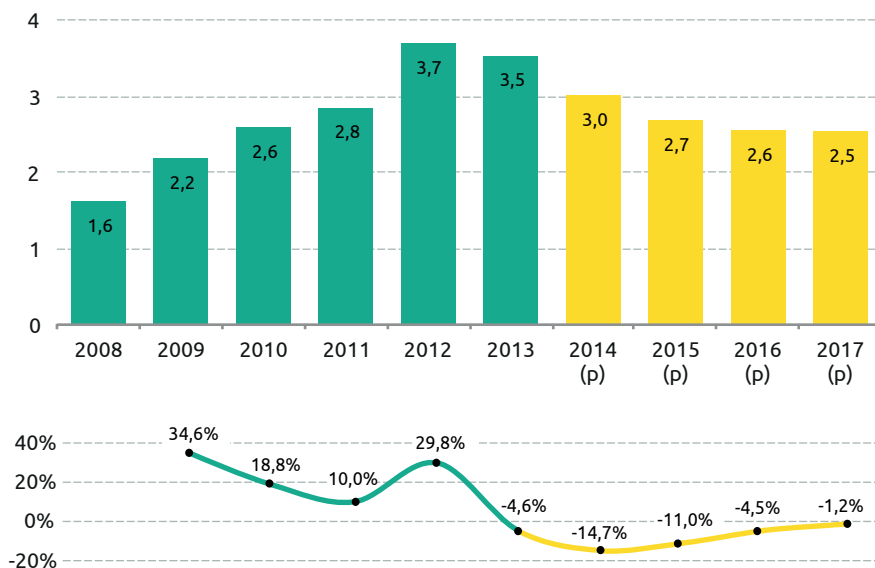
Gráfico III-4. Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Turismos
(ratio en barras y evolución interanual en línea)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los últimos años estuvieron caracterizados por el aumento del ratio del VO vs VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos, por lo que cada vez había más vehículos de ocasión por cada vehículo nuevo. El pasado ejercicio registró un cambio de tendencia, al bajar el ratio interanual un 6,1% y situarse en un valor de 2,0. En los próximos ejercicios se registrará una tendencia al decrecimiento del ratio del VO/VN.

Gráfico III-5. Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Comerciales
(ratio en barras y evolución interanual en línea)

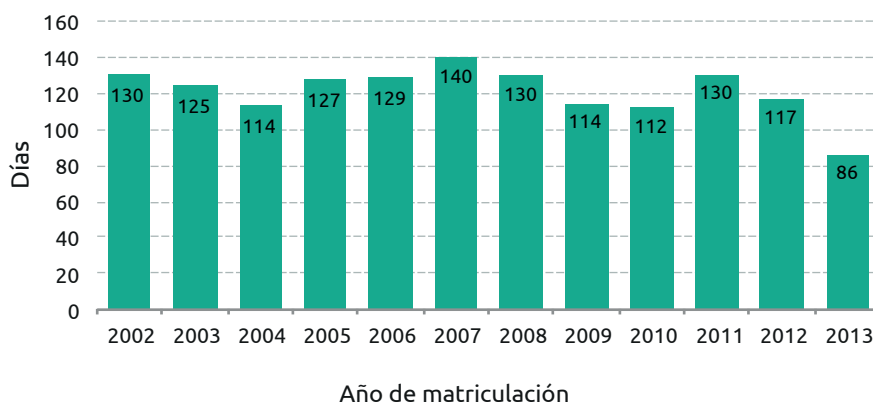


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La evolución del ratio VO vs VN en el caso del vehículo comercial se ha mantenido y las previsiones apuntan a que registrará una tendencia muy similar al del segmento de turismos. De igual forma, en 2013 la tendencia varía de creciente a decreciente, marcando un ratio de 3,5. Es decir, por cada vehículo comercial de ocasión matriculado harán lo propio algo más de 3,5 vehículos de ocasión.

D. Tiempo medio de stock del VO

Gráfico III-6. Tiempo medio de stock



Fuente: Eurotax

En el caso de los vehículos de menos de un año de antigüedad, el promedio de días que permanecen inmovilizados hasta su venta se sitúa en torno a los 2,8 meses. En lo que respecta a los vehículos de ocasión con más de diez años de antigüedad, este periodo de permanencia en stock quedaría fijado en 4,2 meses.

E. Ventas de VO por tipo de combustible

Tabla III-1. Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos

	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	554.652	38,5%	601.284	38,1%	+ 8,4%
Diesel	887.126	61,5%	974.820	61,9%	+ 9,9%
Totales	1.441.778		1.576.104		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Según el tipo de combustible, los turismos diésel predominan frente al vehículo de gasolina en el análisis de ventas del turismo de ocasión. El diésel sumó el 61,5% de las transacciones, por solo el 38,5% de las motorizaciones de gasolina. El crecimiento esperado para 2014 es muy parejo en ambas modalidades, por lo que la relación de ventas entre ambos apenas variará. Las previsiones cifran por encima de 1,57 millones las ventas finales del año.

Tabla III-2. Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales

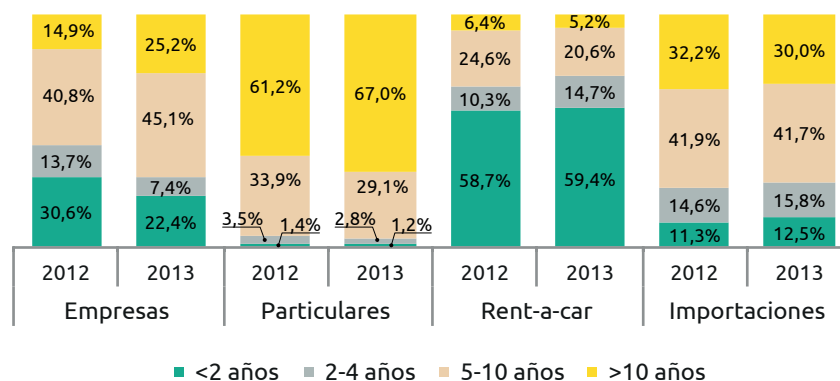
	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	9.287	3,1%	9.819	3,0%	+ 5,7%
Diesel	292.251	96,9%	314.239	97,0%	+ 7,5%
Totales	301.538		324.058		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los VO comerciales el predominio de automóviles que utilizan motores diésel es mucho mayor. En 2013 se vendieron 292.000 vehículos de este tipo, lo que supone el 96,9% del mercado del VO en el segmento comercial. Para 2014 se prevé que las ventas asciendan más en los diésel (7,5%) que en los gasolina (5,7%).

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

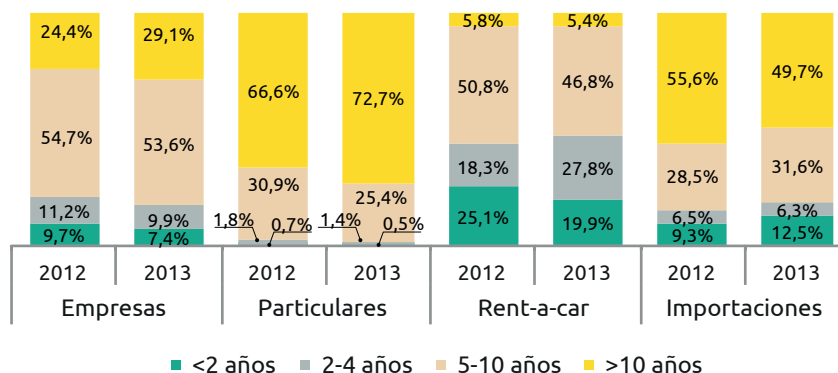
Gráfico III-7. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El análisis de las ventas según el canal de procedencia del vehículo y la antigüedad refleja el diferente uso que se hace de los mismos en cada canal. En los dos extremos se sitúan los particulares y la modalidad de rent a car. Los primeros mantienen mucho más tiempo la propiedad de los vehículos, de ahí que hasta el 67% de los VO que vendieron contaban con más de diez años, relación que no deja de crecer en cada ejercicio. Rent a car se encuentra en el lado opuesto. Sólo el 5,2% de los vehículos que pusieron en el mercado de ocasión tenía más de una década, siendo los más comunes los de menos de 2 años (seis de cada diez VO vendidos).

Gráfico III-8: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que respecta a los vehículos comerciales destaca que el 72,7% de VO vendidos procedentes de particulares tiene más de diez años, mientras que los de importación con esta antigüedad alcanzan el 49,7%.

G. Evolución de las ventas de VO por segmento

Tabla III-3. Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos

	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Micro	71.189	4,9%	79.347	5,0%	+ 11,5%
Pequeño	319.052	22,1%	344.142	21,8%	+ 7,9%
Medio	418.226	29,0%	449.530	28,5%	+ 7,5%
Medio Alto	269.477	18,7%	297.027	18,9%	+ 10,2%
Alto	56.903	4,0%	64.164	4,1%	+ 12,8%
Lujo	6.542	0,5%	7.488	0,5%	+ 14,5%
Monovolumen Compacto	110.571	7,7%	121.687	7,7%	+ 10,1%
Monovolumen Estándar	34.727	2,4%	39.139	2,5%	+ 12,7%
Deportivos	26.161	1,8%	28.959	1,8%	+ 10,7%
Todo Terreno Bajo	62.304	4,3%	69.218	4,4%	+ 11,1%
Todo Terreno Medio	35.639	2,5%	39.557	2,5%	+ 11,0%
Todo Terreno Alto	27.445	1,9%	32.131	2,0%	+ 17,1%
Otros	3.544	0,2%	3.717	0,2%	+ 4,9%
TOTAL	1.441.778		1.576.104		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El top three en ventas VO según el segmento lo componen el “medio”, con 418.226 vehículos vendidos (29% del mercado), el “pequeño” con 319.052 transacciones (22,1%) y el “medio alto”, segmento al que correspondían 269.477 coches (18,7%) del total de mercado de ocasión.

Las previsiones para 2014 indican que las ventas de la gama alta o lujo registrarán destacados aumentos. Por ejemplo, en el segmento del todoterreno los mayores incrementos provendrán de la gama alta (17,1%). Del resto, los pertenecientes a “lujo” o gama “alta” incrementarán sus ventas un 14,5% y un 12,8% respectivamente. Ningún segmento empeorará sus números a lo largo de 2014.

Tabla III.4. Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales

	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Comerciales	8.459	2,8%	8.405	2,6%	-0,6%
Derivados Turismos	142.420	47,2%	154.140	47,6%	+ 8,2%
Microvan	290	0,1%	287	0,1%	-1,2%
< 2 TN	3.601	1,2%	3.646	1,1%	+ 1,3%
2 a < 2,7 TN	38.404	12,7%	40.946	12,6%	+ 6,6%
2,7 Tn a < 3,5Tn	50.905	16,9%	55.577	17,2%	+ 9,2%
3,5 Tn	43.740	14,5%	46.809	14,4%	+ 7,0%
Otros	17.719	4,6%	14.247	4,4%	-19,6%
TOTAL	301.538		324.058		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Derivados de turismos copará la primera plaza en número de ventas con 142.420 unidades, lo que supone el 47,2% del mercado del VO, con lo que mantiene una cuota muy similar a la que alcanzó en 2012. A distancia le siguen los comerciales de 2,7 a 3,5 toneladas (cuota del 16,9%) y los de 3,5 toneladas (14,5%), ambos con ligeros incrementos en su cuota de mercado.

H. Evolución de las ventas de VO por cilindrada

Tabla III.5. Ventas por cilindrada del vehículo - Turismos

	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	36.566	2,5%	40.437	2,6%	+ 10,6%
1001 - 2000 cc	1.196.589	83,0%	1.306.467	82,9%	+ 9,2%
2001 - 3000 cc	180.565	12,5%	198.010	12,6%	+ 9,7%
3001 - 4000 cc	19.145	1,3%	20.770	1,3%	+ 8,5%
4001 - 5000 cc	6.905	0,5%	8.115	0,5%	+ 17,5%
> 5000 cc	2.008	0,1%	2.305	0,1%	+ 14,8%
TOTAL	1.441.778		1.576.104		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Si atendemos a los datos de ventas por cilindrada, el turismo de ocasión más vendido cuenta con una potencia que oscila entre los 1.001 y 2.000 cc, lo que supone el 83% de los VO vendidos en 2013. El resto de año se hayan traspasado más 1,3 millones de VO entre 1.001 y 2.000 cc.

Tabla III-6. Ventas por cilindrada del vehículo - Comerciales

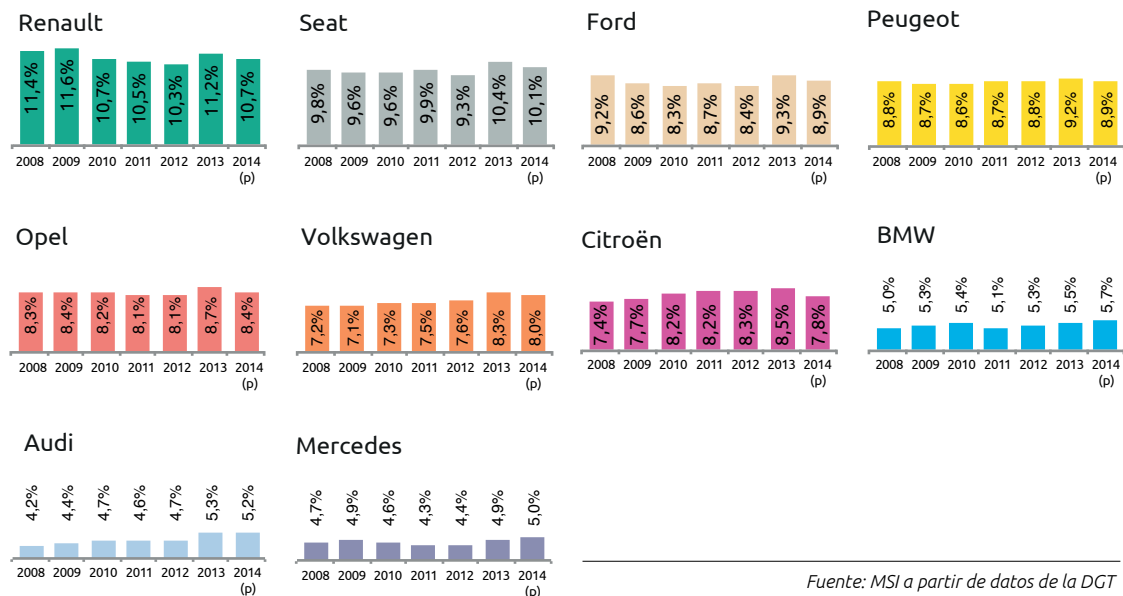
	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	1.616	0,5%	1.512	0,5%	-6,4%
1001 - 2000 cc	189.648	62,9%	205.477	63,4%	+ 8,3%
2001 - 3000 cc	109.723	36,4%	116.531	36,0%	+ 6,2%
3001 - 4000 cc	548	0,2%	523	0,2%	-4,6%
4001 - 5000 cc	4	0,0%	15	0,0%	+ 275,0%
TOTAL	301.538		324.058		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de VO comerciales, las ventas se reparten prácticamente en su totalidad entre los 1.001 y 2.000 cc (62,9%) y los de 2.001 a 3.000 cc (36,4%). El resto de vehículos suponen un número residual de ventas. En 2.014 se estima que ambos segmentos crezcan por encima del 5%.

