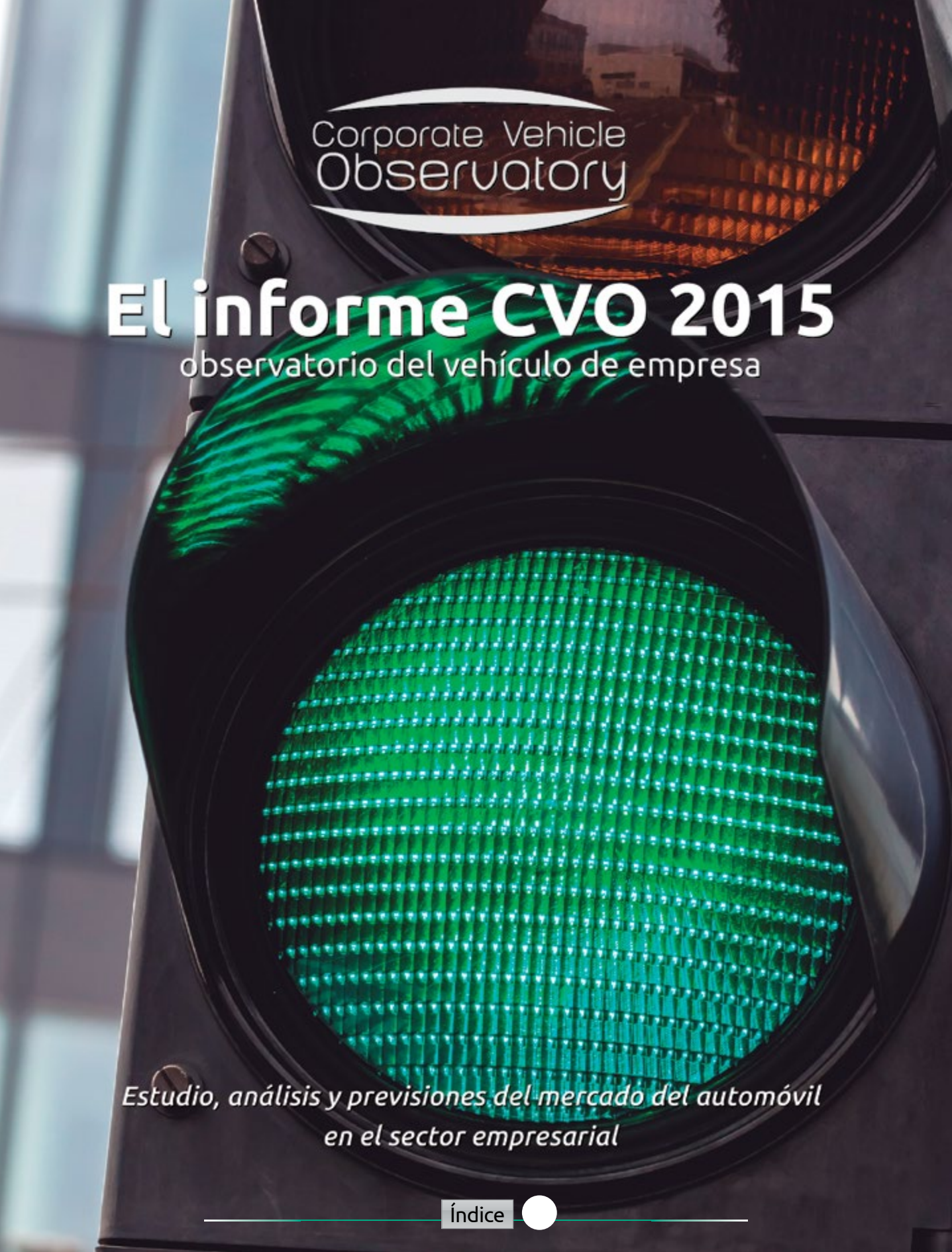




Corporate Vehicle
Observatory

El informe CVO 2015

observatorio del vehículo de empresa

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



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

El Informe CVO 2015

OBSERVATORIO DEL VEHÍCULO DE EMPRESA

INTRODUCCIÓN9

CAPÍTULO I. La economía española. Indicadores macroeconómicos

I. PIB 12

II. Inflación..... 13

III. Empleo 14

IV. Consumo Privado 15

V. Ahorro de los Hogares..... 16

VI. Consumo Público 17

VII. Exportaciones / Importaciones..... 18

VIII. Déficit Público 19

CAPÍTULO II. Mercado del vehículo nuevo

I. PARQUE DE VEHÍCULOS..... 22

 A. Evolución y previsión del Parque Total..... 22

 B. Distribución del parque por canal de distribución 23

 C. Distribución del parque por edad de los vehículos 23

 D. Distribución del parque por emisiones de CO₂ 24

 E. Distribución del parque por precio medio del vehículo..... 26

 F. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución 27

 G. Distribución por tipo de combustible..... 28

II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO 30

 A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo..... 30

 B. Matriculaciones mensuales 33

 C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución 34

 D. Matriculaciones por segmento de vehículos..... 36

 E. Matriculaciones por tipo de combustible 39

 F. Matriculaciones por emisiones de CO₂ 42

 G. Matriculaciones por marca del fabricante 45

 H. Mapa mundial y español de matriculaciones cada 1.000 habitantes..... 50

III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES..... 53

 A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución..... 53

 B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos 58

 C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante 63

CAPÍTULO III. Mercado del vehículo de ocasión

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN..... 70

 A. Evolución y previsión de las Ventas de VO 70

 B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos 71

 C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo 72

 D. Ventas de VO por tipo de combustible 74

 E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo 75

 F. Evolución de las ventas de VO por segmento 76

 G. Evolución de las ventas de VO por cilindrada 78

 H. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante 79

CAPÍTULO IV. Equipamientos

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO 84

 A. Implantación del GPS 84

 B. Tipo de Cambio..... 85

 C. Pintura 87

II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD..... 88

 A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad 88

 B. Cuota de integración de los equipamientos de seguridad por tipología de vehículo..... 89

 C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad en función del método de financiación 90

CAPÍTULO V. Mantenimiento

I. INTRODUCCIÓN..... 94

 A. Kilometraje anual..... 94

 B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo 95

 C. Kilometraje anual por tipo de vehículo 97

 D. Kilometraje en el contador..... 97

 E. Tipo de motor 99

 F. Contrato de mantenimiento..... 99

II. NEUMÁTICOS 100

 A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2014..... 100

 B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo 101

 C. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación..... 101

 D. Lugar de reparación..... 102

 E. Decisión de la elección del taller 103

 F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático 103

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO 104

 A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2014..... 104

 B. Por tipología de vehículo 104

 C. Según método de financiación 105

 D. Lugar de reparación..... 105

 E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento..... 106

 F. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento 106

CAPÍTULO VI. Daños y reparaciones

I. REPARACIONES 110

 A. Entradas al taller según edad del vehículo 110

 B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación..... 110

 C. Entradas al taller según edad y método de financiación 111

 D. Lugar de realización de la reparación..... 112

 E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo 113

II. GARANTÍA..... 114

 A. Vehículo en garantía..... 114

 B. Garantía en función del método de financiación del vehículo 115

III. SEGURO..... 115

 A. Tipo de seguro..... 115

 B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo..... 117

 C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y financiación 118

 D. Accidentes..... 118

 E. Tasa de accidentes 119

 F. Accidentes declarados al seguro..... 120

 G. Responsable del coste de reparación..... 120

 H. Lugar de reparación de los daños 121

 I. Responsable de la elección del lugar de reparación 121

CAPÍTULO VII. Barómetro CVO

I. ASPECTOS DE LA FLOTA 124

 A. Crecimiento anual de la flota..... 124

 B. Barreras al crecimiento de flotas 124

 C. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2018 125

II. FINANCIACIÓN..... 127

 A. Métodos de financiación de flotas..... 127

III. POLÍTICA DE FLOTA 129

 A. Uso privado del vehículo de empresa..... 129

 B. Criterio en la elección del vehículo de empresa 129

 C. El valor añadido del renting 130

IV. MOVILIDAD 131

 A. Gestión de la movilidad en las empresas 131

 B. Servicios sobre la movilidad 132

V. TELEMÁTICA..... 133

 A. Equipamiento telemático 133

Índice de tablas y gráficos..... 135

¡Luz verde!

Tras un largo período de estancamiento, por fin el sector de la automoción y los afines, observan, tras sucesivas luces rojas, que la luz verde se ha encendido y la carrera vuelve a dar comienzo.

Han sido años difíciles, incluso terribles. España ha visto como se le escapaban entre los dedos más de un millón de ventas por una dichosa crisis que no parecía terminar. Pero ese período parece haber concluido. En el horizonte crecimiento y estabilización, y lo más importante, nuevas oportunidades. Es cierto que aún todas las cifras macros no terminan de calar en las micro y que aún serán necesarios más ajustes y que la recuperación real también se note en la sociedad, pero esa recuperación ya presenta sólidos troncos y no aquellos pequeños brotes que no terminaban de concretarse.

Y las empresas despuntan, da igual grandes que pequeñas, todas entienden que el panorama ha cambiado, y que tanta resistencia y ajuste por fin va a dar sus frutos. Aquellas que han resistido deben ahora capitalizar en toda esa reconversión y volver a crecer paulatinamente, a encontrar los negocios que se perdieron y a conquistar los que están por surgir. Y de la mano, sus vehículos de empresa, claves en el desarrollo de la actividad.

+11% es la estimación de crecimiento de las flotas para los próximos años, tanto en grandes empresas como para las pymes y los autónomos. Lo que llevará a un crecimiento muy importante de casi 300.000 unidades para el año 2018 solamente en este segmento respecto a cómo se terminó el año hace ya 6 meses. Unos los comprarán y otros los alquilarán a largo plazo. En este sentido, la tendencia no cambia, la PYME

y el autónomo siguen inclinándose por el modelo de posesión mientras que la gran empresa no quiere líos, sabe las virtudes que existen en la externalización y entiende que seguirá siendo su camino y la apuesta.

Y sobre la PYME que más decir que no se haya dicho hasta ahora. La falta de crédito ya no es un problema reduciéndose en veinte puntos las empresas que veían aquí un escollo para impulsar la renovación de las flotas. Y tampoco es la falta de presupuestos que cae en más de veinte puntos. Si 2016 ve el final de los planes de ayuda a la compra de vehículos – a un mercado en notable mejoría se le suma que ya no habrá año electoral por delante – probablemente las pequeñas empresas vuelvan a decantarse por la externalización por encima de la propiedad.

Nuevamente toca demostrar el valor de la propuesta de Renting, del “todo incluido”, de la facilidad, de la comodidad, de la relación calidad-precio. El Renting también tiene su luz verde y el premio de esta carrera son las PYMES y los autónomos.

Alejandro Madrigal

Director del Observatorio del Vehículo de Empresa



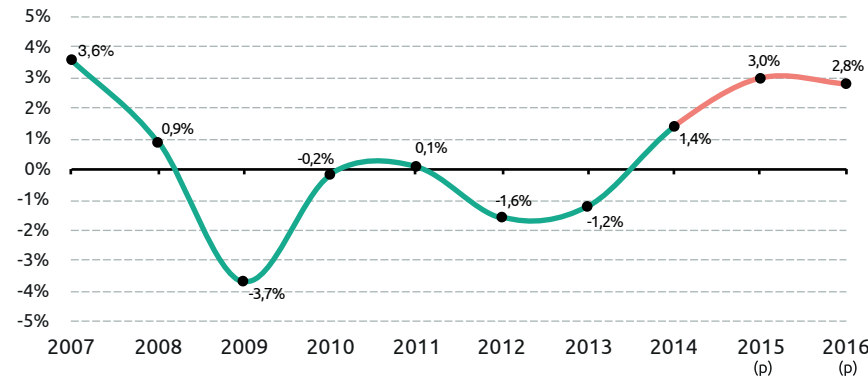
CAPÍTULO I

**La economía
española**
Indicadores
macroeconómicos

01

I. PIB

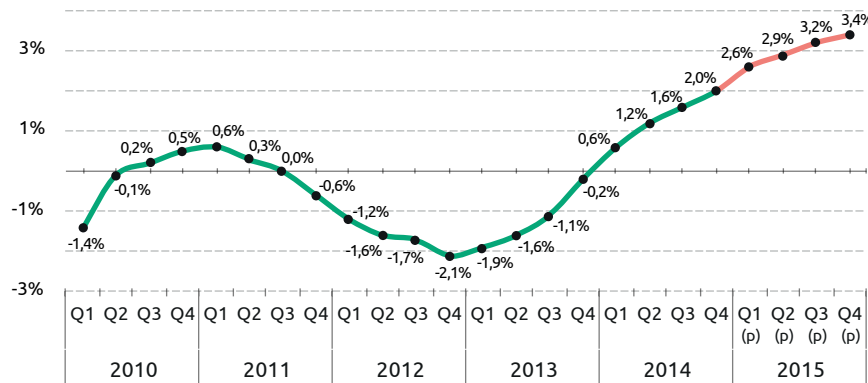
Gráfico I.1: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La economía española cerró 2014 con un alza del PIB del 1,4%, lo que supone el primer crecimiento real de la misma después de cinco años de recesión. Las proyecciones para los dos próximos ejercicios ratifican la mejora económica con un avance del PIB del 3% en el presente ejercicio, que se moderaría levemente en 2016, año que concluiría con una subida del 2,8%.