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

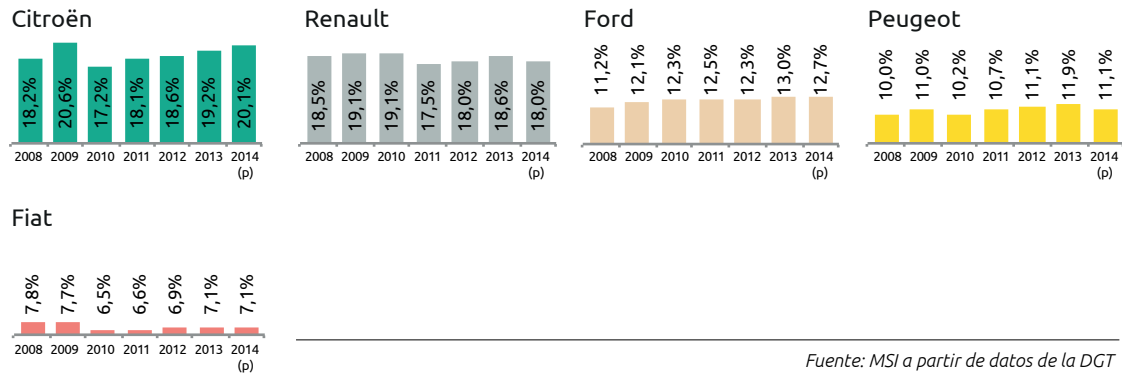
Gráfico III-9. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Renault y Seat mantuvieron en 2013 el liderazgo en ventas de vehículos de ocasión con cuotas superiores al 10%. Renault incrementó su margen del 10,3% al 11,2% el pasado ejercicio, pero la previsión para 2014 es que pierda algunas décimas. Seat, que había superado la barrera del 10% en 2013, también cederá terreno, pero logrará mantenerse por encima de la misma en 2014. Por encima del 9% también se situaron en 2013 Ford y Peugeot que, al igual que las dos anteriores, verán ligeramente reducido su peso en el mercado del turismo de ocasión.

Gráfico III-10. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales



En los VO comerciales, las dos marcas predominantes son Citroën, con un 19,2% de las ventas, y Renault con el 18,6%. Ford (13,0%) y Peugeot (11,9%) se sitúan a continuación en el ranking mientras que Fiat queda por debajo de los dos dígitos (7,1%).

En 2014 las posiciones en el ranking se mantienen estables. No obstante, la brecha entre Citroën y Renault podría alcanzar los dos puntos porcentuales debido al aumento de las ventas de la primera.



CAPÍTULO IV

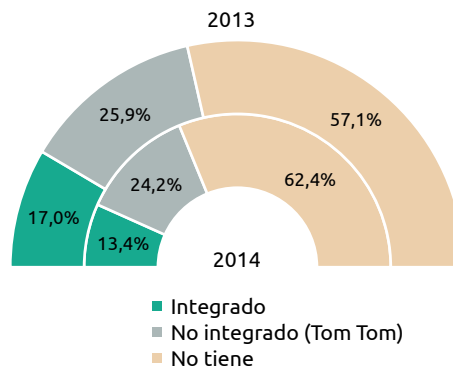
Equipamientos

04

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

A. Implantación del GPS

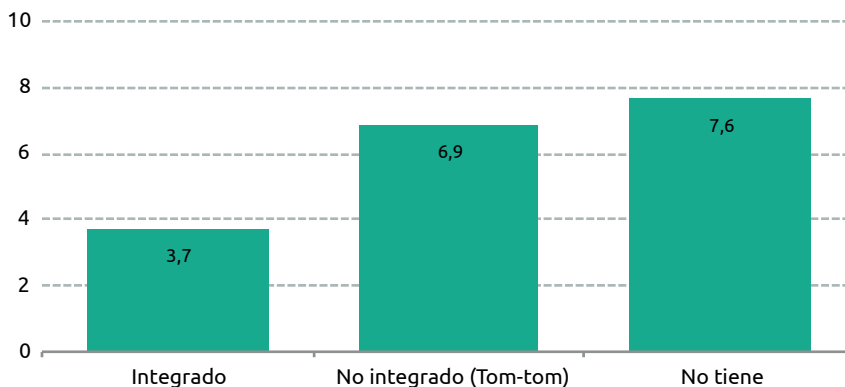
Gráfico IV.1: Implantación GPS - Comparativa 2013 vs. 2014



(*) Para GPS no integrado las respuestas pueden llevar intrínsecas aparatos tales como móviles, tabletas, etc., que el usuario no lo considera un GPS al uso. Fuente: CVO

El GPS tiene un uso minoritario en el mercado español, ya que un 62,4% de los vehículos de empresa carecen de este dispositivo, porcentaje que incluso ha crecido en relación al año pasado. Entre los automóviles que lo utilizan, los dispositivos no integrados suman el 24,2% del total (1,7 puntos porcentuales menos que en 2013), mientras que los sistemas de navegación de serie sólo alcanzan el 13,4% del total.

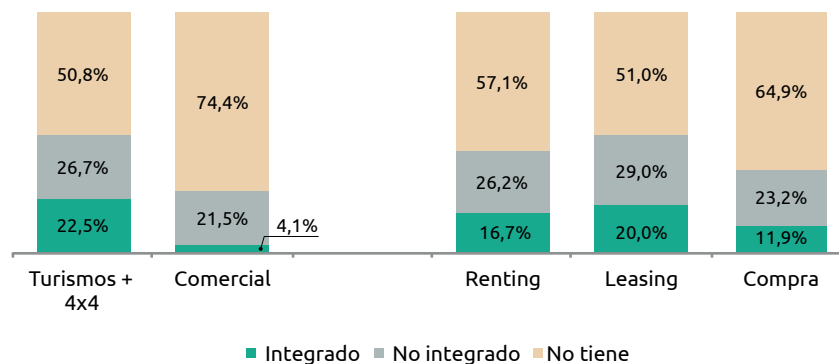
Gráfico IV.2: Implantación GPS por edad del vehículo



Fuente: CVO

Los vehículos con menos de cuatro años de antigüedad son los que cuentan con un mayor número de navegadores de serie, mientras que los que tienen dispositivos no integrados rozan los siete años de media. Los coches corporativos que superan los 7,6 años de media carecen de este tipo de tecnología.

Gráfico IV.3: Implantación GPS por tipología de vehículo y método de financiación

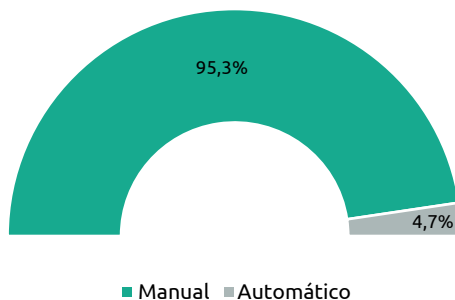


Fuente: CVO

Los turismos y los todoterreno son los vehículos en los que está más implantado el navegador, sea o no integrado, ya que casi la mitad de ellos cuenta con este dispositivo, mientras que en el caso de los comerciales el porcentaje se incrementa al 74,4% entre los que carecen de él. En cuanto al tipo de financiación, los vehículos de leasing son los que en mayor medida tienen instalados sistemas de GPS (49%) en sus dos modalidades, mientras que en los de renting este porcentaje llega al 42,9%. Entre los adquiridos a través de compra apenas llega al 12% los que introducen navegador de serie.

B. Tipo de Cambio

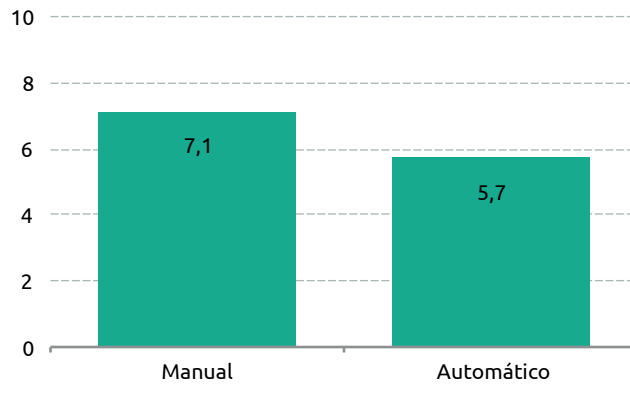
Gráfico IV.4: Tipo de cambio - Manual Vs. Automático



Fuente: CVO

El cambio manual claramente prevalece sobre el automático y esto queda reflejado en que tan sólo un 4,7% de los vehículos dispone de cambio automático.

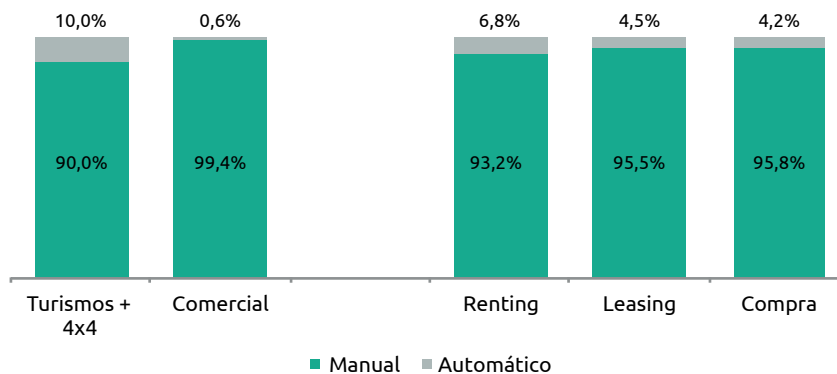
Gráfico IV.5: Tipo de cambio por edad del vehículo



Fuente: CVO

Los automóviles que disponen de cambio automático tienen una media de edad cercana a los seis años e inferior a la de los vehículos de cambio manual, que superan los siete años.

Gráfico IV.6: Tipo de cambio por tipología de vehículo y método de financiación

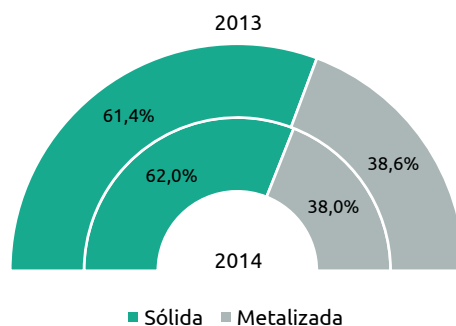


Fuente: CVO

La opción del cambio manual se impone sin apenas resquicio en los vehículos comerciales, mientras que la modalidad automática se circunscribe al 10% de turismos y todoterreno. En relación al método de financiación, el mayor número de automáticos recala en el renting (6,8%), mientras que en el leasing y en la compra directa apenas supera el 4%.

C. Pintura

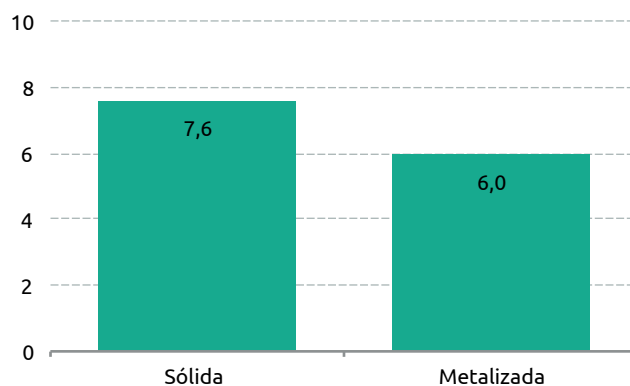
Gráfico IV.7: Tipo de pintura - Sólida Vs. Metalizada



Fuente: CVO

La pintura del vehículo muestra variación en relación al año 2013. La pintura sólida continúa como la preferida de los usuarios, mientras que la metalizada pierde un 0,6% con respecto al ejercicio anterior y queda en el 38%.

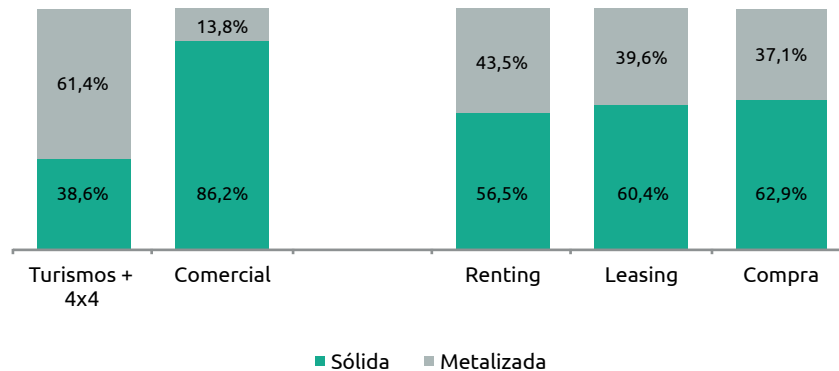
Gráfico IV.8: Tipo de pintura por edad del vehículo



Fuente: CVO

La pintura sólida o normal es la más utilizada en los modelos más antiguos (7,6 años), mientras que la metalizada es más común entre los modelos más modernos (6 años).

Gráfico IV.9: Tipo de pintura por tipología de vehículo y método de financiación



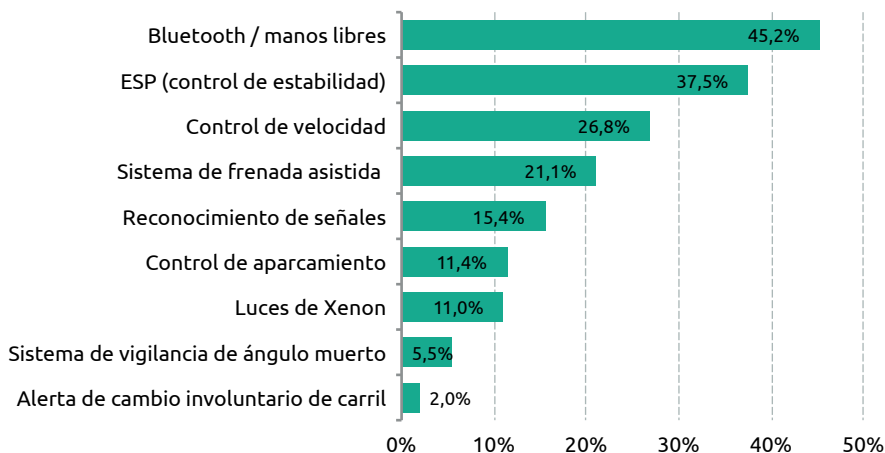
Fuente: CVO

Gran parte de la pintura metalizada corresponde a los turismos y todoterreno (61,4%), mientras que entre los comerciales la opción más común es la sólida, que alcanza el 86,2% del total, al primar el componente de funcionalidad por encima del estético. En lo que se refiere al método de financiación, la pintura sólida ronda el 60% de los vehículos en las tres modalidades (renting, leasing y compra), con pequeñas variaciones sobre esta cifra.

II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD

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

Gráfico IV.10: Integración de equipos de seguridad en el vehículo



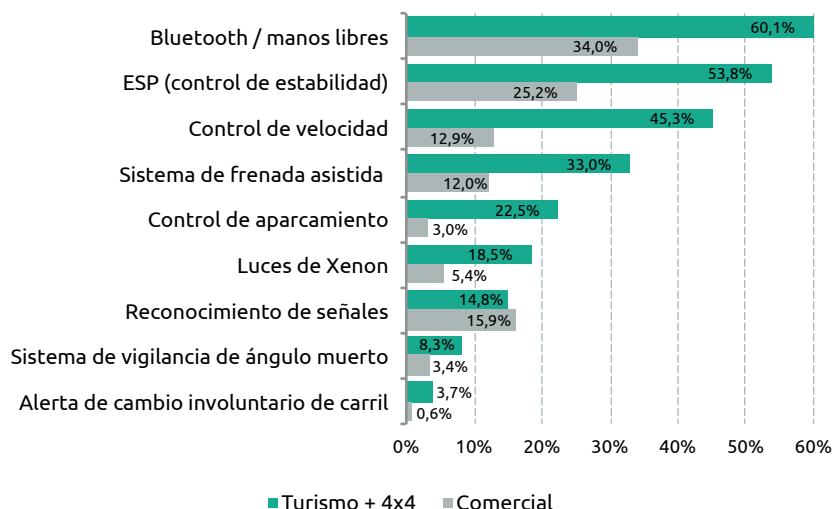
Fuente: CVO

La importancia de las comunicaciones se refleja en la utilización del manos libres, que alcanza el 45,2% de los vehículos de empresa, por delante del control de estabilidad (37,5%) y el control de velocidad (26,8%), equipamientos de seguridad más demandados. El sistema de frenada asistida (21,1%), el reconocimiento de señales (15,4%), el control de aparcamiento (11,4%) y las luces de Xenon (11%) se sitúan entre los elementos más representativos, mientras que el sistema de vigilancia del ángulo muerto (5,5%) y la alerta de cambio involuntario de carril (2%) son otras de las opciones utilizadas, aunque con menor implantación.



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

Gráfico IV.11: Integración de equipos de seguridad por tipología de vehículo

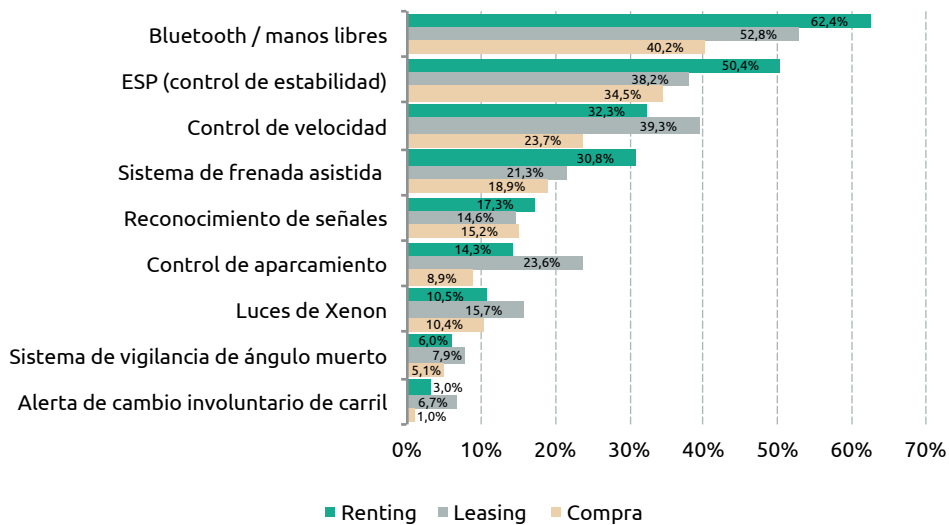


Fuente: CVO

En cuanto a la tipología del vehículo, los turismos y los todoterreno son los que integran mayores elementos de seguridad, al doblar los porcentajes en las partidas más importantes como el manos libres o el control de estabilidad, mientras que apenas el 12,9% de los comerciales cuenta con control de velocidad frente al 45,3% del resto de vehículos.

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

Gráfico IV.12: Integración de equipos de seguridad por método de financiación



Fuente: CVO

Los vehículos de renting superan al resto de modalidades de financiación en manos libres (62,4%), control de estabilidad (50,4%), sistema de frenada asistida (30,8%) y reconocimiento de señales (17,3%). Los coches de leasing optan en mayor medida que los demás por el control de velocidad (39,3%), el control de aparcamiento (23,6%) o las luces de xenon (15,7%) entre otros. Los coches de compra directa son los que cuentan con menor número de opciones de seguridad.



CAPÍTULO V

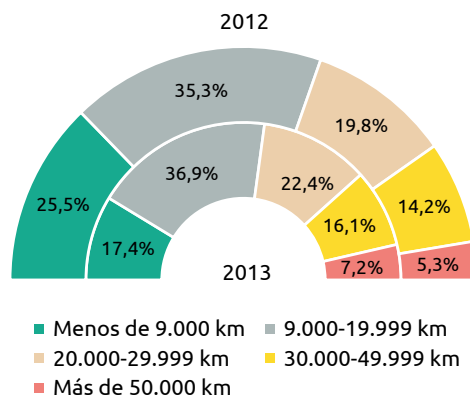
Mantenimiento

05

I. INTRODUCCIÓN

A. Kilometraje anual

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2012 vs 2013

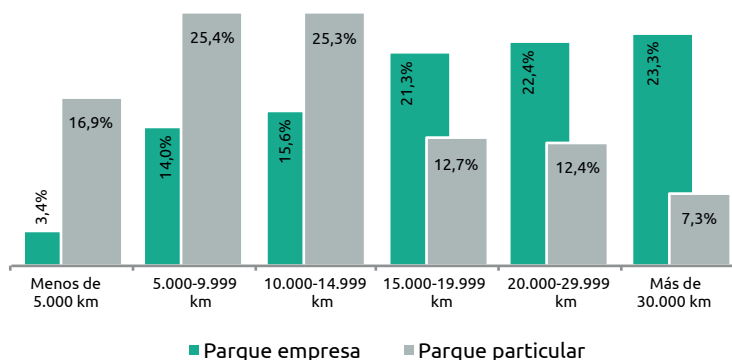


Fuente: CVO

El tramo medio más habitual en el segmento de empresa es el comprendido entre 9.000 y 19.900 kilómetros anuales (36,9%), seguido del tramo entre 20.000 y 29.999 kilómetros anuales (22,4%).

Con relación al año 2012, se produce un aumento en el kilometraje anual recorrido por los vehículos de empresa, siendo más acentuado en el tramo entre 20.000 y 29.999 kilómetros anuales donde el incremento es del 2,6%. Por el contrario, se reduce el porcentaje de aquellos vehículos que han recorrido menos de 9.000 kilómetros, pasando del 25,5% para el año 2012 al 17,4% en el 2013.

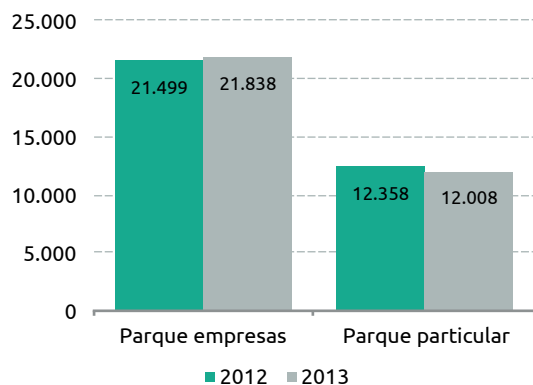
Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular



Fuente: CVO

La mayoría de usuarios privados suele utilizar el automóvil por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, al optar por el transporte público como medida de ahorro. A partir de este volumen de utilización se impone el vehículo de empresa, con cifras superiores a 10 puntos porcentuales sobre el privado en el tramo comprendido entre los 15.000 y los 30.000 kilómetros anuales y superiores a 15 puntos porcentuales cuando el kilometraje anual supera los 30.000 kilómetros.

Gráfico V.3: Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2012 y 2013

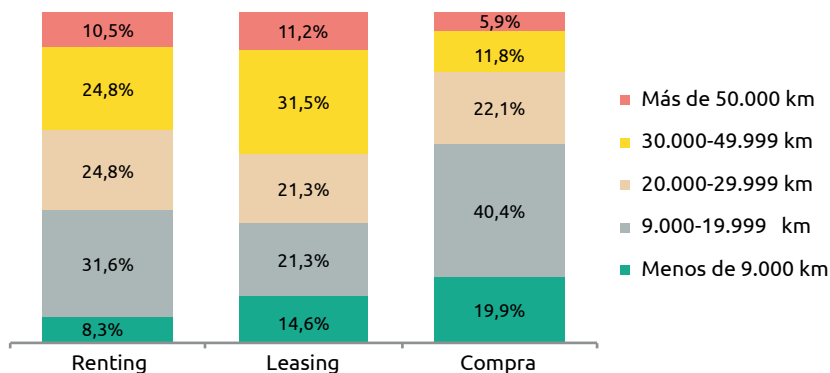


Fuente: CVO

El kilometraje medio anual de los vehículos de empresa alcanzó en 2013 los 21.838 kilómetros, lo que supone un aumento del 1,6% con respecto al año anterior. Por su parte, en los vehículos particulares se mantiene instalado en el entono de los 12.000 kilómetros anuales (- 2,8%).

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

Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación

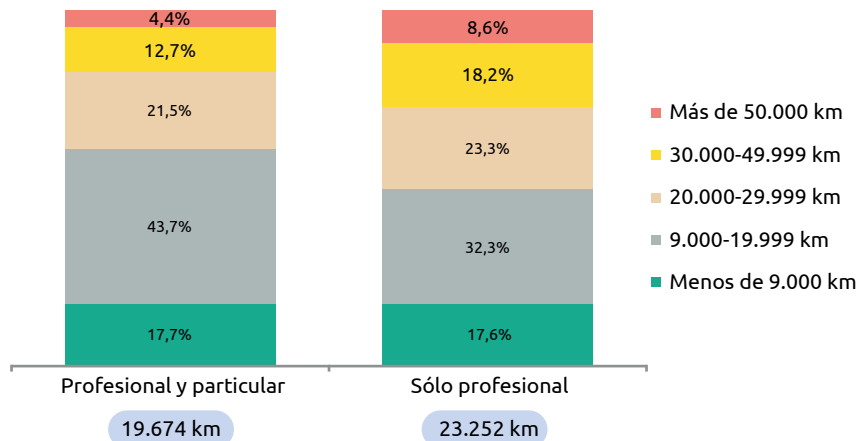


Fuente: CVO

La horquilla entre 9.000 y 19.999 kilómetros anuales es la que se impone en todas la variantes de financiación, aunque son los vehículos adquiridos por compra directa los que más circulan en esta franja (40,4%), seguidos de los de renting (31,6%). Estos últimos recorren más kilómetros en la banda superior (entre 20.000 y 29.999 kilómetros) que el resto.



Gráfico V.5: Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo

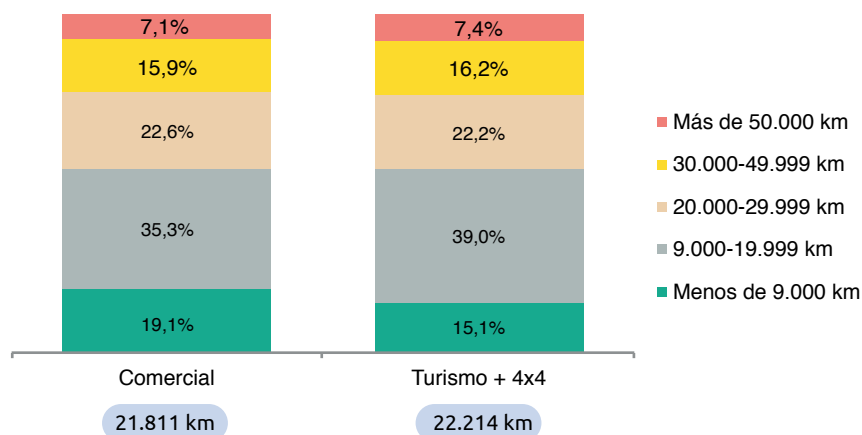


Fuente: CVO

El uso exclusivamente profesional del vehículo prevalece sobre el que combina la utilización tanto para trabajar como para actos privados. El uso profesional cuenta con un kilometraje medio anual de 23.252 kilómetros, frente a los 19.674 de uso mixto.

C. Kilometraje anual por tipo de vehículo

Gráfico V.6: Kilometraje anual por tipo de vehículo de empresa

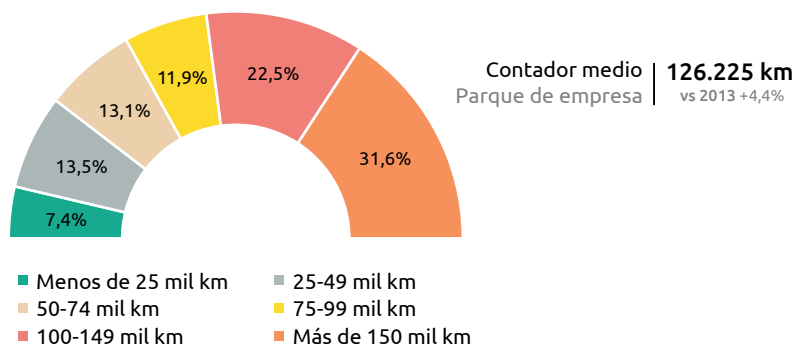


Fuente: CVO

En lo que se refiere al kilometraje anual por tipo de vehículo, los turismos y todoterreno son los más utilizados, con 22.214 kilómetros de media, frente a los 21.811 kilómetros de las furgonetas. Las franjas medias de kilometraje están muy parejas.

D. Kilometraje en el contador

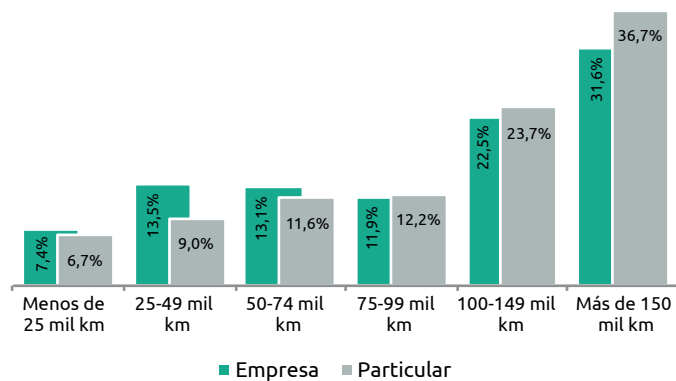
Gráfico V.7: Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa



Fuente: CVO

Los vehículos de empresa vuelven a aumentar un año más el kilometraje anual. El contador medio marcó el pasado año 126.225 kilómetros, un 4,4% más. Casi un tercio de estos vehículos supera los 150.000 kilómetros, y más de la mitad del parque total (54,1%) supera los 100.000.

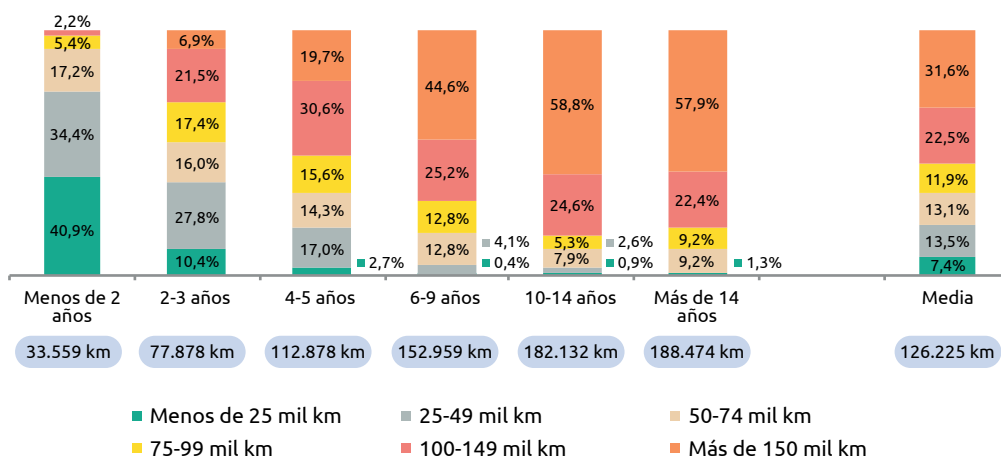
Gráfico V.8: Kilometraje acumulado parque empresas Vs. parque particular



Fuente: CVO

El vehículo particular mantiene un kilometraje medio superior con respecto al de empresa, debido a la menor rotación existente, alargando más en el tiempo la vida del vehículo. El 60,4% supera los 100.000 kilómetros, frente al 54,1% ya reseñado en el punto anterior de los comerciales. En las franjas más bajas de kilometraje el vehículo de empresa se impone, aunque con modelos más modernos que los correspondientes a los particulares.

Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo

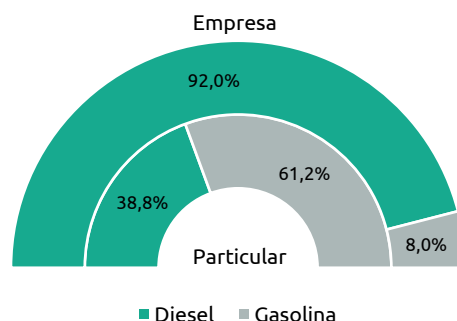


Fuente: CVO

España tiene un parque de vehículos envejecido, con una media de contadores que superan los 126.000 kilómetros y donde más del 50% supera los 100.000 kilómetros recorridos.