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

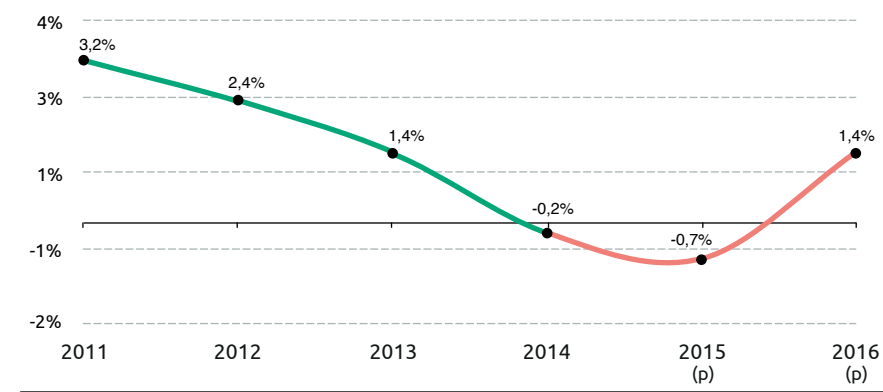


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

El primer trimestre de 2015 certificó el avance más intenso de la actividad española desde finales de 2007 para crecer a un ritmo anual del 2,6%, con el consumo privado como motor básico de la recuperación. De esta forma, el PIB encadena un año de expansión. Se prevé que el crecimiento trimestral se mantenga constante para cerrar el año con un avance del 3,4%.

II. Inflación

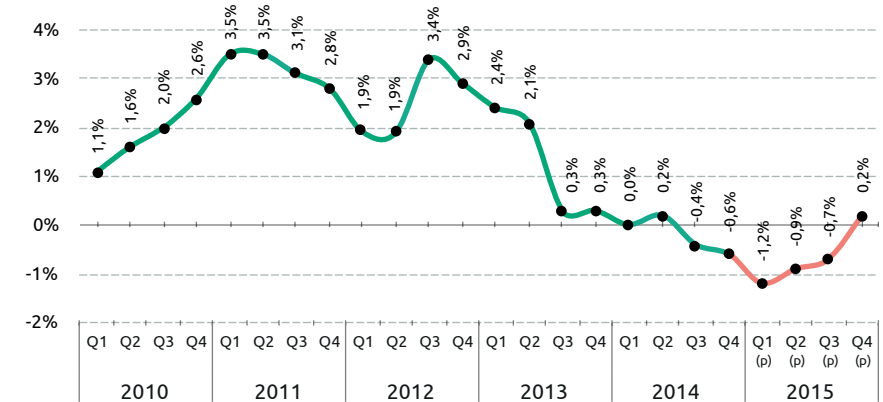
Gráfico I.3: Inflación (IPC) - Evolución anual



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

El riesgo de entrar en deflación se mantiene en España pese al aumento del consumo experimentado en el último año. Esta situación estaría provocada por el fuerte proceso de devaluación interna (con recorte de salarios centrados sobre todo en los nuevos contratados) y porque el precio de la energía mantuvo la tendencia bajista el pasado ejercicio. Las proyecciones indican que el IPC cerrará 2015 en el -0,7% para crecer hasta el 1,4% en 2016.

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

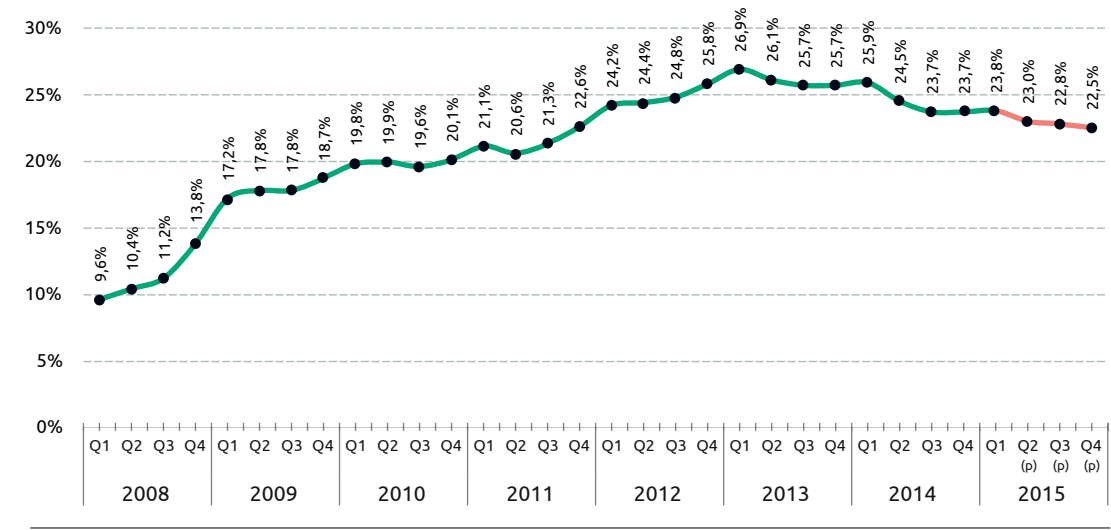


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La fortaleza de la demanda interna, así como el aumento en el precio de los carburantes ya experimentado en el primer trimestre apuntala la trayectoria ligeramente creciente de la inflación en el transcurso de 2015, que finalizaría con tasas trimestrales positivas.

III. Empleo

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

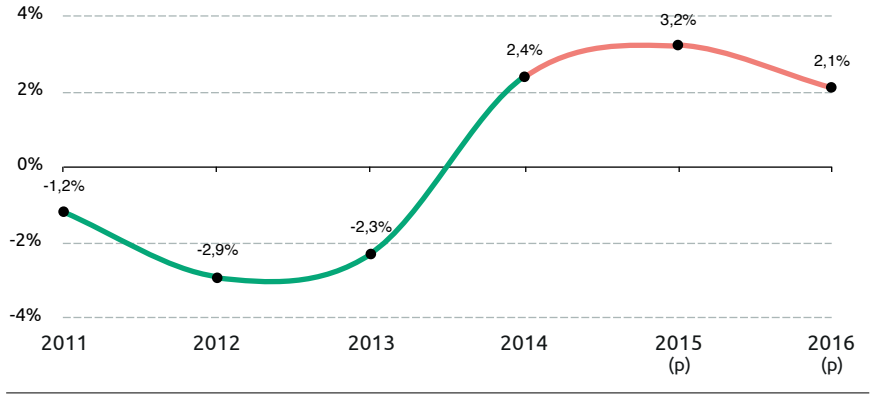


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La tasa de paro se situó en el 23,7% de la población activa en el tercer trimestre de 2014, lo que supuso bajar del 24% por primera vez desde el último trimestre de 2011. La mejora laboral continuó su avance en el inicio de 2015 y se generalizó en la mayoría de ramas de actividad. Las previsiones apuntan hacia la consolidación del descenso y sitúan la tasa de desempleo en el 22,5% a finales de 2015.

IV. Consumo Privado

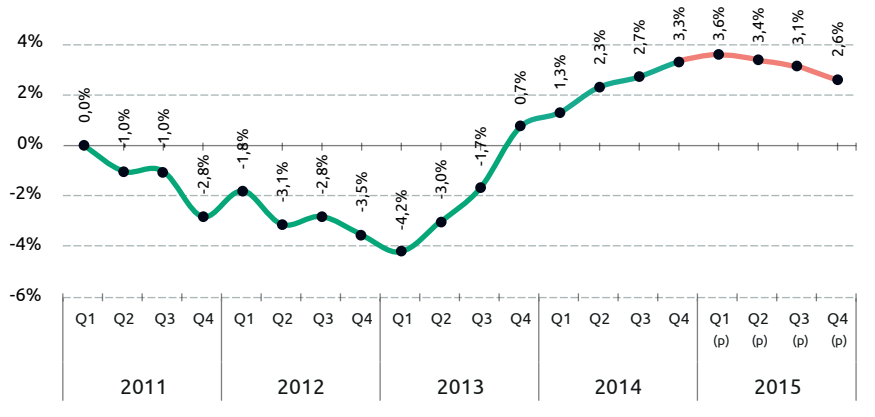
Gráfico I.6: Consumo privado - Evolución anual



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

El consumo de los hogares certificó en 2014 el repunte registrado en el tramo final de 2013 y creció más rápido incluso que la renta disponible, para cerrar con un avance del 2,4% en comparación con el año precedente. Se prevé que el consumo privado sea uno de los grandes vectores de crecimiento en 2015 y sume un incremento del 3,2%, para moderar su avance al 2,1% en 2016.

Gráfico I.7: Consumo privado - Evolución trimestral

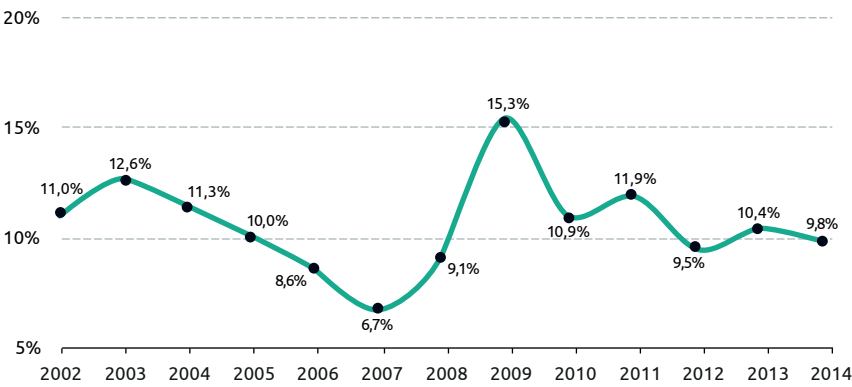


Fuente: Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La demanda doméstica marcó su punto de inflexión en 2014, año en el que recuperó la senda del crecimiento. Las previsiones apuntan a que la tendencia se mantenga en la primera mitad de 2015 financiada por el ahorro acumulado en los años anteriores, para estabilizarse en la segunda mitad del mismo.

V. Ahorro de los Hogares

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



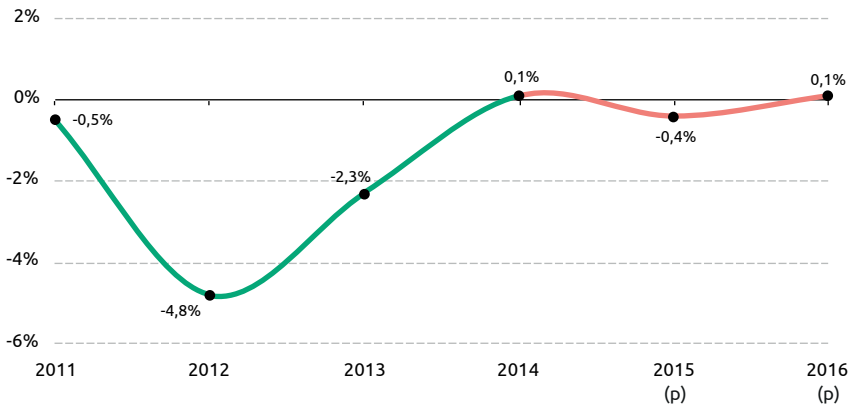
Fuente: INE

La renta de las familias volvió a decaer en 2014 tras el repunte experimentado durante el ejercicio precedente. Las expectativas sobre la recuperación y la mejora del mercado laboral impulsaron a los hogares a aumentar el gasto, por lo que sólo ahorraron el 9,8% de sus ingresos.