E. Tipo de motor

Gráfico V.10: Tipo de motor parque empresas Vs. parque particular

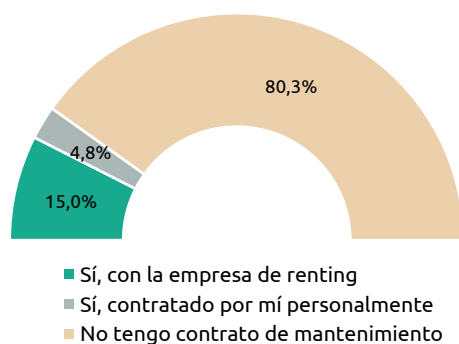


Fuente: CVO

La menor posibilidad de amortización convierte al vehículo de gasolina en el preferido de los particulares, mientras que las empresas apenas valoran esta opción, decantándose mayoritariamente por vehículos diesel; en concreto, nueve de cada diez empresas optan por dicha tipología de motor.

F. Contrato de mantenimiento

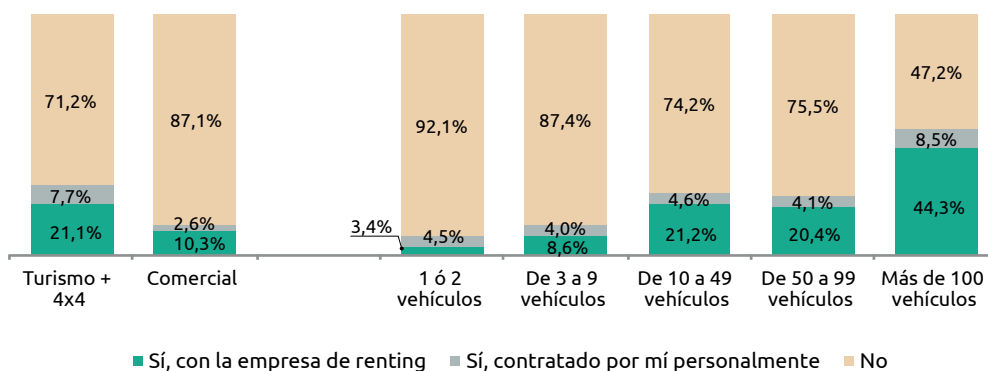
Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento



Fuente: CVO

Una amplia mayoría de usuarios de vehículo de empresa no cuenta con contrato de mantenimiento del vehículo (80,3%). El 15% opta por suscribirlo con la empresa de renting, mientras que un 4,8% lo pacta a título individual.

Gráfico V.12: Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y número vehículos de empresa



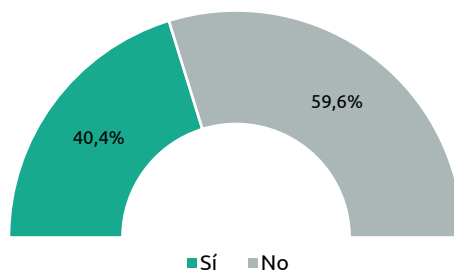
Fuente: CVO

La contratación de servicios de mantenimiento es más habitual en las grandes empresas. El 52,8% de las firmas con más de 100 vehículos lo suscribe, mientras que las que cuentan con menos de nueve automóviles desisten de su suscripción en un 90% de los casos. Estas opciones son más habituales entre los turismos y los todoterreno (28,8%) que entre los comerciales (12,9%).

II. NEUMÁTICOS

A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2013

Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2013

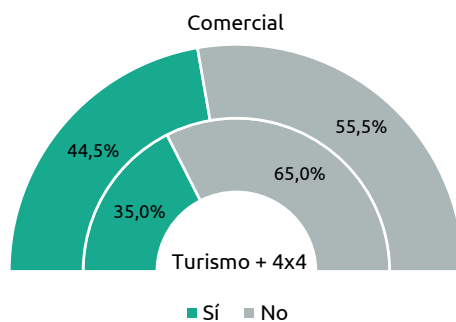


Fuente: CVO

El 40,4% de los vehículos de empresa realizó un cambio de neumático en 2013, frente al 59,6% que los mantuvo.

B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo

Gráfico V.14: Cambio de neumáticos por tipología de vehículo

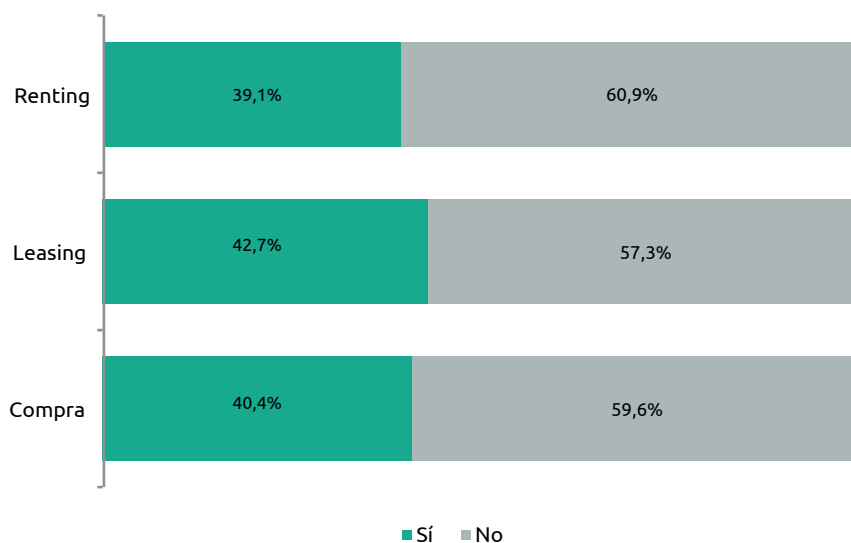


Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, el 44,5% de los comerciales cambió sus neumáticos, frente al 35% de los turismos y todoterreno.

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

Gráfico V.15: Cambio de neumáticos por método de financiación

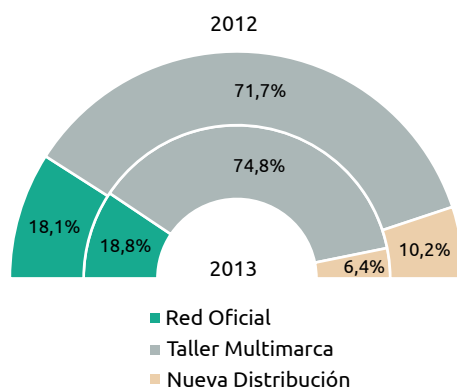


Fuente: CVO

Si se atiende al método de financiación, los vehículos adquiridos a través de leasing fueron los que pasaron en mayor medida por el taller para cambiar los neumáticos, aunque los porcentajes fueron muy parejos en las tres modalidades.

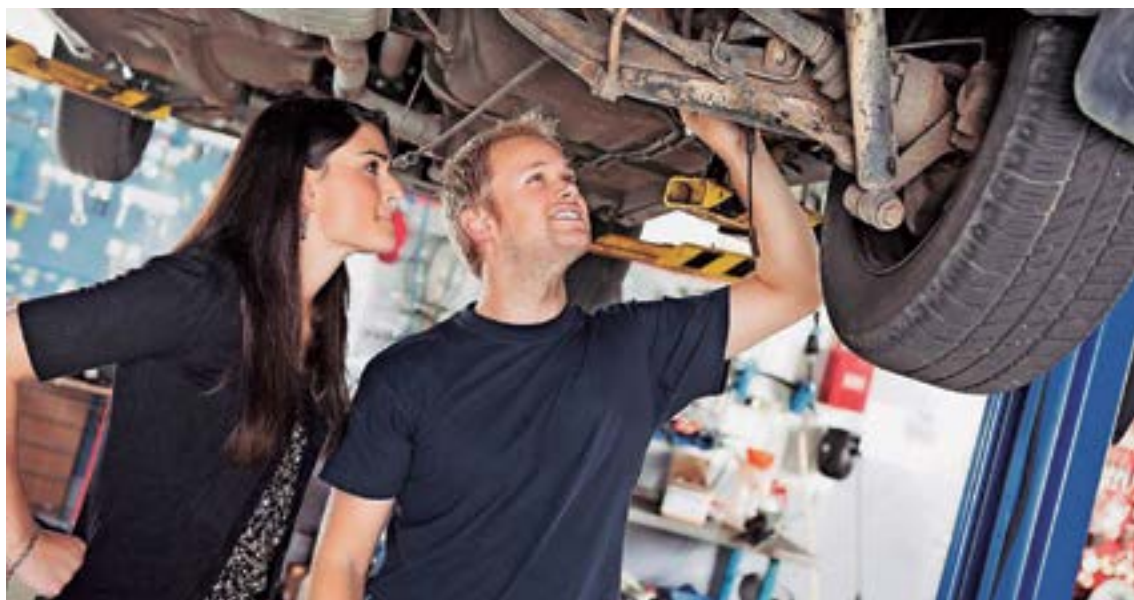
D. Lugar de reparación

Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2012 vs. 2013



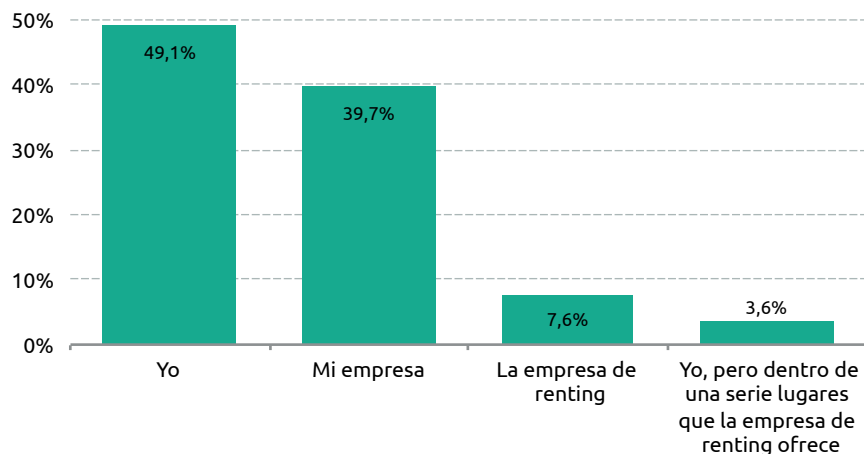
Fuente: CVO

Los talleres multimarca ganaron cuota de mercado en el cambio de neumáticos en relación a 2012 al crecer un 3,1%. Esta opción fue la preferida por el 74,8% de los usuarios. La red oficial también crece y roza el 19%.



E. Decisión de la elección del taller

Gráfico V.17: Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos

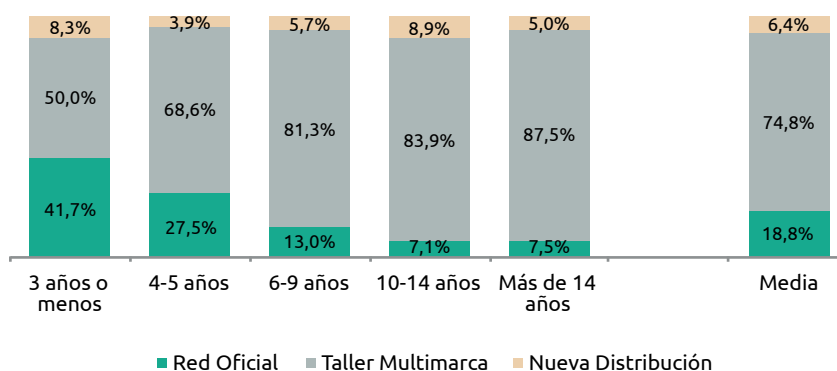


Fuente: CVO

El usuario decide en casi la mitad de las ocasiones el taller en el que efectúa el cambio de neumáticos, mientras que la empresa lo hace en un 39,7% de las veces. Las empresas de renting imponen su criterio en un 7,6% de las ocasiones y ofrecen opciones al usuario en el 3,6% restante.

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

Gráfico V.18: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para cambio de neumático



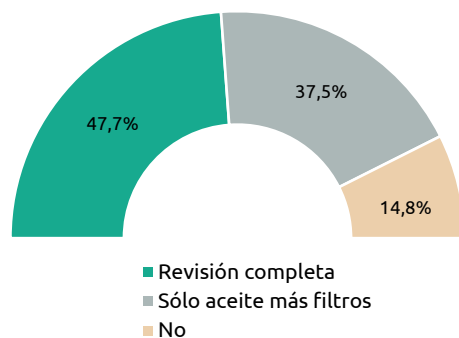
Fuente: CVO

Los últimos vehículos en incorporarse al mercado optan por talleres oficiales para cambiar sus neumáticos, mientras que a partir de los cuatro años de antigüedad, y conforme va avanzando la edad del automóvil, el porcentaje que hace uso de la red oficial va decayendo. De media, el taller multimarca recibe al 74,8% de los vehículos, por el 18,8% de la red oficial y solo el 6,4% opta por nuevas modalidades.

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2013

Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2013

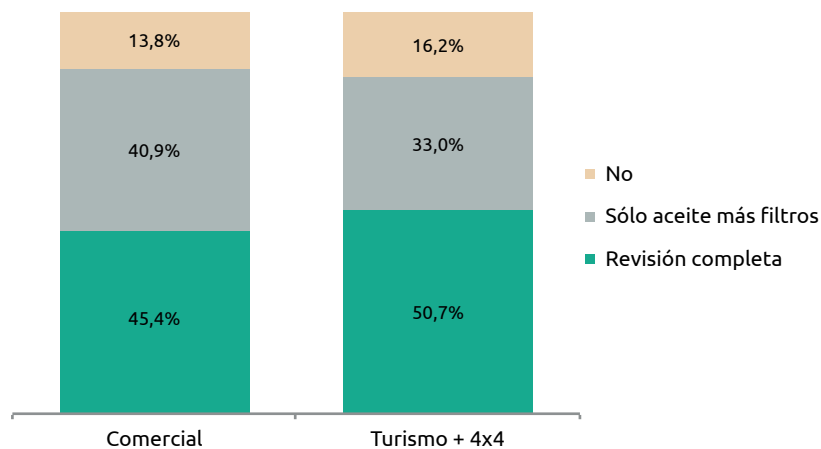


Fuente: CVO

El 47,7% de los vehículos de empresa pasó una revisión completa en 2013, mientras que el 37,5% optó por opciones más elementales como el cambio de aceite. El 14,8% no pisó el taller.

B. Por tipología de vehículo

Gráfico V.20: Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo

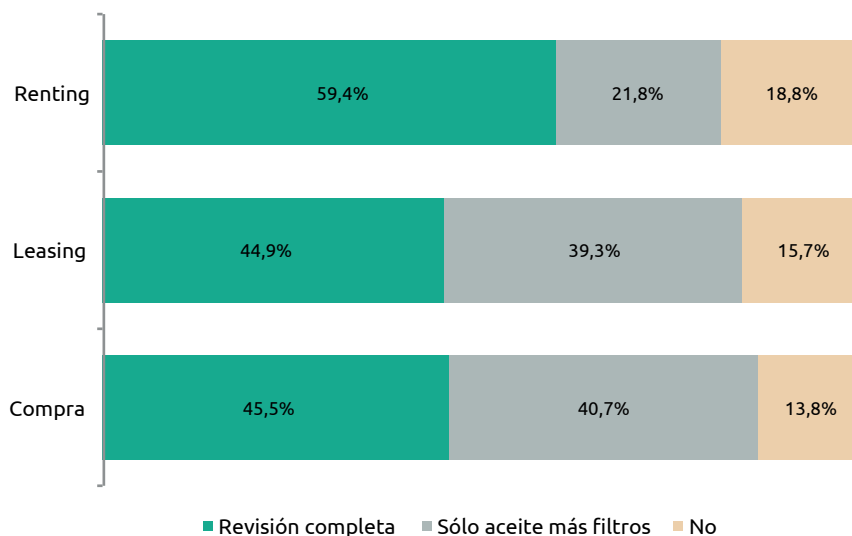


Fuente: CVO

Por tipo de vehículo, más de la mitad de turismos y todoterreno pasó una revisión completa, mientras que un mayor porcentaje de comerciales pasó por el taller, tanto para mantenimientos completos como rutinarios (86,3%).

C. Según método de financiación

Gráfico V.21: Revisión o cambio de aceite por método de financiación

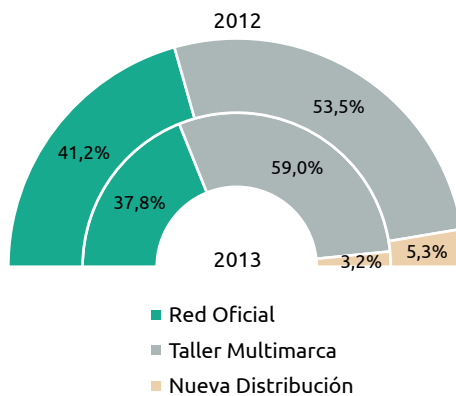


Fuente: CVO

Con respecto al método de financiación, los vehículos de renting son los que más optan por revisiones completas (59,4%), los de propiedad (45,5%) y seguidos de los de leasing (44,9%).

D. Lugar de reparación

Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2012 vs. 2013

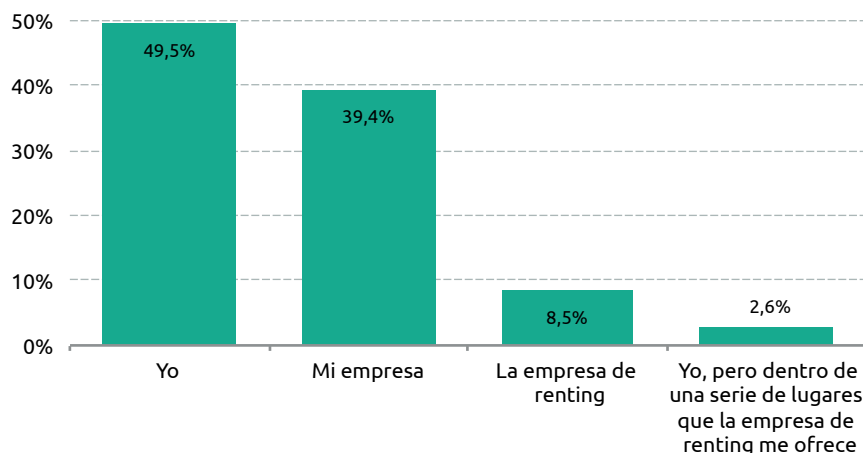


Fuente: CVO

El taller independiente ocupa el primer lugar en las preferencias para pasar el mantenimiento del vehículo de empresa y crece un 5,5% en relación a 2012, en detrimento de la red oficial, que registra una caída de usuarios del 3,4%.

E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento

Gráfico V.23: Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento

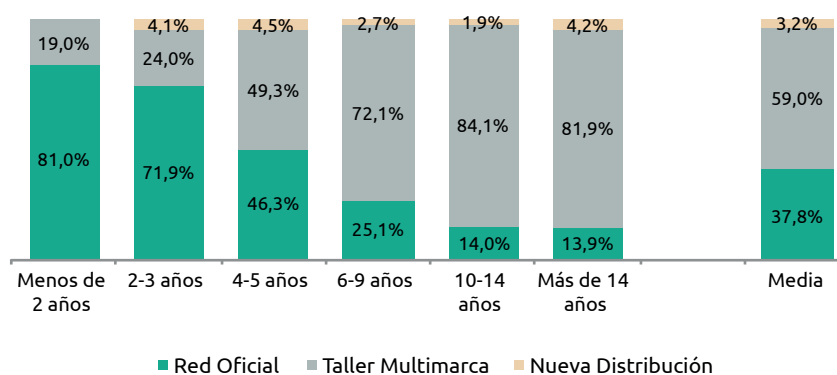


Fuente: CVO

La elección del centro de reparación recae en el usuario en casi la mitad de los casos (49,5%), mientras que la empresa propietaria del vehículo decide en un 39,4% de las ocasiones.

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

Gráfico V.24: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para realización de mantenimiento



Fuente: CVO

La casa oficial se impone en las revisiones de los vehículos más modernos, gran parte de las veces para no perder la garantía del fabricante. Conforme avanza la edad del automóvil gana peso el taller independiente, que acoge un 59% de las revisiones del parque automovilístico.



CAPÍTULO VI

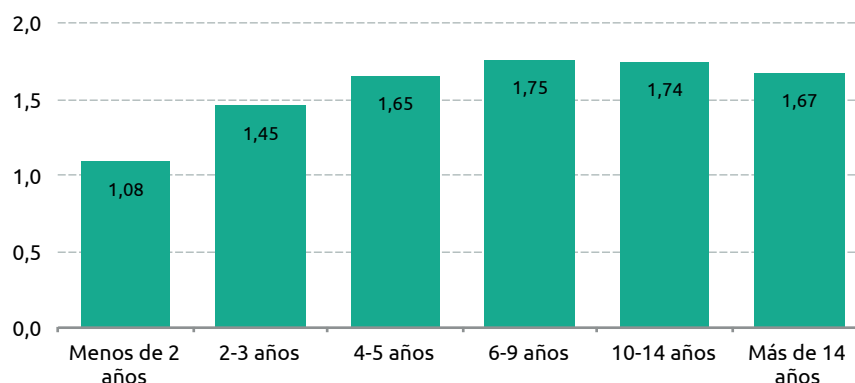
Daños y reparaciones

06

I. REPARACIONES

A. Entradas al taller según edad del vehículo

Gráfico VI.1: Número medio de visitas en base a la antigüedad del vehículo

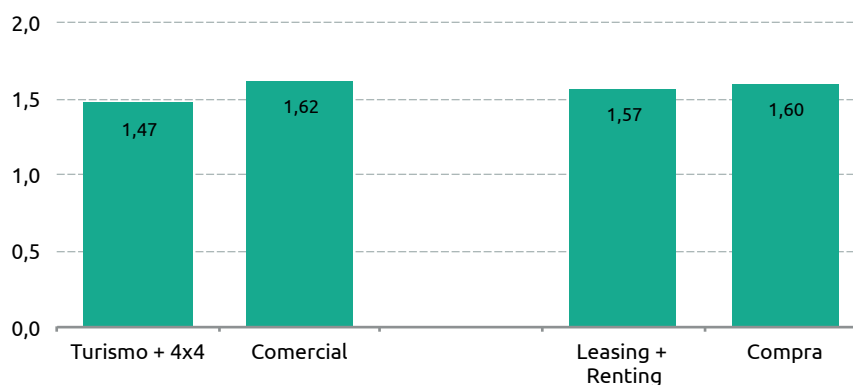


Fuente: CVO

Los vehículos que acuden con mayor frecuencia al taller son los que cuentan con una antigüedad de entre 6 y 14 años, con 1,7 entradas anuales. Superados los 14 años, la media anual de visitas al mecánico desciende levemente (1,67). Los automóviles último modelo apenas superan la revisión anual.

B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación

Gráfico VI.2: Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación



Fuente: CVO

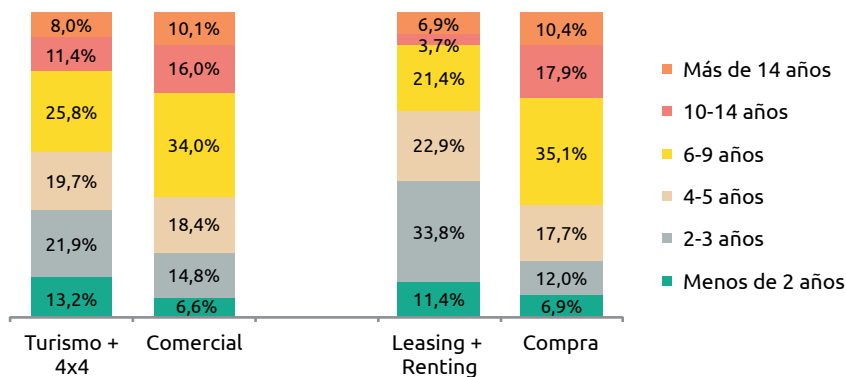
Los vehículos comerciales necesitan mayor número de reparaciones (1,62) que los turismos y todoterreno (1,47) por su mayor uso y, por lo tanto, superior desgaste. Si atendemos al método de financiación, los automóviles ad-

quiridos mediante compra directa acusan un leve incremento de sus visitas al taller (1,6) en comparación con los financiados mediante leasing y renting, que acumulan 1,57 entradas.



C. Entradas al taller según edad y método de financiación

Gráfico VI.3: Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación



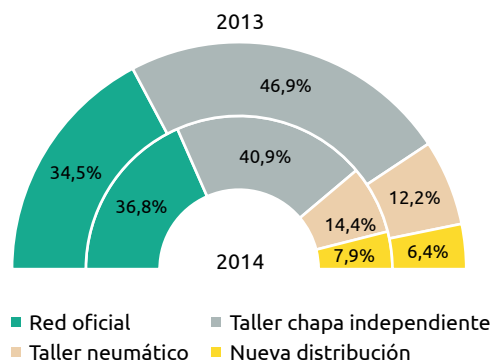
Fuente: CVO

Por tipología, los comerciales que superan la edad de seis años o más son los que más requieren la ayuda del mecánico (34%), seguidos por los turismos del mismo segmento de edad.

Los vehículos financiados mediante las modalidades de renting o leasing con una antigüedad media de entre dos y tres años son los que más acuden al taller (33,8%), frecuencia que desciende cuando acumulan entre cuatro y cinco años (22,9%). En el caso de los automóviles en propiedad, es el rango de entre seis y nueve años el que más revisiones necesita (35,1%).

D. Lugar de realización de la reparación

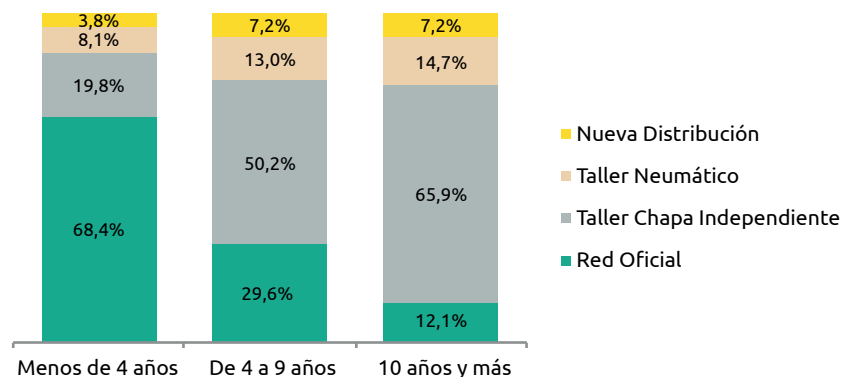
Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación



Fuente: CVO

Los vehículos de empresa optan en su mayoría por el taller independiente para realizar la reparación; el 40,9% elige esta posibilidad, frente al 36,8% que confía en la red oficial. Frente al año pasado se produce un pequeño incremento en la elección de talleres oficiales y, por el contrario, se reduce un 6% las visitas a talleres independientes.

Gráfico VI.5: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo

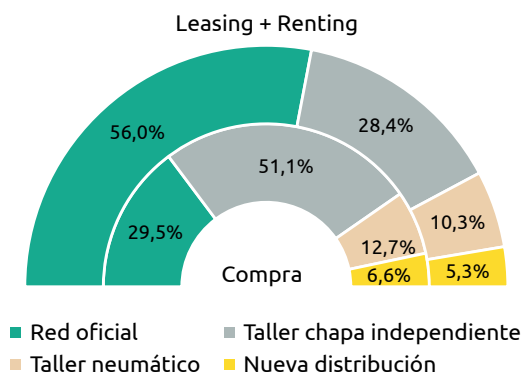


Fuente: CVO

La elección del lugar de reparación depende en gran medida de la antigüedad del vehículo. Los modelos más actuales se decantan por la red oficial (68,4%), mientras que la mitad de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que se incrementa hasta el 65,9% cuando se supera la década desde su fabricación.

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

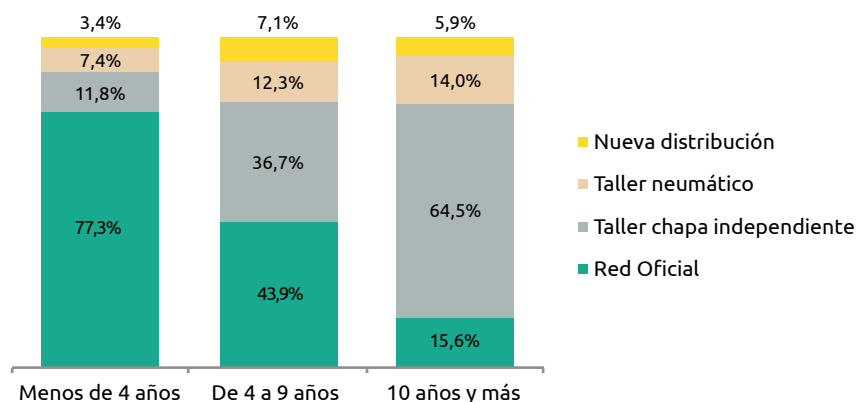
Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra



Fuente: CVO

En lo que se refiere al método de financiación, los vehículos adquiridos vía leasing o renting optan por el taller oficial en el 56% de las ocasiones, mientras que algo más de la mitad de los comprados de forma directa acude al profesional independiente para las reparaciones. El resto de opciones son similares en ambos métodos.

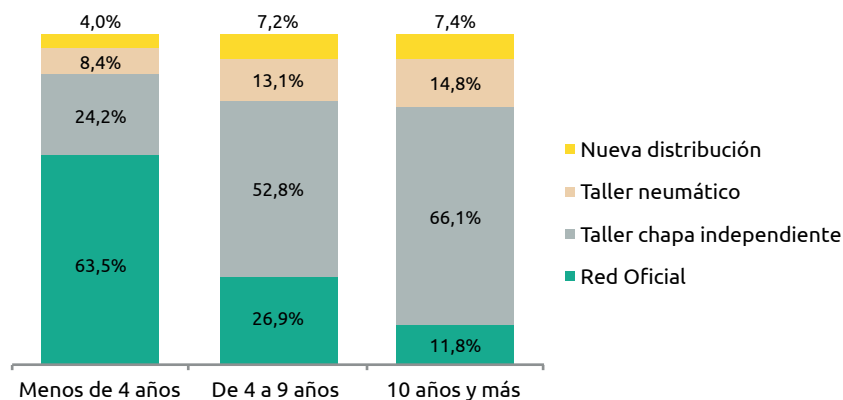
Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting



Fuente: CVO

Cruzando los datos de los vehículos financiados vía renting o leasing con la antigüedad del vehículo se observa que la red oficial acapara más de las tres cuartas partes de las visitas al taller en los automóviles más modernos, mientras que en los del segmento comprendido entre los cuatro y los nueve años la proporción baja hasta el 43,9%. En los coches con más de 10 años toman el relevo los mecánicos independientes (64,5%).

Gráfico VI.8: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra



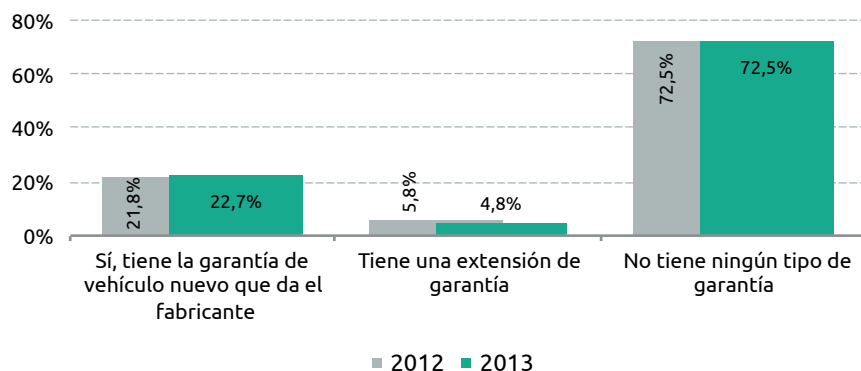
Fuente: CVO

Los vehículos en propiedad acuden mayoritariamente a talleres independientes para efectuar las reparaciones con la excepción de los últimos modelos, que recurren a la red oficial en los primeros años de vida del automóvil [63,5%].