VI. Consumo Público

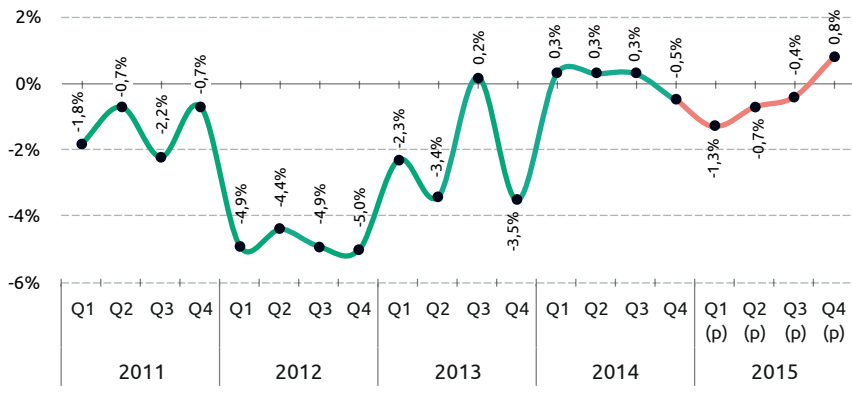
Gráfico I.9: Consumo público - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Después de los fuertes ajustes presupuestarios acometidos por las Administraciones Públicas para cumplir con los objetivos de déficit en 2013 el consumo público experimentó un leve repunte el pasado ejercicio. No obstante, el descenso en este gasto volverá en 2015 para crecer en 2016 en tasas similares a 2014.

Gráfico I.10: Consumo público - Evolución trimestral

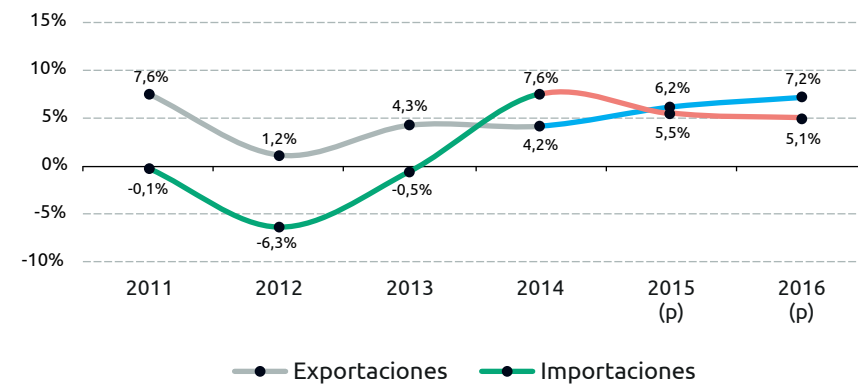


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

El aumento del gasto generado por las campañas electorales, así como la contratación de personal laboral y la modernización de la red de cercanías impulsarán el crecimiento del gasto público en 2015 y pondrán fin a la contención de las inversiones de ejercicios precedentes.

VII. Exportaciones / Importaciones

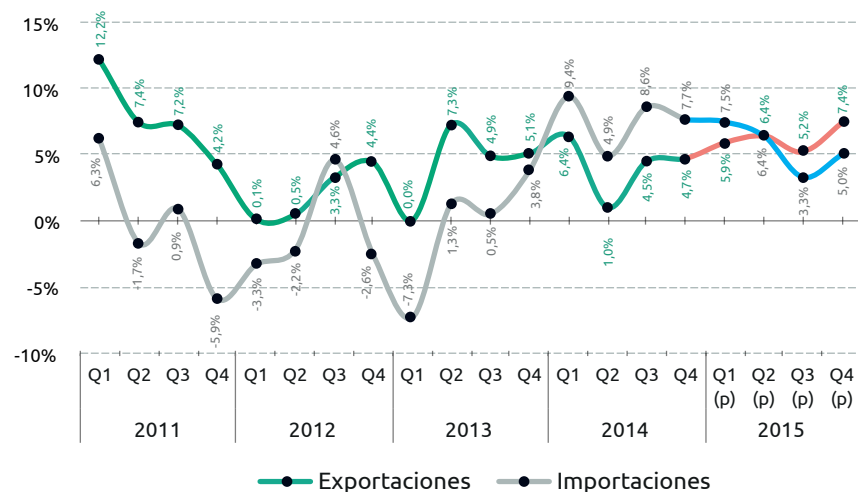
Gráfico I.11: Exportaciones e importaciones - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La baja inflación y la depreciación del euro impulsaron la competitividad de las exportaciones españolas en 2014, hasta alcanzar un crecimiento del 4,2%. La diversificación geográfica fue otro de los puntos fuertes del sector, que consiguió conquistar nuevos mercados y lo que le permitirá mantener la tendencia positiva en 2015 y 2016, con avances del 6,2% y del 7,2%, respectivamente. Las importaciones, por su parte, continuaron con la senda alcista iniciada en 2013 y cerraron 2014 con un aumento del 7,6%, y las previsiones apuntan a que la tendencia se mantendrá este ejercicio (5,5%) y el próximo (5,1%).

Gráfico I.12: Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral

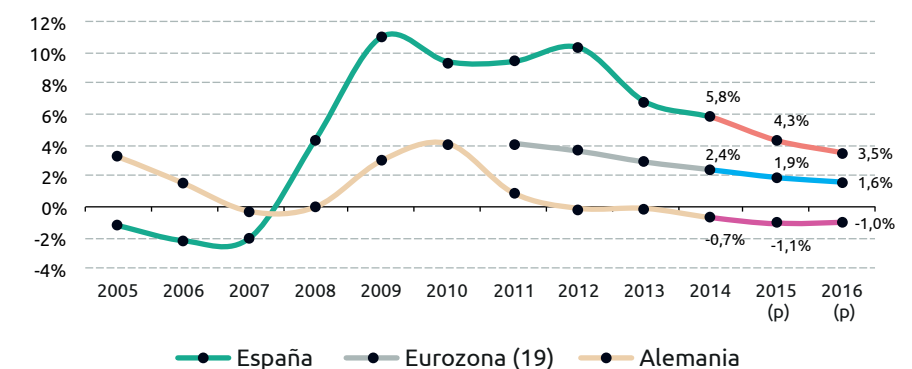


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

En base a las previsiones existentes para este año, en el primer semestre de 2015 el sector exterior mantiene su pujanza como motor económico, fortaleciendo los avances en último tramos del año. Por su parte, la demanda de bienes de equipo será uno de los pilares que sustente las importaciones en la primera mitad de 2015, las cuales descenderán en el tramo final de 2015 según las previsiones.

VIII. Déficit Público

Gráfico I.13: Déficit Público



Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)

España cerró 2014 con un déficit público del 5,8%, lo que la convierte en el segundo país europeo con mayor desfase en esta partida por detrás de Chipre. En el conjunto de la Eurozona, el déficit público disminuyó del 2,9% de media en 2013 al 2,4% en 2014. Alemania, por su parte, fue uno de los cuatro países europeos que cerraron el ejercicio con superávit fiscal.





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

	2009		2010		2011		2012		2013	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	22.917.703	(+1,1%)	24.518.000	(+7,0%)	24.726.683	(+0,9%)	24.633.467	(-0,4%)	24.483.794	(-0,6%)
Población	46.017.560	(+0,4%)	46.257.974	(+0,5%)	46.196.278	(-0,1%)	46.609.652	(+0,9%)	45.995.460	(-1,3%)
Densidad (veh/1000 hab)	498	(+0,7)	531	(+6,6)	535	(+0,9%)	529	(-1,1%)	532	(+0,6%)
	2014		2015		2016		2017		2018	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	24.643.532	(+0,7%)	25.160.847	(+2,1%)	25.562.276	(+1,6%)	25.976.352	(+1,6%)	26.453.705	(+1,8%)
Población	45.891.111	(-0,2%)	45.783.180	(-0,2%)	45.671.239	(-0,2%)	45.555.252	(-0,3%)	45.435.456	(-0,3%)
Densidad (veh/1000 hab)	537	(+0,9)	550	(+2,3)	560	(+1,8%)	570	(+1,9%)	582	(+2,1%)

(*) 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 parque automovilístico español recuperó en 2014 el terreno perdido el ejercicio anterior y volvió a crecer hasta los 24,6 millones de vehículos (0,7%). El avance se produjo pese al descenso del 0,2% de la población española, por lo que la densidad de vehículos por habitante creció casi un punto porcentual para contabilizar 537 coches por cada 1.000 ciudadanos. Las previsiones apuntan a aumentos sostenidos del parque, que en 2018 alcanzaría los 26,4 millones de vehículos, pese a que la población continuará disminuyendo.

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

Total	2014		2015 (p)		2016 (p)		2017(p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	1.692.683	(-2,4%)	1.799.894	(+6,3%)	1.878.467	(+4,4%)	1.943.922	(+3,5%)	1.976.092	(+1,7%)
Particulares	22.575.948	(+1,0%)	22.956.354	(+1,7%)	23.267.199	(+1,4%)	23.606.560	(+1,5%)	24.043.243	(+1,8%)
Rent-a-car	374.901	(-4,1%)	404.600	(+7,9%)	416.611	(+3,0%)	425.870	(+2,2%)	434.370	(+2,0%)

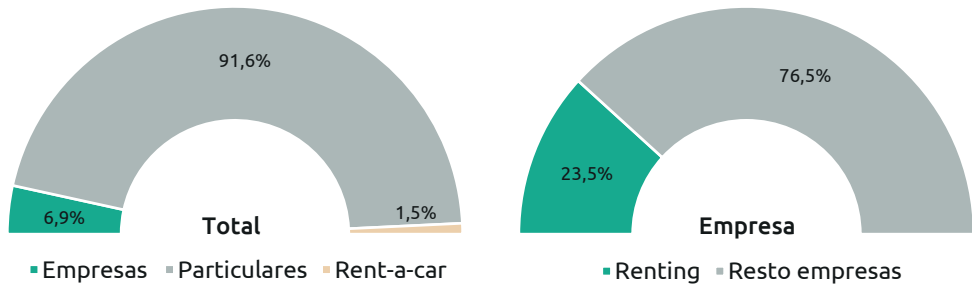
Parque de empresa	2014		2015 (p)		2016 (p)		2017(p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	398.131	(+0,9%)	408.576	(+2,6%)	425.848	(+4,2%)	440.570	(+3,5%)	449.687	(+2,1%)
Reto empresas	1.294.552	(-3,3%)	1.391.318	(+7,5%)	1.452.618	(+4,4%)	1.503.351	(+3,5%)	1.526.405	(+1,5%)

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

Los vehículos de particulares, que crecieron un 1% en 2014, anticipan los números positivos que se prevén para todos los segmentos del mercado en los próximos años. El renting avanzó un 0,9% en el parque de empresa y se espera un crecimiento cercano a las 50.000 unidades hasta 2018.

B. Distribución del parque por canal de distribución

Gráfico II.1: Distribución del parque en 2014 por canal de distribución (Total y Empresa)

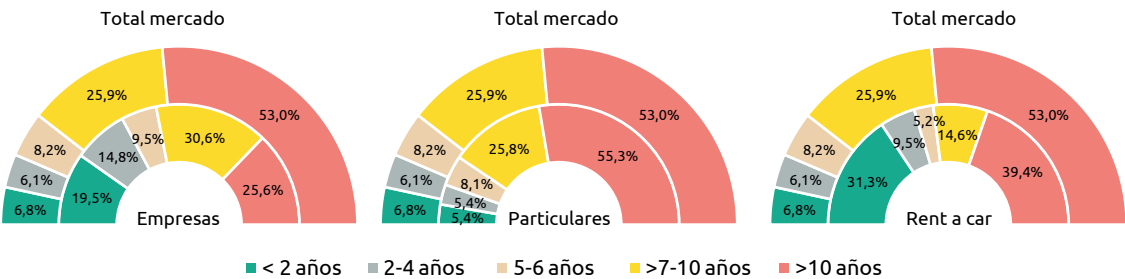


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El protagonismo del parque de vehículos en España corresponde a los particulares, quienes volvieron a aumentar su cuota al avanzar del 91,3% registrado en 2013 al 91,6% en 2014. En lo referente al parque corporativo, el renting suma el 23,5% 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

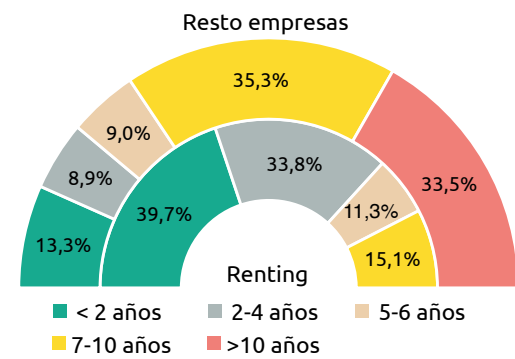


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El parque automovilístico español vuelve a envejecer un año más y supera con creces los diez años de antigüedad (53%). No obstante, los coches con menos de dos años crecieron casi un punto porcentual en 2014 y alcanzan el 6,8% 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 19,5% 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 (más de la mitad supera los diez años) y apenas el 5,4% cuenta con un coche de reciente adquisición.