II. GARANTÍA

A. Vehículo en garantía

Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresas - 2012 Vs 2013



Parque Particulares

¿Y su vehículo está en garantía?

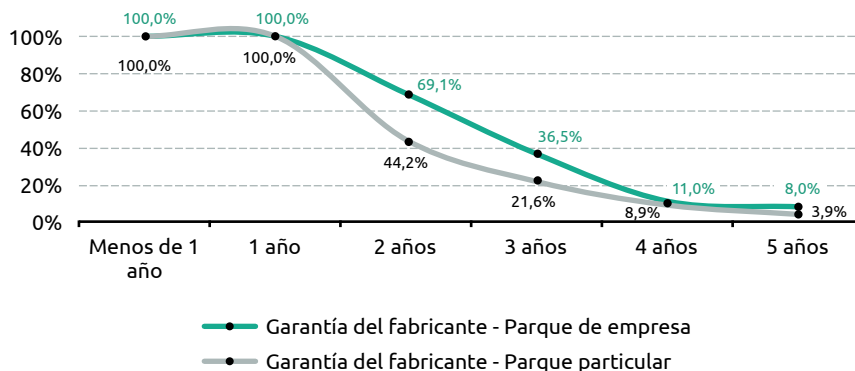
Si, tiene la garantía de vehículo nuevo que da el fabricante	6,7%
Tiene una extensión de garantía	3,8%
No tiene ningún tipo de garantía	89,0%

Fuente: CVO

El 22,7% de los vehículos correspondientes al parque de empresas cuenta con la garantía de reparación y mantenimiento que ofrece el fabricante, frente a apenas el 6,7% entre los particulares. El 72,5% de los coches de empresa no tiene ningún tipo de garantía, cifra que asciende hasta el 89% entre los particulares.

B. Garantía en función de la edad del vehículo

Gráfico VI.10: Garantía según la edad del vehículo - Parque empresas Vs. Parque Particular



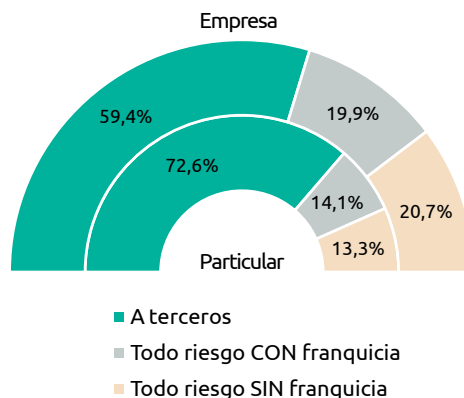
Fuente: CVO

La totalidad de los vehículos con menos de dos años están cubiertos por la garantía del fabricante, porcentaje que se reduce conforme avanza la vida del automóvil. Esta tendencia es más acusada en el parque de particulares, fundamentalmente entre los dos y los tres años de antigüedad del vehículo. Al alcanzar el lustro de antigüedad, únicamente el 3,9% de los particulares tienen las averías cubiertas por el la casa suministradora, frente al 8% de la flota empresarial.

III. SEGURO

A. Tipo de seguro

Gráfico VI.11: Tipo de seguro parque empresas Vs. parque particular

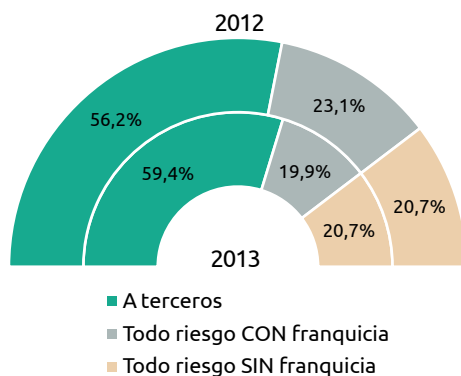


Fuente: CVO

La modalidad de terceros viene a ser la cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria por los particulares (72,6%), mientras que en los vehículos corporativos dicho seguro es el elegido para el 59,4%. El seguro a todo riesgo con o sin franquicia se mueve en bandas similares en sus respectivos segmentos, con mayor aceptación en el parque de empresa.



Gráfico VI.12: Tipo de seguro - Comparativa 2012 Vs. 2013

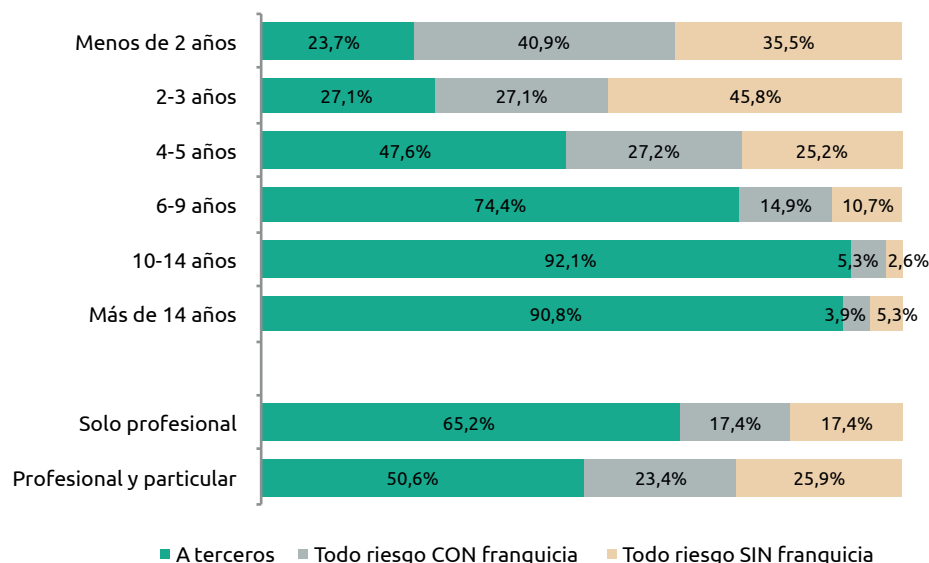


Fuente: CVO

La opción del seguro a terceros ha ganado algo más de tres décimas en el segmento de los automóviles corporativos en relación al año anterior, en detrimento del todo riesgo con franquicia. La modalidad de todo riesgo sin franquicia no ha experimentado variación en comparación con el ejercicio precedente.

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

Gráfico VI.13: Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo

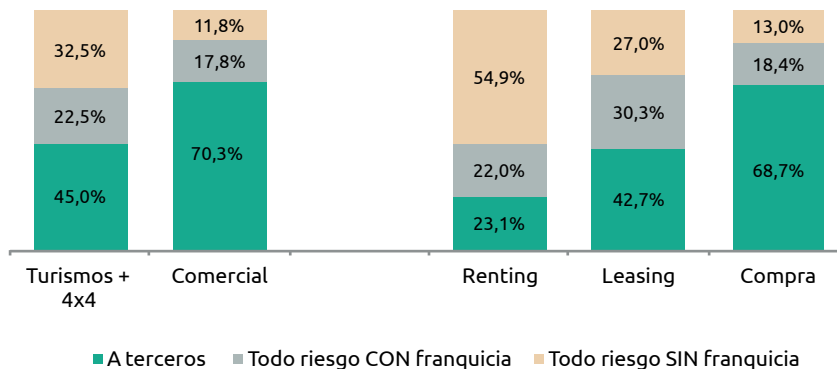


Fuente: CVO

El seguro a terceros acapara casi dos tercios de los vehículos que se dedican en exclusiva al uso profesional, y llega hasta algo más de la mitad en aquellos automóviles que además se destinan a trayectos particulares fuera del horario de trabajo. Los coches de fabricación más reciente se aseguran a todo riesgo en sus distintas modalidades en un 76,4% de los casos, aunque conforme aumenta la antigüedad y disminuye el valor real del automóvil se opta de forma progresiva por asegurarlos a terceros.

C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y financiación

Gráfico VI.14: Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación



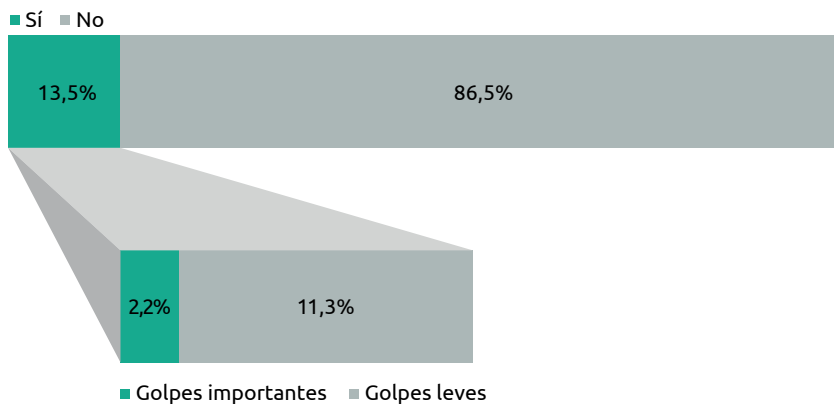
Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, los comerciales optan por el seguro a terceros en el 70,3% de las ocasiones, mientras que la cobertura a todo riesgo es utilizada en el 55% de los turismos y todoterreno.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 68,7% de los vehículos en propiedad de las compañías cuentan con una póliza a terceros, opción que es también la más requerida en los de leasing (42,7%), mientras que la modalidad de renting opta por el todo riesgo sin franquicia en el 54,9% de los casos.

D. Accidentes

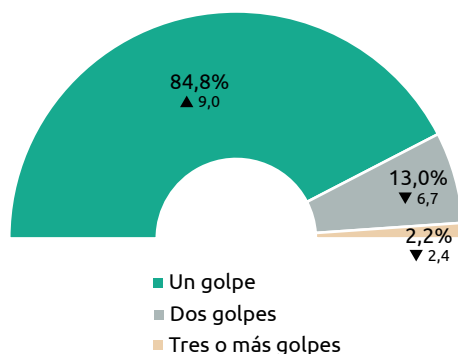
Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2013 y tipo de accidente
(Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2013)



Fuente: CVO

Sólo el 13,5% de los conductores tuvo al menos un accidente en 2013. De estos percances, únicamente el 2,2% revistió gravedad.

Gráfico VI.16: Número de accidentes / roces

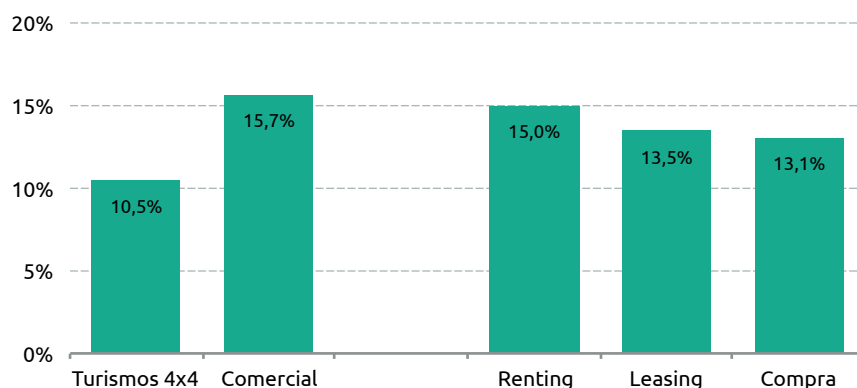


Fuente: CVO

La mayoría de los conductores implicados en un golpe no volvieron a sufrir un percance en el año (84,8%), mientras que los que tuvieron dos golpes descendieron un 6,7%. Sólo el 2,2% se vio implicado en tres o más accidentes.

E. Tasa de accidentes

Gráfico VI.17: Tipo de vehículo y método de financiación

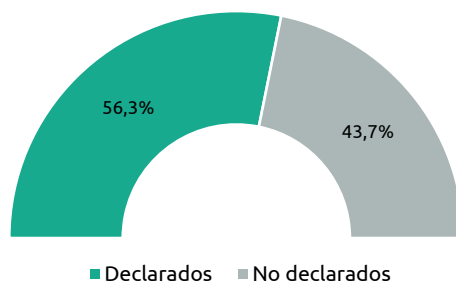


Fuente: CVO

Los vehículos con mayor tasa de accidentes son los comerciales (15,7%), frente al 10,5% protagonizado por los turismos y 4x4. El mayor uso realizado por los primeros explica la diferencia. En cuanto a la modalidad de financiación, los vehículos de renting alcanzan un 15% de siniestralidad, casi dos puntos por encima de los adquiridos por las empresas.

F. Accidentes declarados al seguro

Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro

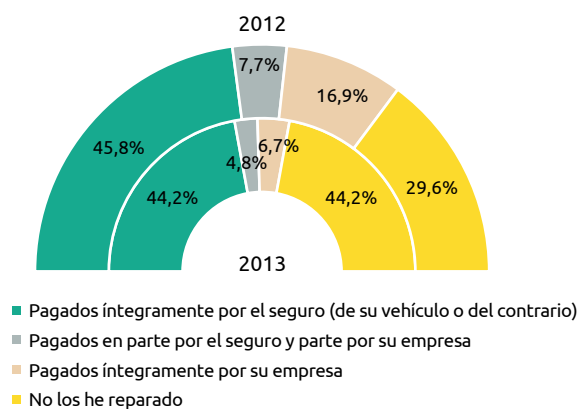


Fuente: CVO

El 43,7% de los accidentes no derivó en reclamación a la compañía aseguradora para evitar aumentos en la prima.

G. Responsable del coste de reparación

Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2012 Vs. 2013

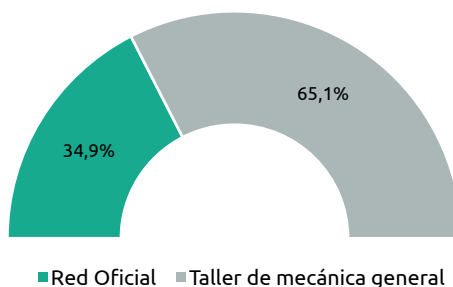


Fuente: CVO

El porcentaje de golpes que no son reparados igualó el pasado año al de los que son pagados íntegramente por las compañías aseguradoras, lo que supone un incremento del 14,6% en relación al ejercicio precedente.

H. Lugar de reparación de los daños

Gráfico VI.20: Elección del lugar de reparación

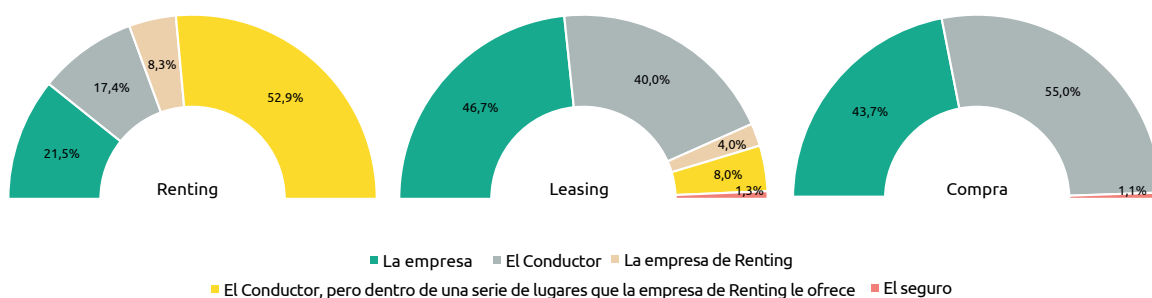


Fuente: CVO

Los talleres independientes son la opción preferida para realizar las reparaciones, ya que sólo uno de cada tres propietarios opta por la red oficial de la marca del vehículo.

I. Responsable de la elección del lugar de reparación

Gráfico VI.21: Quién elige el lugar de reparación



Fuente: CVO

La elección del lugar de reparación varía en función de la modalidad de financiación. En el caso de los vehículos de renting, más de la mitad de los conductores elige entre las opciones que le ofrece el operador, mientras que en los de compra elige en mayor medida el propietario. En los automóviles de leasing suele imponerse el criterio de la empresa.