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

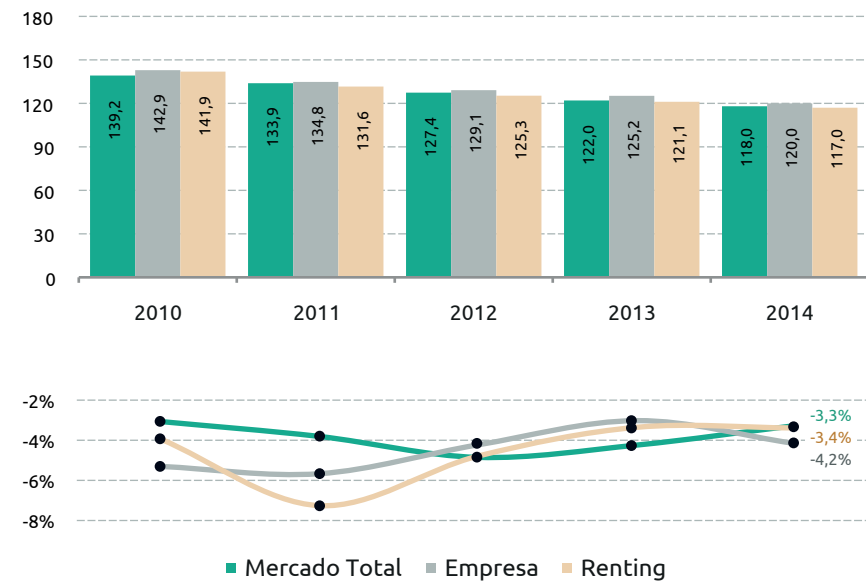


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo que se refiere al canal de empresas, el renting dispone de un parque más actualizado, ya que el 39,7% de la flota de esta modalidad tiene menos de dos años, mientras que casi el 69% del resto de vehículos corporativos cuenta con antigüedades superiores a los seis años.

D. Distribución del parque por emisiones de CO₂

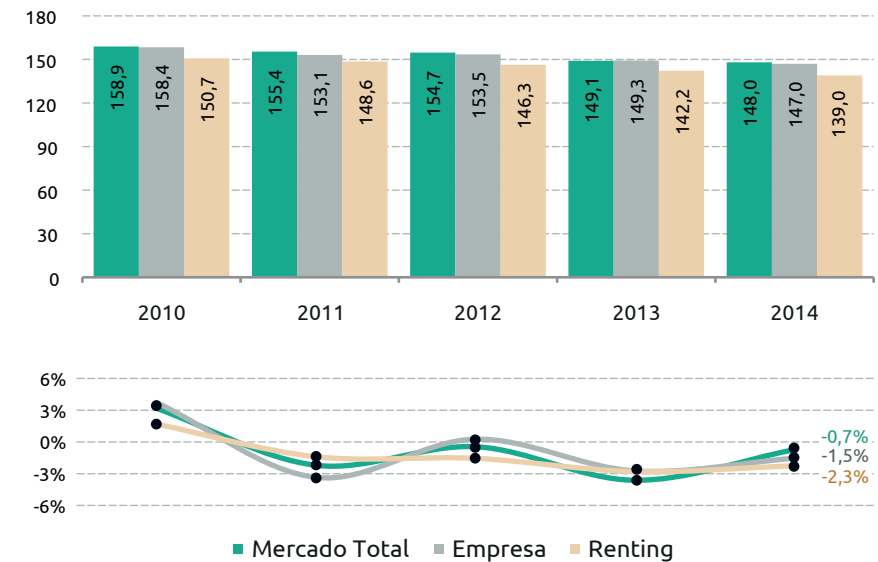
Gráfico II.4: Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las emisiones medias de dióxido de carbono (CO₂) a la atmósfera mantuvieron la tendencia a la baja experimentada en los últimos años. En 2014 se situaron en 118 gramos por kilómetro, un 3,3% menos en términos interanuales. Los vehículos de renting vuelven a colocarse por debajo de la media general con 117 gramos, mientras que el canal de empresa alcanzó los 120 gramos.

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



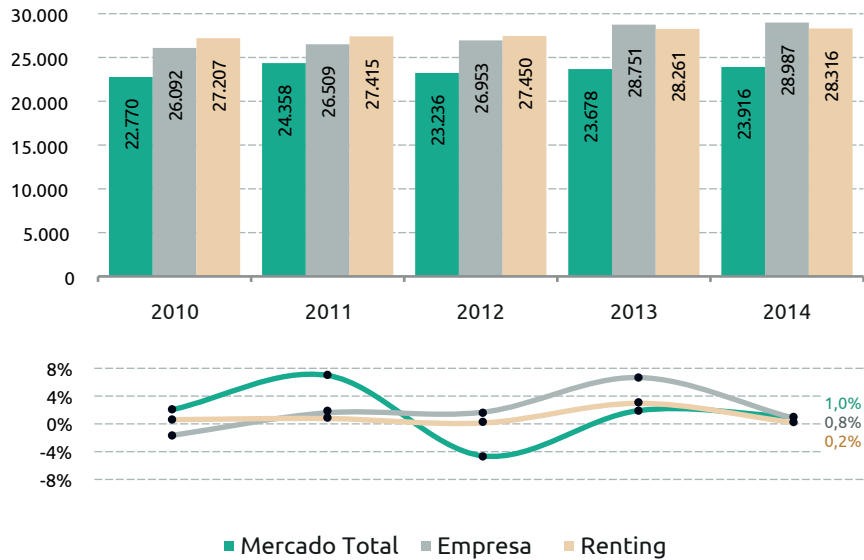
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La flota comercial sumó un nuevo año de descenso de sus emisiones medias de CO₂, al reducir las mismas un 0,7% con respecto a 2013. La media del canal de empresa se mantiene por debajo del resto del mercado en un gramo por kilómetro, mientras que las emisiones del renting se situaron 8 gramos por kilómetro por debajo del segmento de empresas, habiendo rebajado las emisiones un 2,3% respecto a las del año anterior.



E. Distribución del parque por precio medio del vehículo

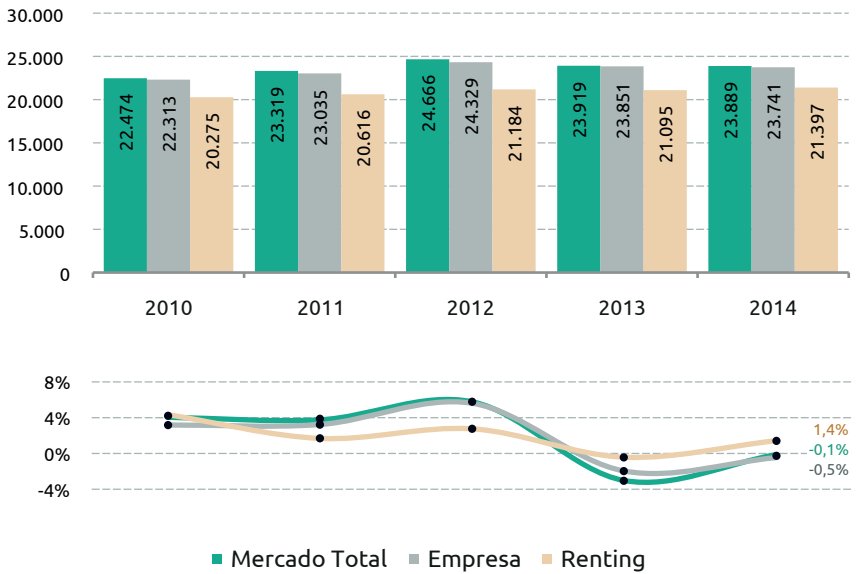
Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos (absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El precio medio del turismo que circula por las calles españolas alcanzó en 2014 los 23.916 euros y vuelve a crecer (1%) por segundo año consecutivo, aunque todavía se encuentra por debajo de las cifras alcanzadas en 2011. El precio medio del turismo destinado al canal de empresa se situó en 28.987 euros, lo que motivó que la inversión para adquirir un vehículo creciera el 0,8%, mientras que los dedicados al renting aumentaron el 0,2%, hasta los 28.316 euros.

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

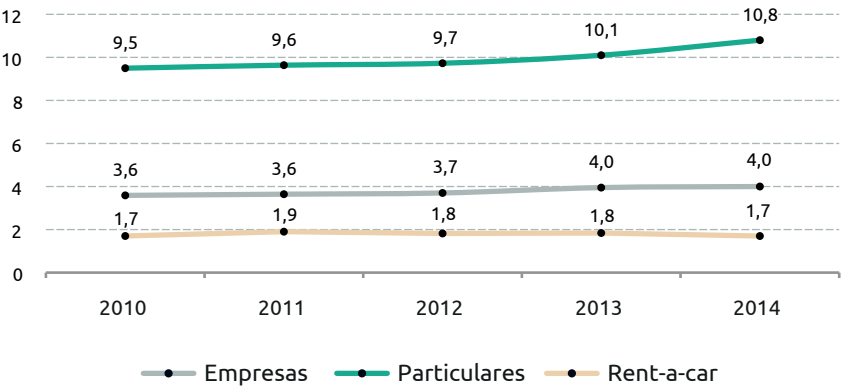


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el segmento de los comerciales el precio medio volvió a retroceder y se situó en 23.889 euros. Los comerciales dedicados al renting alcanzaron un coste medio de 21.397 euros, con un repunte del 1,4%, mientras que la media del canal de empresa quedó cifrada en 23.741 euros, cien menos que el año anterior.

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

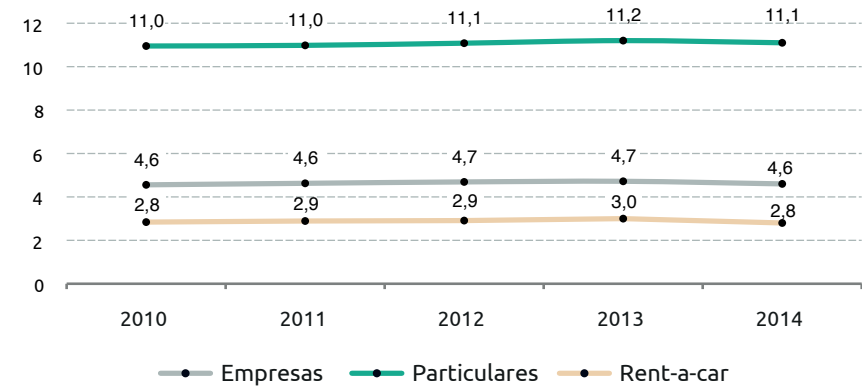
Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos



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

Las empresas vuelven a situar, al igual que en 2013, en los cuatro años la renovación de sus vehículos, mientras que los particulares siguen alargando la vida útil de los mismos, que ya casi alcanza los 11 años de media. Por su parte, los vehículos de alquiler se renuevan cada 1,7 años, cifra idéntica a la de 2010.

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

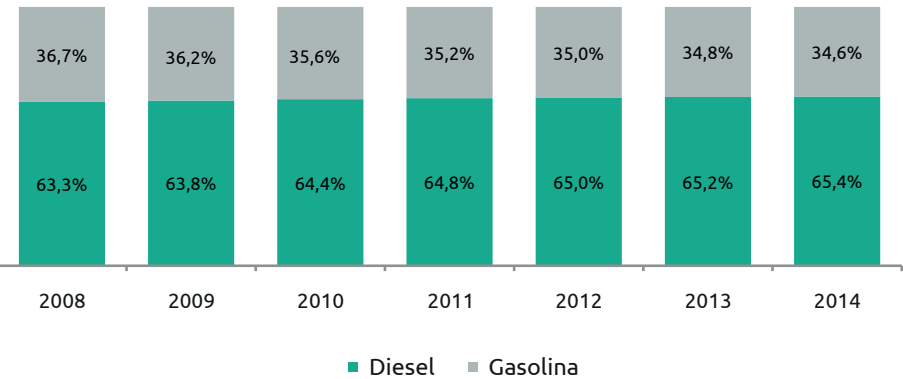


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*) En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

Los vehículos comerciales mantienen el equilibrio del último lustro, en el que apenas se han producido variaciones en los tiempos medios de posesión. Para los de empresa la media de renovación desciende levemente hasta los 4,6 años al igual que en el 2010 y 2011. En el caso de los particulares, la media continúa por encima de los 11 años.

G. Distribución por tipo de combustible

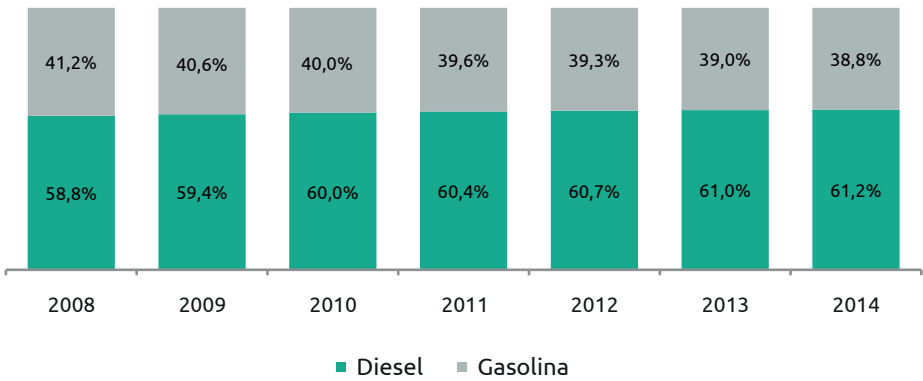
Gráfico II.10: Distribución por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Los vehículos diésel mantienen la hegemonía en España, con una cuota de mercado del 65,4%, frente al 34,6% que utilizan la gasolina como carburante. La aplicación de las nuevas tecnologías, que ha permitido ofrecer prestaciones superiores y menor sonoridad, así como el menor precio del combustible, explica su mayor implantación.

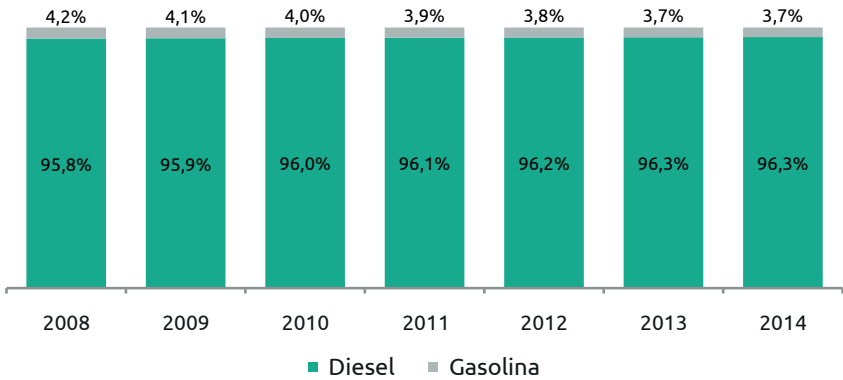
Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo referente al parque de turismos, los diésel vuelven a mejorar su posición en el mercado respecto de los de gasolina con un nuevo incremento de 0,2 puntos porcentuales, con lo que consiguen el 61,2% del total de la cuota de mercado, frente al 38,8% de la otra alternativa.

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



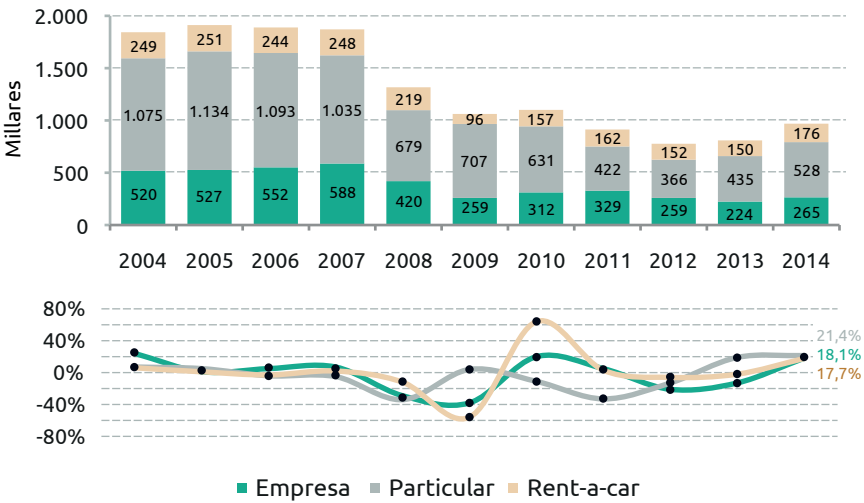
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La motorización diésel sigue sin competencia en el parque comercial. En 2014 mantuvo el 96,3% alcanzado en 2013, mientras que las mecánicas de gasolina siguen 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

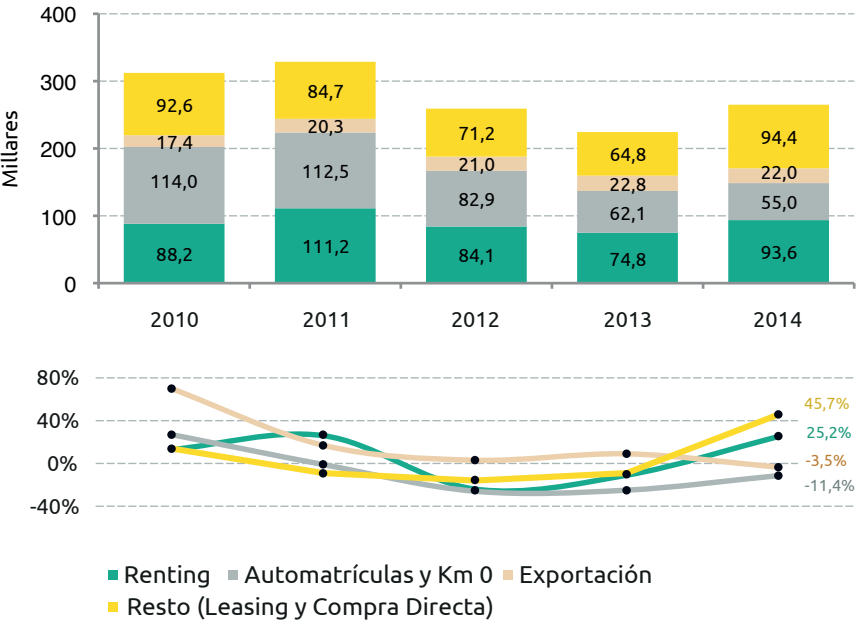
Gráfico II.13: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La extensión de los planes de ayuda a la compra de vehículos permitió que el mercado de las cuatro ruedas alcanzara el pasado año su mejor cifra de ventas desde 2010 y rozara el millón de unidades. El canal de distribución particular fue el principal protagonista del incremento al aumentar sus cifras un 21,4%.

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



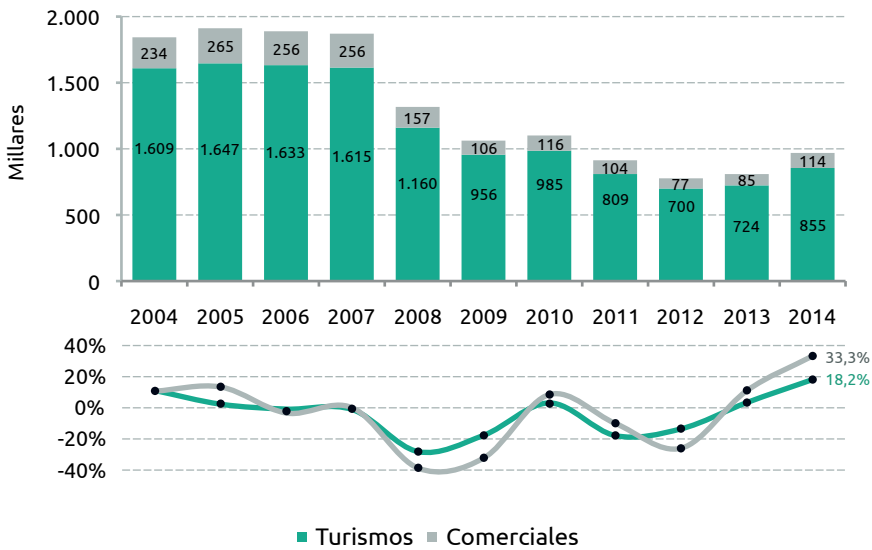
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las compañías de renting recuperaron gran parte de la pujanza en las matriculaciones perdida en 2013 y aumentaron en más de 93.600 las nuevas unidades, por lo que se situaron como el segundo segmento más activo sólo por detrás de la suma del leasing y la compra directa, que acumuló el mayor número de nuevas placas. Las automatricúlas y kilómetro 0 volvieron a perder unidades, mientras que el canal de exportación cedió un 3,5% después de tres ejercicios al alza.





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

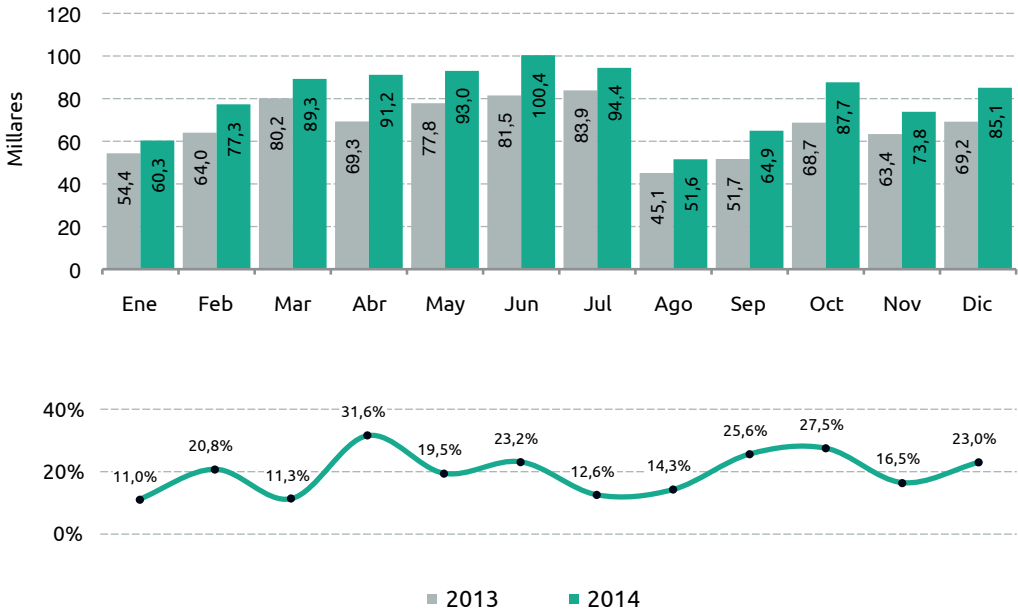


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Tanto el segmento de turismos como el de vehículos comerciales experimentaron una notable evolución de sus matriculaciones. La flota comercial creció en 2014 el 33,3%, mientras que los turismos nuevos avanzaron el 18,2%.

B. Matriculaciones mensuales

Gráfico II.16: Matriculaciones mensuales 2014 y 2013 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2014 Vs. 2013 en líneas)

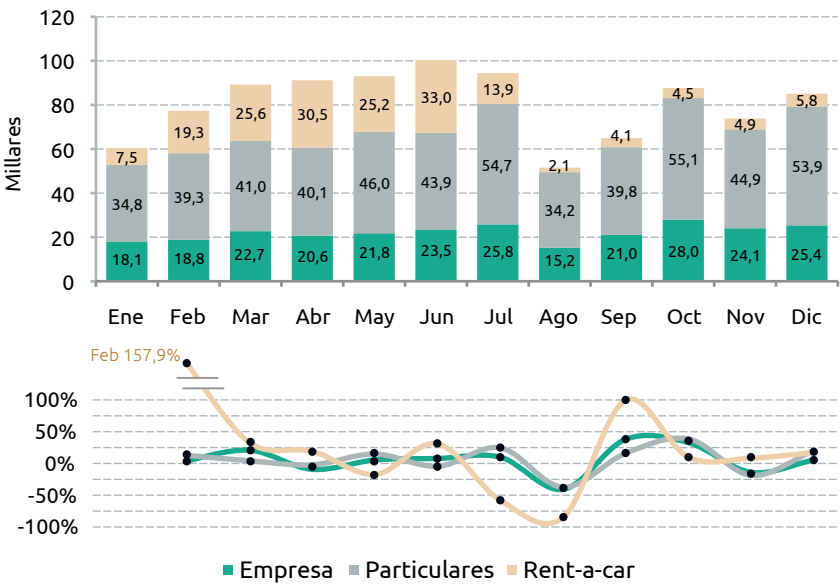


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Todos los meses de 2014 superaron las matriculaciones registradas en el mismo periodo del ejercicio precedente. La primera mitad del año acumuló los mejores registros, con junio y julio como los meses más destacados. La extensión del plan de ayudas del Gobierno permitió un nuevo repunte a finales de año.