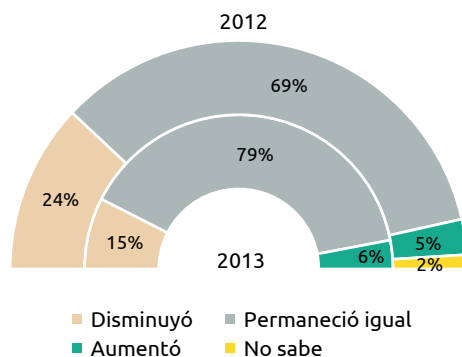
CAPÍTULO VII
**Barómetro
CVO**

07

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. Crecimiento anual de la flota

Gráfico VII.1: Evolución de la flota de renting en 2013 y 2012

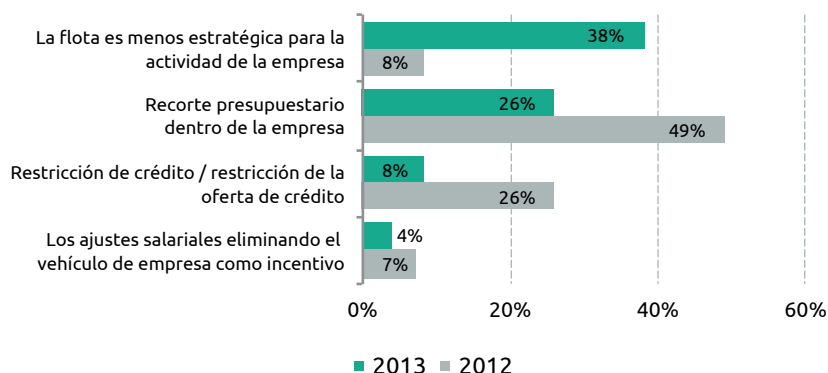


Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2014

Aunque la presente edición del barómetro CVO refleja que el número de empresas que disminuyó el tamaño de su flota supera al de las que lo aumentó, la curva descendente ha moderado su avance y el dato es más positivo que el ofrecido en 2012. Ese año un 24% de las entidades disminuyó su flota, mientras que en 2013 la cifra quedó reducida al 15%. Como nota optimista destaca que las firmas que ampliaron la cantidad de vehículos asciende un punto porcentual en el último año (del 5% al 6%). Pese a todo, la tendencia predominante es conservar el número de vehículos, opción elegida por cerca de ocho de cada diez compañías.

B. Barreras al crecimiento de flotas

Gráfico VII.2: Factores más influyentes que impiden el crecimiento de la flota en 2013 y 2012

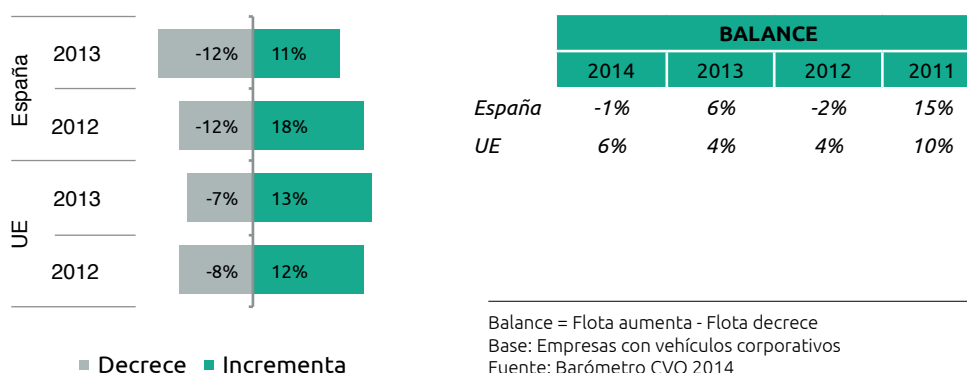


Base: Empresas con vehículos corporativos que prevén un estancamiento o disminución de su flota
Fuente: Barómetro CVO 2014

El 94% de las empresas reconoce no haber aumentado su flota el año pasado. Entre los principales motivos destaca la pérdida de peso estratégico de los vehículos dentro de la actividad de la compañía, razón que aduce el 38% de las firmas. Pero dos variables positivas marcan la diferencia entre el barómetro CVO 2013 y el presente. Por un lado, los recortes presupuestarios ya solo representan un motivo importante para el 26% de las empresas, con una reducción de hasta 23 puntos porcentuales en el último año. Por el otro, la restricción del crédito pasa a ser importante para el 8% de las empresas, frente al 26% del año anterior.

C. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2017

Gráfico VII.3: Evolución de la flota en los próximos tres años



El escenario que las empresas plantean para los próximos tres años es más pesimista que el planteado en el anterior Barómetro CVO, debido a que las entidades que prevén un aumento de sus flotas en este período de tiempo decrecen del 18% al 11%. Estas cifras se traducen en un balance negativo de un punto porcentual, frente al 6% registrado en 2013.

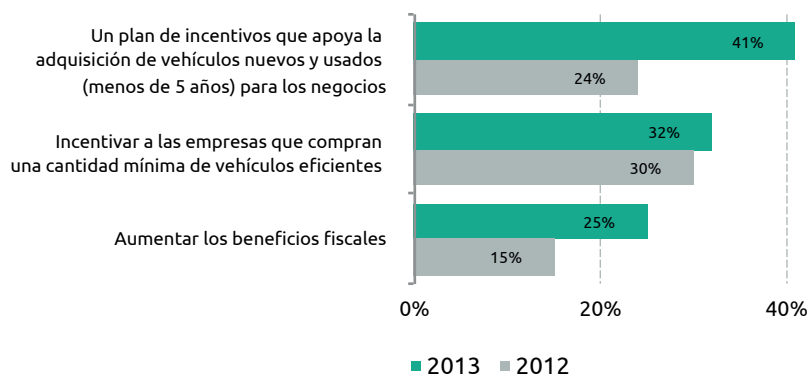
Sin embargo 2014 marcará el punto de inflexión. El pasado año el 15% de las compañías redujo su flota, frente al 12% que prevé hacerlo en los próximos tres años. De idéntica manera, el 6% aumentó su flota el último año, frente a un 11% que considera que lo hará en los próximos años. Cifras que proyectan un futuro menos pesimista y el final de la contracción.

En el ámbito europeo, las empresas aumentan su balance positivo en dos puntos porcentuales, por lo que se prevé un ligero aumento de sociedades que incrementarán sus flotas.



D. Medidas para aumentar el tamaño de la flota

Gráfico VII.4: Medidas consideradas más eficaces para potenciar el crecimiento de las flotas



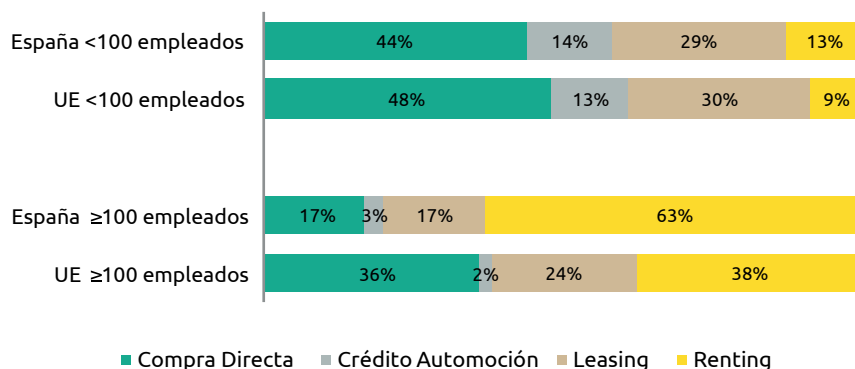
Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2014

Respecto de las medidas más eficaces a adoptar para potenciar el crecimiento de las flotas de vehículos, las empresas consultadas vuelven a constatar que el apoyo público es la piedra angular. El 25% solicita mejorar los beneficios fiscales (un 10% más que el año anterior), el 32% pide incentivos a la compra de un número mínimo de vehículos eficientes (+2%) y, sobre todo, planes de incentivos a la adquisición de vehículos nuevos y usados con menos de cinco años de antigüedad, medida que ha crecido diecisiete puntos porcentuales en el último año y que apoyan el 41% de las empresas consultadas.

II. FINANCIACIÓN

A. Métodos de financiación de flotas

Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación



(*) Compra directa: compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción)

Datos consolidados según promedio de tres años en Francia, Alemania, Italia, Portugal, Suiza, Polonia, Bélgica, República Checa, España, Reino Unido, Países Bajos, y de dos años en el caso de Luxemburgo. "No sabe" y "otros" excluidos

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Barómetro CVO 2014

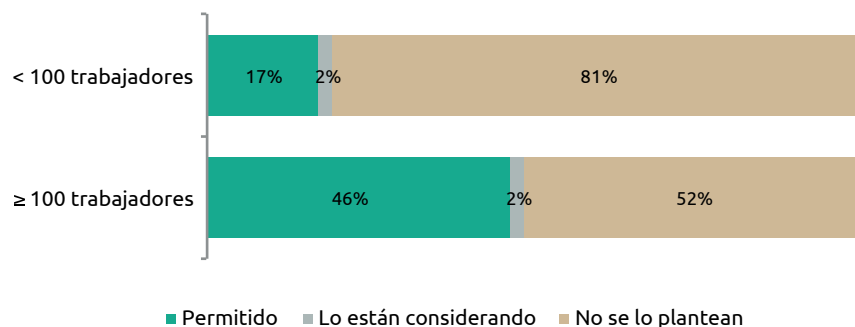
El 63% de las empresas españolas de cien o más empleados vuelve a optar por el renting como fórmula predilecta para financiar las compras de vehículos corporativos frente al resto de compañías europeas, donde apenas supera en dos puntos a la compra directa.

En las entidades más pequeñas apenas existen desviaciones entre los distintos métodos, con la compra directa como principal opción para casi la mitad de las mismas (44% en el caso español y 48% en el europeo) y con una fuerte tendencia al leasing (29% y 30% respectivamente).

III. POLÍTICA DE FLOTA

A. Uso privado del vehículo de empresa

Gráfico VII.6: Uso privado del vehículo de empresa

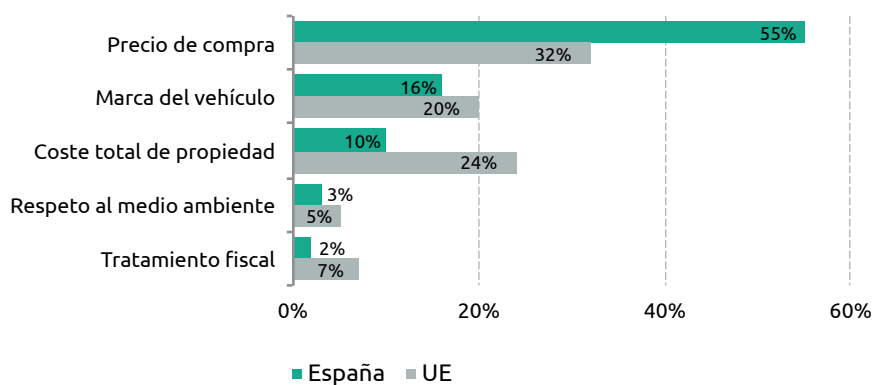


Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2014

En España, el uso privado del vehículo de empresa es un fenómeno que se circunscribe a las grandes firmas, que ofrecen este beneficio al empleado. Entre las empresas con menos de cien empleados sólo el 17% utiliza esta política, frente al 46% de las empresas de mayor tamaño.

B. Criterio en la elección del vehículo de empresa

Gráfico VII.7: Principales criterios seguidos para elegir un vehículo de empresa



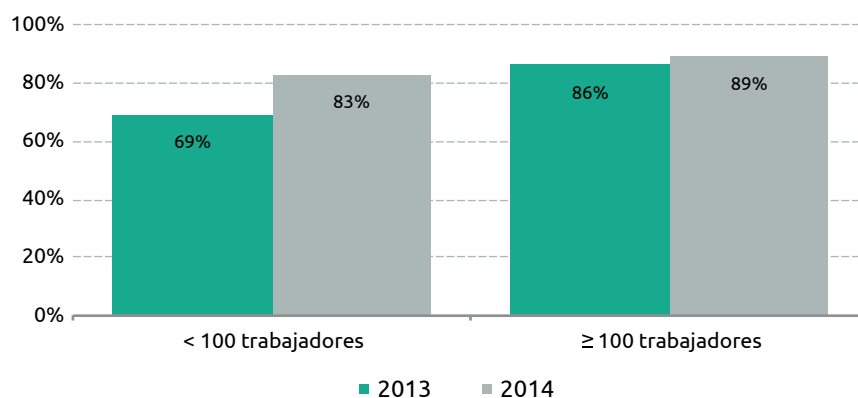
Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2014

Inequívocamente, el precio de compra del vehículo es el primer y más importante factor a tener en cuenta por las empresas españolas para adquirir vehículos, criterio que cobra mayor fuerza cuanto menor es el tamaño de la entidad. El 55% lo considera el factor más importante en España, por solo el 32% de las compañías europeas.

La marca del vehículo es el primer factor de elección para el 16% de las empresas españolas, mientras que el coste total para lograr la propiedad del vehículo alcanza la máxima importancia para el 10%.

C. El valor añadido del renting

Gráfico VII.8: Empresas que consideran que el renting ofrece un valor añadido y ahorro claramente superior a la compra directa / crédito automoción



Base: Empresas que utilizan renting

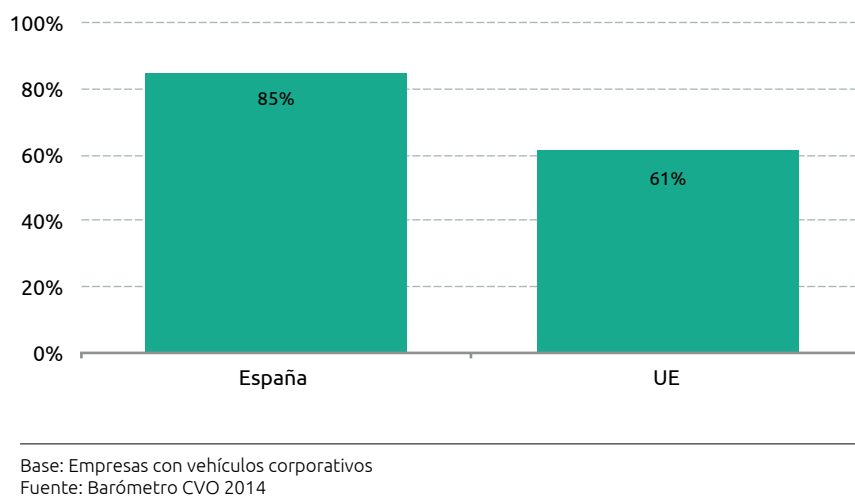
Fuente: Barómetro CVO 2014

La valoración que las empresas hacen del renting mejora en el último año. Entre las compañías más pequeñas aumenta catorce puntos porcentuales, mientras nueve de cada diez (89%) de las de más de cien trabajadores la consideran una modalidad que aporta un claro valor añadido y un ahorro de costes sobre la compra directa o el crédito automoción.

IV. MOVILIDAD

A. Gestión de la movilidad en las empresas

Gráfico VII.9: Centralización de los viajes dentro de la empresa

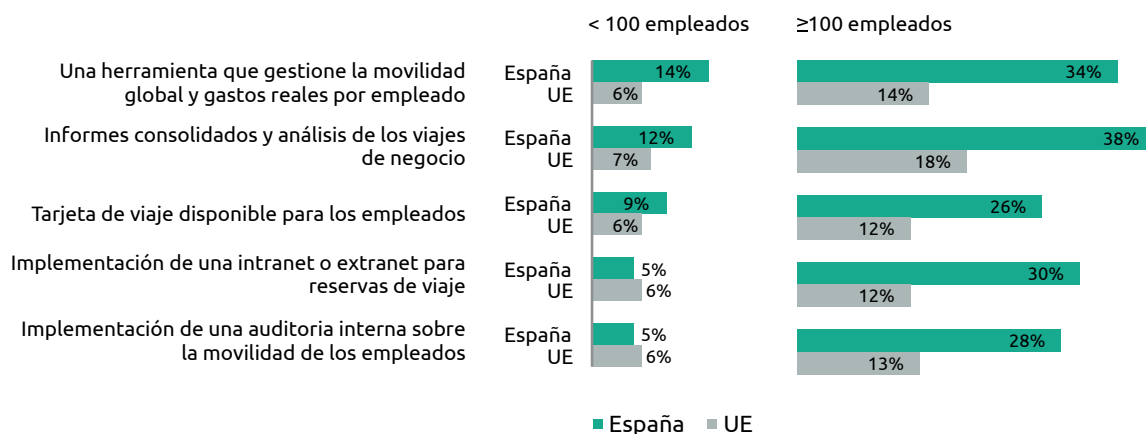


Veinticuatro puntos separan a las empresas españolas de las europeas en la centralización de los viajes de los empleados. Si el 61% de las sociedades en el ámbito europeo gestionan las necesidades de movilidad de sus empleados a través de un único departamento o unidad, en España ocurre en el 85%. Esta importancia de la gestión de los viajes es similar tanto en las empresas de mayor volumen como en las más pequeñas.



B. Servicios sobre la movilidad

Gráfico VII. 10: Interés en servicios sobre movilidad



Base: Empresas con vehículos corporativos. Suma de "Sí, sin duda" y "Sí, tal vez".

Fuente: Barómetro CVO 2014

El interés que muestran las empresas españolas, en especial las de mayor tamaño, sobre determinados servicios relativos a la movilidad es muy superior al mostrado por las europeas. Los servicios más destacados son los informes consolidados y análisis de los viajes de negocio, que suscitan interés en el 38% de las grandes compañías y en el 12% de las pequeñas. También destacan para más del 30% de los encuestados las herramientas de gestión de la movilidad y los gastos asociados por empleado, así como los servicios de intranet o extranet para la reserva de viajes.

I. Indicadores macroeconómicos

Todos los indicadores macroeconómicos publicados en este informe proceden de las siguientes fuentes de información:

- *Banco de España (BA)*
- *Instituto Nacional de Estadística (INE)*
- *Eurostat*
- *Eurotax*
- *BNP Paribas*

Las previsiones de BNP Paribas han sido calculadas en el mes de mayo de 2014.

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

Los datos relativos al parque automovilístico español, a las matriculaciones de vehículos nuevos (VN) y al mercado de vehículos de ocasión (VO) han sido trabajados por la sociedad MSI Sistemas de Inteligencia de Mercados, siendo la DGT la fuente oficial española que ofrece los datos originarios.

Todas las previsiones han sido calculadas en el mes de mayo de 2014.

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 mas 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 complejidad 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 números de bastidor [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 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

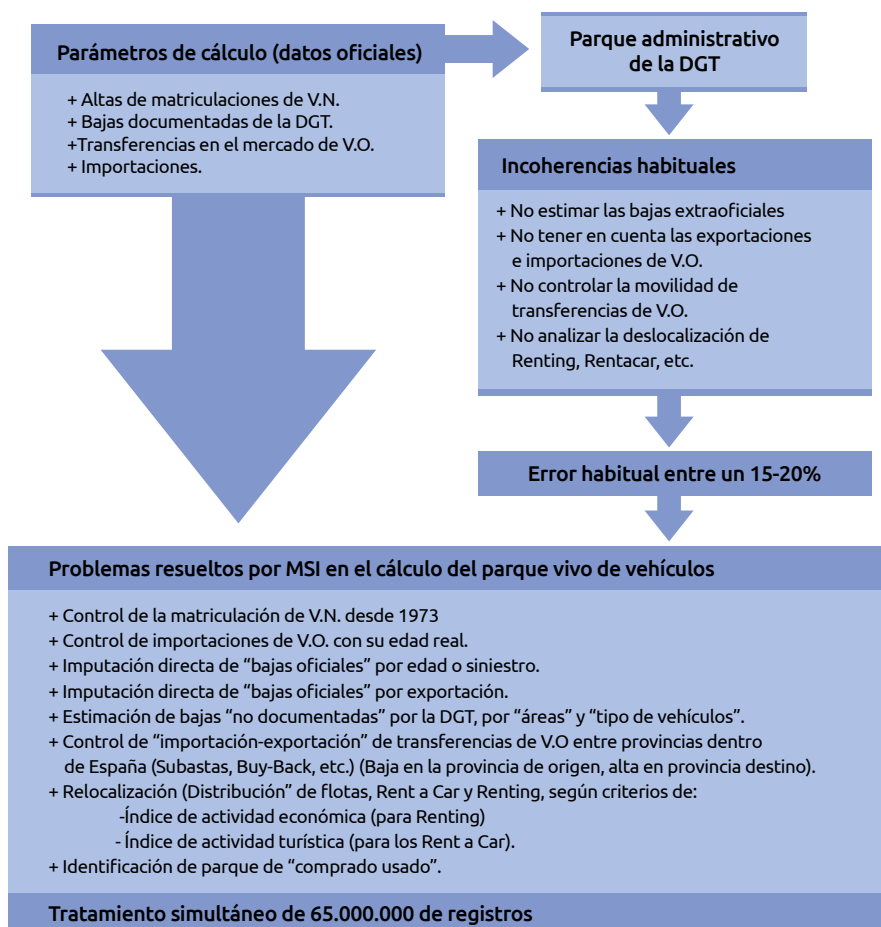
provoca una acumulación de operaciones ficticias especialmente a final de año, que es cuando los grandes operadores regularizan sus balances.

6) Las exportaciones de coches usados viene 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 salen del país.

7) 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 este proceso:



C) Metodología de cálculo del Parque por Canal de Distribución

Para calcular el Parque por los Canales de Distribución se ha de tener en cuenta los siguientes pasos:

- 1.- Codificar el histórico de primera matriculación por canales: Particular, Rentacar, 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 Rentacar, 1ª Transferencia Buyback (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.

En la actualidad, gracias a la disposición de los bastidores completos de cada vehículo matriculado, el proceso de reubicación del Parque por Canal de Distribución es bastante preciso.

III. Datos de Equipamiento y Siniestralidad

A. Estudio de 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 816 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 en el lugar de trabajo (de 30 a 40 minutos de duración).

Se ha obtenido un error muestral de $\pm 3,4\%$ para un nivel de confianza del 95% siendo $p=q=50\%$.

B. Estudio conductores España

La metodología de recogida de información ha sido la entrevista personal presencial (sobre 40 minutos de duración) en el punto de trabajo, realizada por Mam Quality (filial de GIPA especializada en trabajo de campo) durante los meses de enero a marzo de 2014.

En total se realizaron 2.970 entrevistas a conductores, lo que para un nivel de confianza del 95% supone un error muestral de $\pm 1,1\%$ ($p=q=50\%$).

Para la selección de los entrevistados se ha seguido el método de cuotas (sexo, edad, categorías profesionales, hábitat y regiones).

El tiempo de control de calidad invertido ha representado unas 800 horas de trabajo.

El 100% de las encuestas ha sido controlada y supervisada según metodología propia de GIPA aplicada a nivel internacional.

La distribución geográfica (por regiones) de las encuestas ha sido la siguiente:

ZONA	PROVINCIA DE CADA ZONA			%
ZONA 1	Baleares	Lérida		9,2%
	Gerona	Tarragona		
	Huesca	Zaragoza		
ZONA 2	Albacete	Murcia		16,7%
	Alicante	Valencia		
	Castellón			
ZONA 3	Almería	Córdoba	Jaén	18,6%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
ZONA 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	7,5%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
	Cuenca	Soria	Zamora	
ZONA 5	Asturias	Lugo		9,9%
	A Coruña	Ourense		
	León	Pontevedra		
ZONA 6	Álava	Guipúzcoa	Palencia	9,4%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
ZONA 7	Madrid			16,6%
ZONA 8	Barcelona			12,2%

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: 3.634 entrevistas en Europa
- Target: responsables de flota en empresas con flota de vehículos
- Muestra local España: 300 entrevistas entre empresas de 4 segmentos
 - Empresas de menos de 10 empleados: 100
 - Empresas de 10 a 99 empleados: 61
 - Empresas de 100 a 499 empleados: 79
 - Empresas de 500 o más empleados: 60
- Cuotas: tamaño y sector
- Período de campo: primer trimestre de 2014
- Método de entrevista: telefónica mediante sistema CATI (Computer-assisted telephone interviewing) de 10' de duración
- 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%.*

Índice de gráficos y tablas

CAPÍTULO I

Gráfico I-1. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual	16
Gráfico I.2. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución trimestral.....	16
Gráfico I.3. Inflación (IPC) - Evolución anual.....	17
Gráfico I.4. Inflación (IPC) - Evolución trimestral.....	17
Gráfico I.5. Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro	18
Gráfico I.6. Consumo privado - Evolución anual.....	19
Gráfico I.7. Consumo privado - Evolución trimestral.....	19
Gráfico I.8. Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares.....	20
Gráfico I.9. Consumo público - Evolución anual	21
Gráfico I.10. Consumo público – Evolución trimestral.....	21
Gráfico I.11. Exportaciones e importaciones - Evolución anual.....	22
Gráfico I.12. Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral.....	22
Gráfico I.13. Déficit Público	23

CAPÍTULO II

Tabla II.1: Evolución y previsión del parque total	26
Tabla II.2: Evolución y previsión del parque por canal de distribución.....	26
Gráfico II.1: Distribución del parque en 2013 por canal de distribución (Total y Empresa).....	27
Gráfico II.2: Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	27
Gráfico II.3: Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	28
Gráfico II.4: Emisión media de CO2 y evolución interanual – Turismos	28
Gráfico II.5: Emisión media de CO2 y evolución interanual - Comerciales.....	29
Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos	30
Gráfico II.7: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € – Comerciales.....	31
Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos.....	31
Gráfico II.9: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	32
Gráfico II.10: Distribución por tipo de combustible - Total Mercado	32
Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos.....	33
Gráfico II.12: Distribución por tipo de combustible - Comerciales	33
Gráfico II.13: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	34
Gráfico II.14: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa.....	35
Gráfico II.15: Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado	36
Gráfico II.16: Matriculaciones mensuales 2012 y 2013 - Total Mercado.....	37
Gráfico II.17: Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2013 - Total Mercado	38
Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2012 y 2013 - Renting	39
Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado	40
Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa	41
Tabla II.5: Matriculaciones por segmento – Canal Renting	42
Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Total Mercado.....	43
Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado	43
Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Canal Empresa.....	44
Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa	44
Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Renting	45
Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting.....	45
Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	46
Gráfico II.26: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa.....	46
Gráfico II.27: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	47
Gráfico II.28: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado.....	47

Gráfico II.29: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	48
Gráfico II.30: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	48
Gráfico II.31: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado	49
Gráfico II.32: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado	49
Gráfico II.33: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa	50
Gráfico II.34: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa	50
Gráfico II.35: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting	51
Gráfico II.36: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting	52
Tabla II.6: Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos	52
Tabla II.7: Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales	54
Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales)	55
Gráfico II.38: Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	56
Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo	57
Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa	58
Gráfico II.41: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting	59
Tabla II.8: Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado	60
Tabla II.9: Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa	61
Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos - Renting	62
Tabla II.11: Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado	63
Tabla II.12: Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa	63
Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting	64
Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado	65
Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa	66
Gráfico II.44: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting	66
Gráfico II.45: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado	67
Gráfico II.46: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa	67
Gráfico II.47: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting	68

CAPÍTULO III

Gráfico III-1. Evolución transferencias de VO - Total Mercado	72
Gráfico III-2. Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos	73
Gráfico III-3. Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales	73
Gráfico III-4. Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Turismos	74
Gráfico III-5. Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Comerciales	75
Gráfico III-6. Tiempo medio de stock	76
Tabla III-1. Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos	76
Tabla III-2. Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales	77
Gráfico III-7. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos	77
Gráfico III-8. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales	78
Tabla III-3. Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos	78
Tabla III-4. Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales	79
Tabla III-5. Ventas por cilindrada del vehículo - Turismos	80
Tabla III-6. Ventas por cilindrada del vehículo - Comerciales	80
Gráfico III-9. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos	81
Gráfico III-10. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	82

CAPÍTULO IV

Gráfico IV.1: Implantación GPS - Comparativa 2013 vs. 2014	86
Gráfico IV.2: Implantación GPS por edad del vehículo	86
Gráfico IV.3: Implantación GPS por tipología de vehículo y método de financiación	87
Gráfico IV.4: Tipo de cambio - Manual Vs. Automático	87

Gráfico IV.5: Tipo de cambio por edad del vehículo	88
Gráfico IV.6: Tipo de cambio por tipología de vehículo y método de financiación	88
Gráfico IV.7: Tipo de pintura - Sólida Vs. Metalizada	89
Gráfico IV.8: Tipo de pintura por edad del vehículo	89
Gráfico IV.9: Tipo de pintura por tipología de vehículo y método de financiación	90
Gráfico IV.10: Integración de equipos de seguridad en el vehículo	90
Gráfico IV.11: Integración de equipos de seguridad por tipología de vehículo	91
Gráfico IV.12: Integración de equipos de seguridad por método de financiación	92

CAPÍTULO V

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2012 vs 2013	96
Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular	96
Gráfico V.3: Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2012 y 2013	97
Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación	97
Gráfico V.5: Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo	98
Gráfico V.6: Kilometraje anual por tipo de vehículo de empresa	99
Gráfico V.7: Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa	99
Gráfico V.8: Kilometraje acumulado parque empresas Vs. parque particular	100
Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo	100
Gráfico V.10: Tipo de motor parque empresas Vs. parque particular	101
Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento	101
Gráfico V.12: Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y número vehículos de empresa	102
Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2013	102
Gráfico V.14: Cambio de neumáticos por tipología de vehículo	103
Gráfico V.15: Cambio de neumáticos por método de financiación	103
Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2012 vs. 2013	104
Gráfico V.17: Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos	105
Gráfico V.18: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para cambio de neumático	105
Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2013	106
Gráfico V.20: Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo	106
Gráfico V.21: Revisión o cambio de aceite por método de financiación	107
Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2012 vs. 2013	107
Gráfico V.23: Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento	108
Gráfico V.24: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para realización de mantenimiento	108

CAPÍTULO VI

Gráfico VI.1: Número medio de visitas en base a la antigüedad del vehículo	112
Gráfico VI.2: Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación	112
Gráfico VI.3: Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación	113
Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación	114
Gráfico VI.5: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo	114
Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra	115
Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	115
Gráfico VI.8: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	116
Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresas - 2012 Vs 2013	116
Gráfico VI.10: Garantía según la edad del vehículo - Parque empresas Vs. Parque Particular	117
Gráfico VI.11: Tipo de seguro parque empresas Vs. parque particular	117
Gráfico VI.12: Tipo de seguro - Comparativa 2012 Vs. 2013	118
Gráfico VI.13: Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo	119
Gráfico VI.14: Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación	120
Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2013 y tipo de accidente	120

Gráfico VI.16: Número de accidentes / roces	121
Gráfico VI.17: Tipo de vehículo y método de financiación	121
Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro	122
Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2012 Vs. 2013	122
Gráfico VI.20: Elección del lugar de reparación	123
Gráfico VI.21: Quién elige el lugar de reparación	123

CAPÍTULO VII

Gráfico VII.1: Evolución de la flota de renting en 2013 y 2012	126
Gráfico VII.2: Factores más influyentes que impiden el crecimiento de la flota en 2013 y 2012	126
Gráfico VII.3: Evolución de la flota en los próximos tres años	127
Gráfico VII.4: Medidas consideradas más eficaces para potenciar el crecimiento de las flotas	128
Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación	129
Gráfico VII.6: Uso privado del vehículo de empresa	130
Gráfico VII.7: Principales criterios seguidos para elegir un vehículo de empresa	130
Gráfico VII.8: Empresas que consideran que el renting ofrece valor añadido y ahorro superior a la compra directa	131
Gráfico VII.9: Centralización de los viajes dentro de la empresa	132
Gráfico VII.10: Interés en servicios sobre movilidad	133



PROMOVIDO POR:



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

www.observatoriovehiculoempresa.es

Inicio

Índice