C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución

Gráfico II.17: Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2014 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución mensual en líneas)

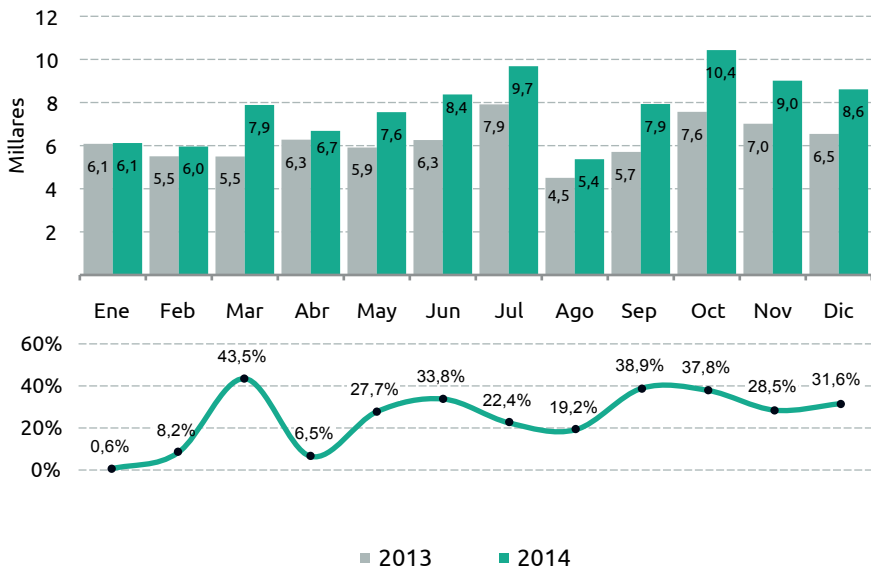


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El grueso de matriculaciones se realizó en la primera mitad del año, con el mes de junio como cénit al superar las 100.000 unidades matriculadas. El canal de alquiler experimentó un fuerte descenso a partir de junio, mientras que las matriculaciones de los canales de empresa y particular consiguen una menor variabilidad a lo largo del año.



Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2014 y 2013 - Renting (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2014 Vs. 2013 en líneas)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La evolución de las matriculaciones en el renting, muy ligadas a la actividad empresarial, iniciaron un fuerte repunte a partir del mes de marzo de 2014 en consonancia con la mejora de la coyuntura económica y en especial del auge del pequeño y mediano empresario. La flota de renting aumentó el pasado año después de cinco años de caídas, con octubre como el mes más activo.



D. Matriculaciones por segmento de vehículos

Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado

TURISMOS	2014		COMERCIALES	2014	
	Volumen	Evol 13-14		Volumen	Evol 13-14
Micro	45.449	43,2%	Comerciales	1.898	19,7%
Pequeño	209.959	12,2%	Derivados Turismos	68.373	39,7%
Medio	208.198	17,8%	Microvan	199	8,2%
Medio Alto	81.751	0,5%	(<2 Tn)	648	1122,6%
Alto	10.657	3,8%	(2 a < 2,7 Tn)	4.700	7,0%
Lujo	2.644	62,7%	(2,7 a < 3,5 Tn)	17.307	21,4%
Monovolumen Compacto	127.822	14,3%	(3,5 Tn)	15.521	31,1%
Monovolumen Estándar	17.588	10,8%	Pick-up	4.104	26,3%
Deportivos	1.532	-8,9%	Otros Comerciales	1.172	25,5%
Todo Terreno Bajo	108.116	47,1%	Totales	113.922	33,4%
Todo Terreno Medio	32.756	31,7%			
Todo Terreno Alto	8.571	22,5%			
Otros	85	-13,3%			
Totales	855.128	18,2%			

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los modelos pequeños se mantienen como el segmento que más vehículos matricula con 209.959 unidades, aunque con los modelos medios pisándoles los talones, ya que se situaron en segundo lugar con más de 208.000 vehículos. El monovolumen compacto (127.822) y el todo terreno bajo (108.116) superaron la barrera de las 100.000 unidades anuales. Los deportivos fueron el único segmento que cedió terreno con un descenso del 8,9%.

Los vehículos comerciales sumaron el segundo año consecutivo de aumentos. Destaca el espectacular aumento del 1.122,6% registrado en el segmento de menos de dos toneladas, que pasó de matricular 53 vehículos en 2013 a 648 el pasado año.

Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa

TURISMOS	2014		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 13-14
Micro	7.199	15,8%	25,4%
Pequeño	34.931	16,6%	18,5%
Medio	48.798	23,4%	19,4%
Medio Alto	35.419	43,3%	2,6%
Alto	6.587	61,8%	3,5%
Lujo	1.243	47,0%	41,6%
Monovolumen Compacto	27.840	21,8%	11,1%
Monovolumen Estándar	4.803	27,3%	11,8%
Deportivos	730	47,7%	-11,4%
Todo Terreno Bajo	20.551	19,0%	15,0%
Todo Terreno Medio	13.871	42,3%	26,0%
Todo Terreno Alto	6.166	71,9%	22,3%
Otros	44	51,8%	25,7%
Totales	208.182	24,3%	14,4%

COMERCIALES	2014		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 13-14
Comerciales	1.819	95,8%	20,0%
Derivados Turismos	31.884	46,6%	41,5%
Microvan	190	95,5%	8,0%
(<2 Tn)	417	64,4%	787,2%
(2 a < 2,7 Tn)	2.655	56,5%	25,6%
(2,7 a < 3,5 Tn)	8.133	47,0%	19,2%
(3,5 Tn)	7.899	50,9%	25,2%
Pick-up	3.305	80,5%	31,5%
Otros Comerciales	470	40,1%	20,8%
Totales	56.772	49,8%	33,8%

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 volvió a ser el más requerido por las firmas, con 48.798 adquisiciones en 2014, seguido por la gama media alta con 35.419 matriculaciones, a pesar de que solo creció el 2,6% respecto a 2013. En este canal se registraron ascensos en todos los segmentos con relación al ejercicio precedente (14,4%), con la excepción de los deportivos, que cayeron un 11,4%.

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, estos incrementaron sus ventas un 33,8% de forma global, con los derivados de turismos como modalidad más requerida (31.884 matriculaciones) y el aumento ya reseñado con anterioridad de los vehículos de menos de dos toneladas de carga.

Tabla II.5: Matriculaciones por segmento – Canal Renting

TURISMOS	2014		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 13-14
Micro	1.208	16,8%	-2,3%
Pequeño	13.808	39,5%	36,5%
Medio	20.185	41,4%	28,4%
Medio Alto	17.763	50,2%	5,4%
Alto	2.563	38,9%	14,9%
Lujo	216	17,4%	56,5%
Monovolumen Compacto	7.700	27,7%	22,3%
Monovolumen Estándar	1.495	31,1%	28,4%
Deportivos	82	11,2%	-12,8%
Todo Terreno Bajo	4.423	21,5%	26,0%
Todo Terreno Medio	4760	34,3%	44,3%
Todo Terreno Alto	1.791	29,0%	30,7%
Otros	1	2,3%	-50,0%
Totales	75.995	36,5%	22,5%

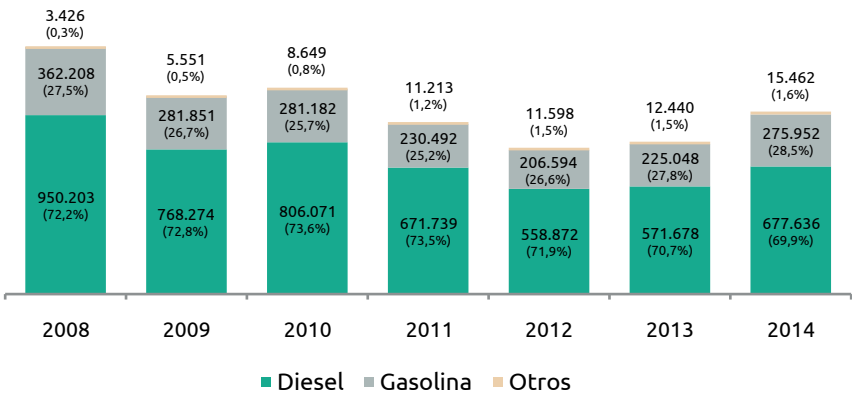
COMERCIALES	2013		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 13-14
Comerciales	1.212	66,6%	25,2%
Derivados Turismos	12.095	37,9%	37,7%
Microvan	14	7,4%	-77,0%
(<2 Tn)	34	8,2%	-
(2 a < 2,7 Tn)	639	24,1%	52,9%
(2,7 a < 3,5 Tn)	1.693	20,8%	44,0%
(3,5 Tn)	1.087	13,8%	37,4%
Pick-up	791	23,9%	54,8%
Otros Comerciales	57	12,1%	23,9%
Totales	17.622	31,0%	38,2%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El número de matriculaciones de vehículos para renting creció el 22,5% en relación con 2013. Los turismos de gama media y media alta volvieron a ser los más demandados, con 20.185 y 17.763 ejemplares respectivamente, con los deportivos de nuevo como los menos demandados. Entre los comerciales, los derivados de turismos mantienen la preferencia del mercado y aumentaron su número en 12.095 ejemplares, un 37,7% más de lo que lo hizo en 2013, año en el que no hubo peticiones de vehículos de menos de dos toneladas de carga.

E. Matriculaciones por tipo de combustible

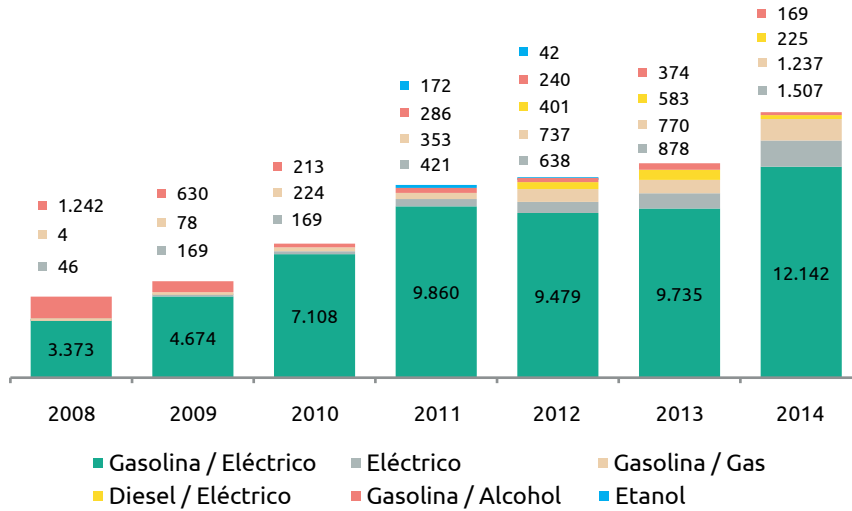
Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Todos los segmentos por tipo de carburante crecieron en 2014, con un destacado incremento de las motorizaciones diésel, que se situaron a la cabeza con 677.636 unidades en 2014 [106.000 más que el año anterior] frente a las 275.952 de los vehículos propulsados por gasolina, que se anotaron los mejores números desde 2010.

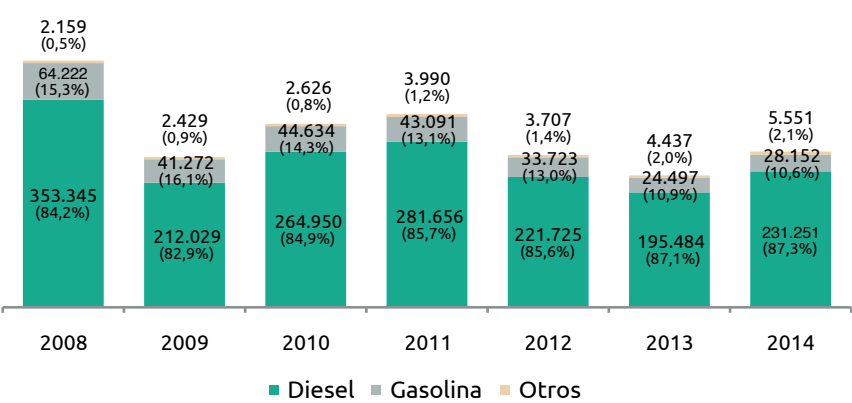
Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La gama de vehículos eficientes se decantó un año más por la combinación de la gasolina con el motor eléctrico y superó largamente la barrera psicológica de las 10.000 matriculaciones, para alcanzar 12.142 unidades. El coche eléctrico casi dobla los números del ejercicio precedente, aunque al igual que el resto de opciones mantiene su carácter testimonial.

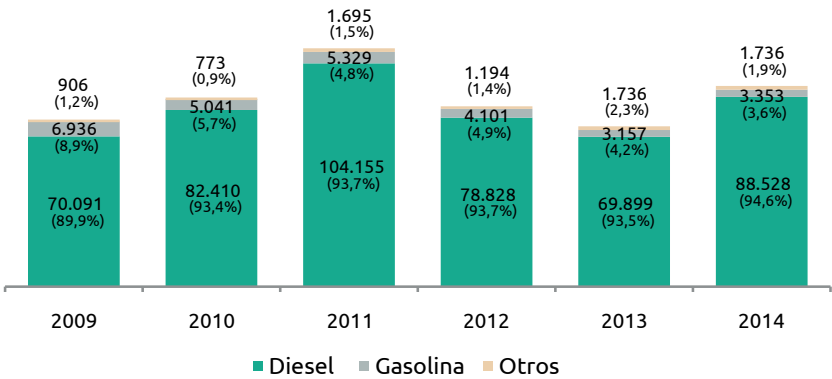
Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel sigue imbatible en el canal empresa, con el 87,3% de las matriculaciones en 2014, lo que supone un incremento de 35.767 matriculaciones con esta motorización. Los de gasolina vuelven a perder cuota en 2013 a pesar del crecimiento en volumen [3.655 unidades].

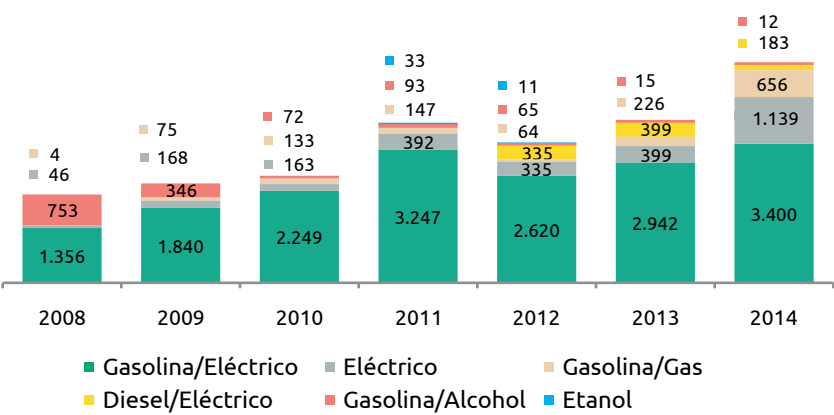
Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El combustible diésel no tiene rival en el canal de renting y está presente en el 94,6% del total de vehículos adquiridos en 2014. Las compras de coches de gasoil ascendieron a 88.528 unidades.

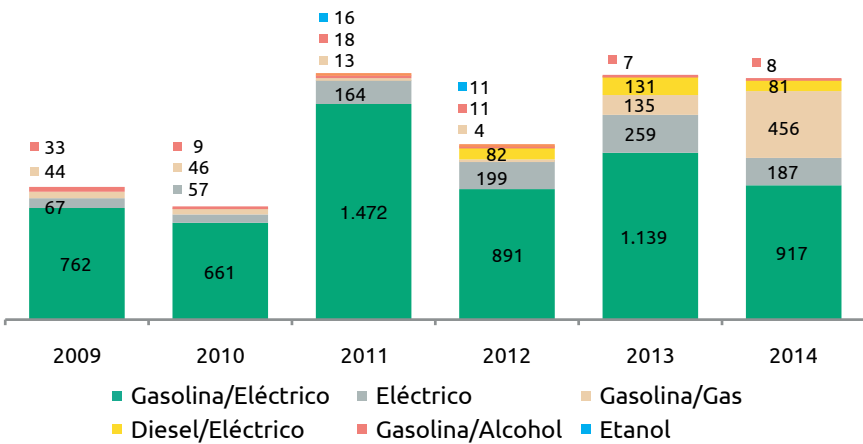
Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El año pasado se siguió la senda iniciada en 2013 y las empresas incrementaron de nuevo el número de vehículos eficientes. La combinación de gasolina y motor eléctrico es la predilecta, con un total de 3.400 matriculaciones. Destaca también el aumento del coche eléctrico, que casi triplicó los números previos.

Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting

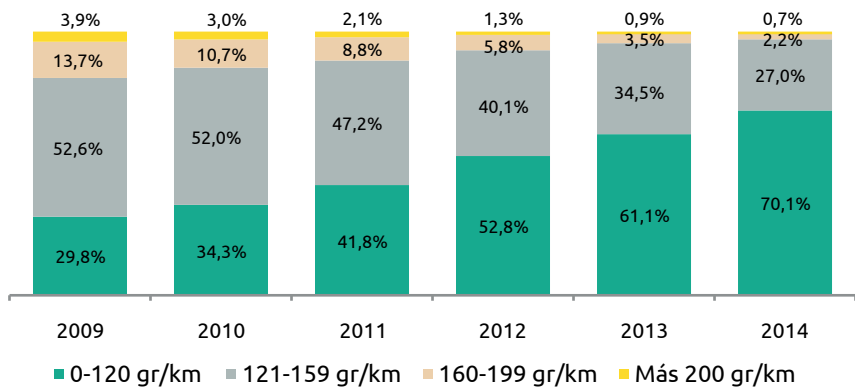


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El renting mantuvo la adquisición de motores movidos por combustibles alternativos en 2014. La combinación de electricidad y gasolina volvió a ser la más demandada con 917 matriculaciones, aunque la de gasolina y gas fue la que más creció, al triplicar con holgura los datos de 2013 y firmar su máximo histórico, con 456 unidades. El resto de modalidades, excepto la movida por etanol, descendieron, aunque apenas tienen relevancia en el mercado global.

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

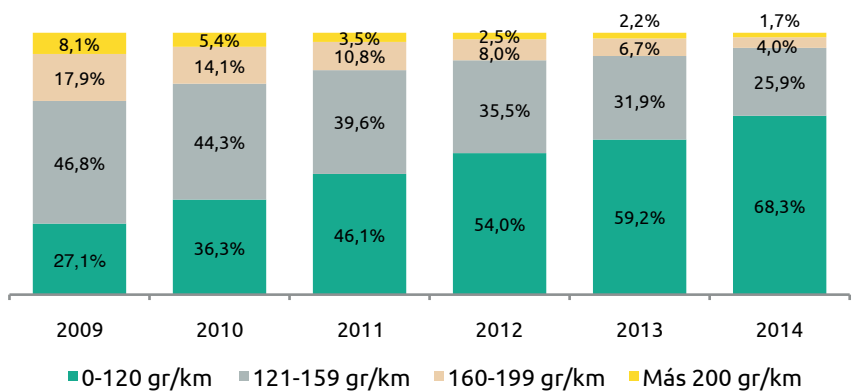
Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La aprobación en 2014 por parte del Parlamento Europeo de la normativa más severa del mundo contra las emisiones de dióxido de carbono, que exige que en 2020 las emisiones de los nuevos vehículos no superen los 95 gramos de CO₂ por kilómetro, ha reforzado la tendencia a la reducción de las mismas. La cuota de vehículos con emisiones entre cero a 120 gr/km ya supone el 70,1% del total de matriculaciones de turismos, mientras que los que lanzan entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera redujeron su cuota hasta el 27%.

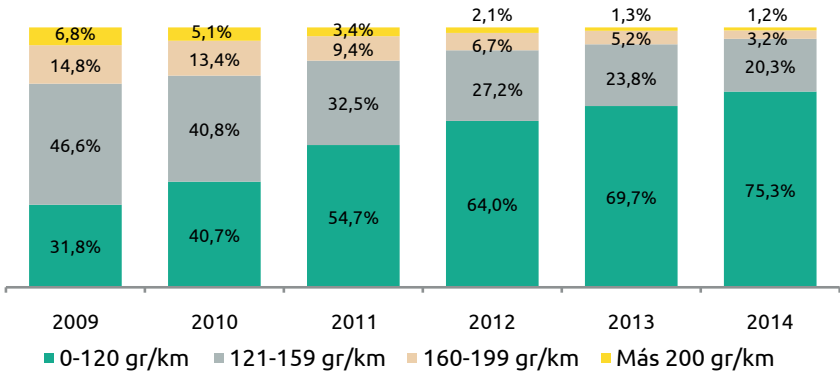
Gráfico II.26: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El peso de los vehículos menos contaminantes es algo inferior en el canal de empresa [68,3%], 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.

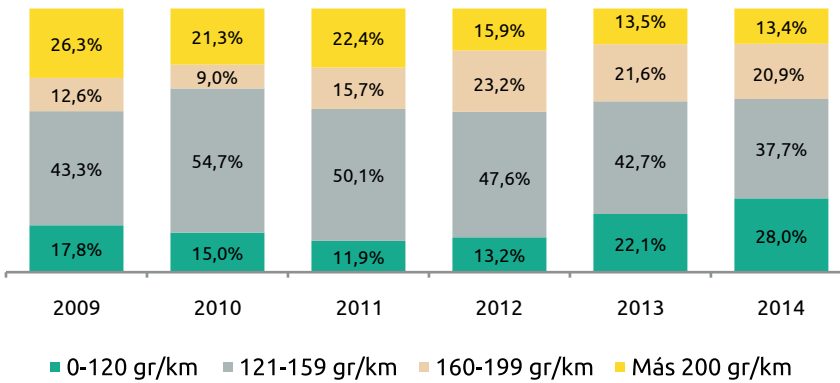
Gráfico II.27: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El sector del renting supera en porcentaje de vehículos con menores emisiones de CO₂ al del resto de canales, ya que el 75,3% de sus matriculaciones corresponden al rango menos contaminante.

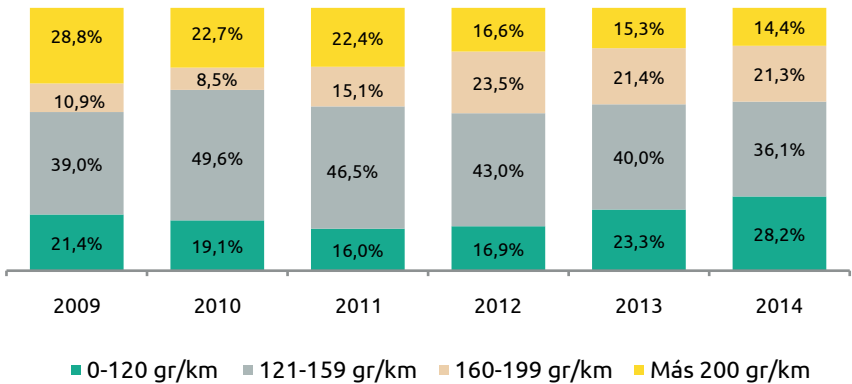
Gráfico II.28: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que se refiere a los comerciales, el 37,7% de las matriculaciones del total del mercado corresponde a vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km, 5 puntos porcentuales menos que en 2013. Las placas de matrícula de la gama menos contaminante crecieron 5,9 puntos porcentuales para situarse con un peso del 28,0%.

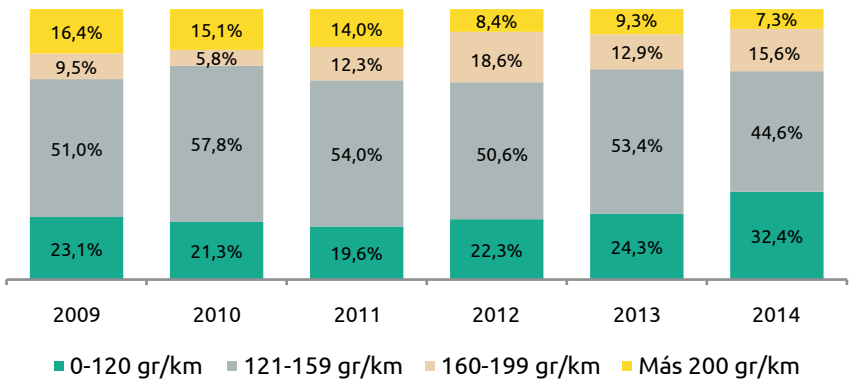
Gráfico II.29: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal empresa las matriculaciones de comerciales siguen una tendencia similar en cuanto a las emisiones que el total del mercado. El rango menos contaminante creció 4,9 puntos porcentuales en relación al año anterior, mientras que se redujeron 3,9 puntos porcentuales las matriculaciones en los vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km.

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

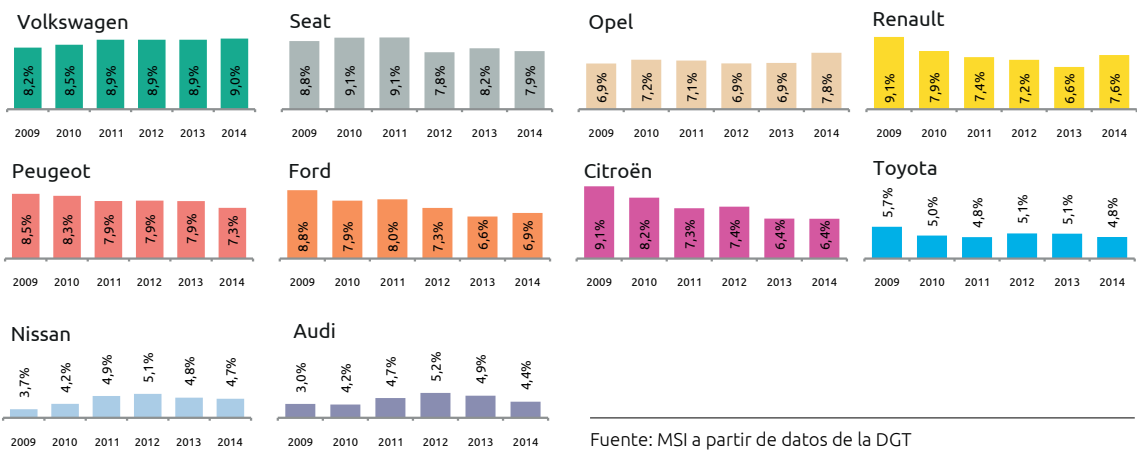


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal del renting es donde mayor evolución presenta el número de matriculaciones en el rango menos contaminante, hasta el 32,4% frente al 24,3% registrado en 2013, mientras que descienden 8,8 puntos porcentuales las de los modelos que emiten entre 121 y 159 gr/km.

G. Matriculaciones por marca del fabricante

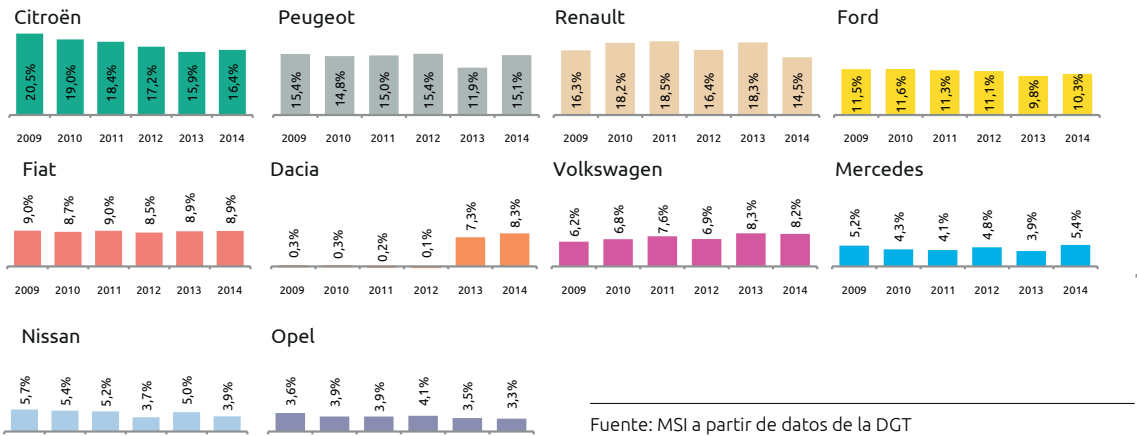
Gráfico II.31: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Volkswagen volvió a liderar la cuota del mercado de turismos en España por tercer año consecutivo con un porcentaje sobre el total similar al año anterior (9%). Seat se mantuvo en segundo lugar, aunque cedió tres décimas, hasta el 7,9%, seguido muy de cerca por Opel, que avanzó casi un punto porcentual y consiguió su mayor cuota desde el inicio de década, con un 7,8%. Renault también recuperó gran parte del terreno perdido en anteriores campañas y se situó en el cuarto lugar con un 7,6% de cuota. Peugeot (7,3%) volvió a ceder terreno tras un trienio de estabilidad, mientras que Ford recuperó tres de las siete décimas perdidas en 2013.

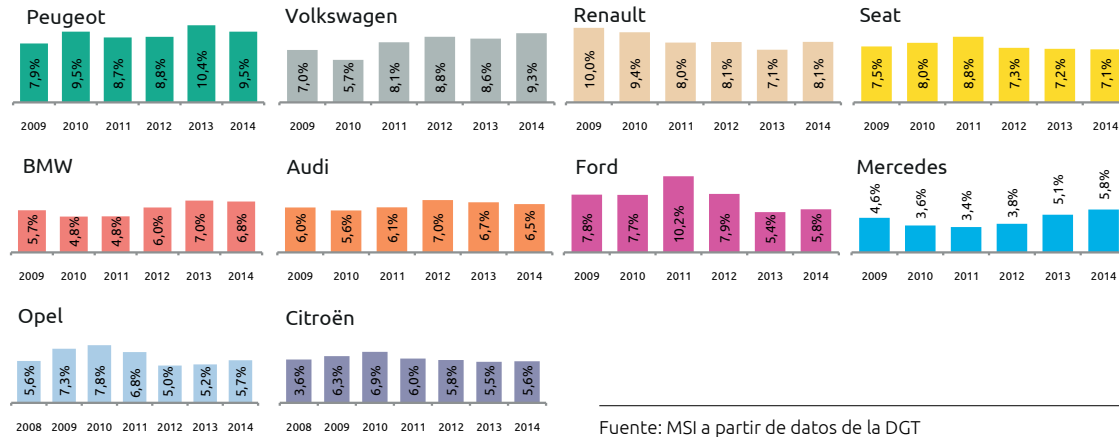
Gráfico II.32: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

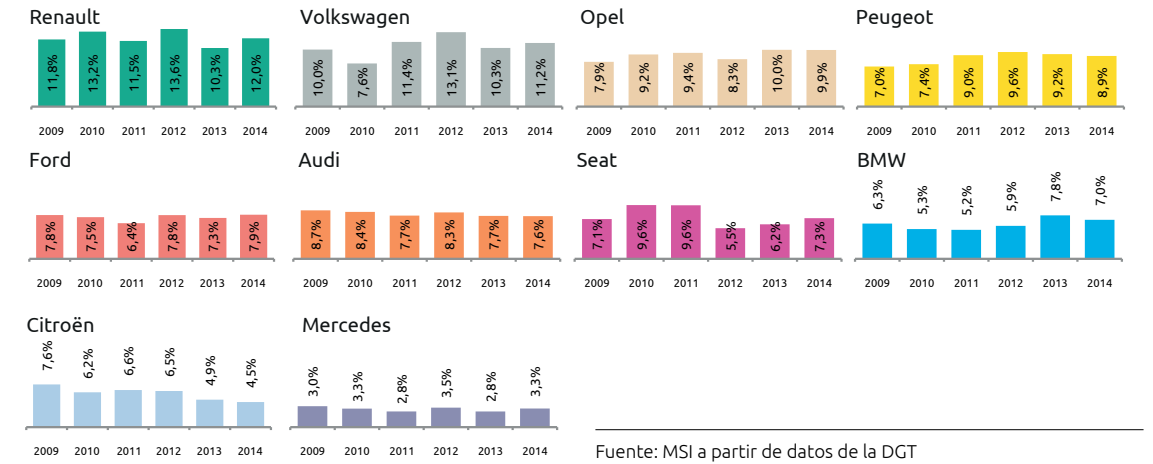
Citroën recuperó la posición de privilegio en el caso de los comerciales (16,4%) en detrimento de Renault, que perdió casi cuatro puntos porcentuales y cayó hasta al tercer lugar, mientras que Peugeot (15,1%) igualó la cuota alcanzada en 2013 y se colocó en el segundo escalón del podio. Ford (10,3%) recuperó parte de la cuota perdida el ejercicio anterior, mientras que Fiat repitió los números previos. Dacia (que aparece por primera vez en el top 10) y Mercedes también mejoraron sus registros.

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



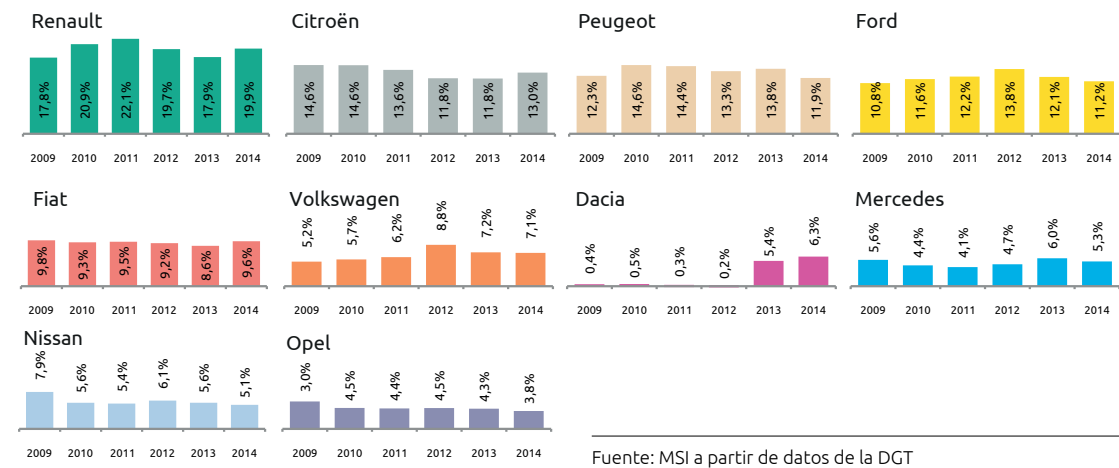
En lo que respecta a los turismos, Peugeot volvió a repetir como la marca más demandada en el canal empresa pese a ceder casi un punto porcentual (9,5%) seguida por Volkswagen (9,3%), mientras que Renault se colocó en el tercer lugar en detrimento de Seat, que mantuvo intacta la cuota del pasado ejercicio. BMW y Audi se anotaron leves caídas, mientras que Ford, Mercedes, Opel y Citroën mejoraron sus porcentajes.

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



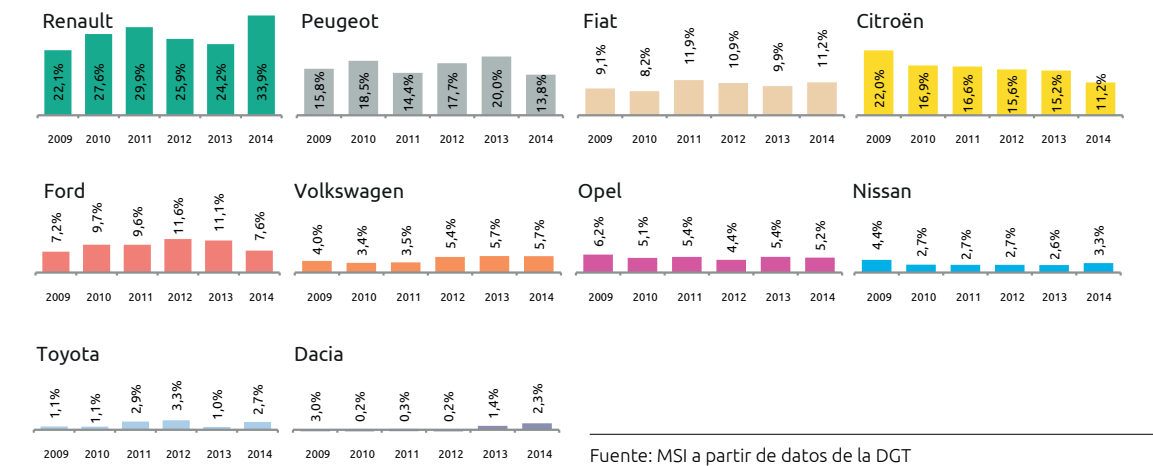
Renault también fue la marca de turismos más solicitada en el sector del renting con un 12% de cuota. Volkswagen (11,2%), Opel (9,9%), Peugeot (8,9%), Ford (7,9%), Audi (7,6%), Seat (7,3%), BMW (7%), Citroën (4,5%) y Mercedes (3,3%) completan la decena de marcas más demandadas.

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



Renault volvió a ocupar en 2014 el primer puesto en comerciales corporativos y recuperó los dos puntos de cuota perdidos en el anterior ejercicio (19,9%). Citroën fue la segunda opción en este segmento y alcanzó el 13% de cuota tras los descensos de Peugeot y Ford, mientras que Fiat alcanzó el mejor porcentaje de cuota en cinco años (9,6%).

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, que logró un tercio de la cuota total (33,9%), seguido por Peugeot (13,8%) que perdió más de seis puntos porcentuales de cuota en el último año. Mientras, Fiat (11,2%), Citroën (11,2%) y Ford (7,6%) también cedieron terreno. Volkswagen (5,7%), Opel (5,2%), Nissan (3,3%), Toyota (2,7%) y Dacia (2,3%) completan el orden de preferencias.

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

Top 10 Modelos Turismos 2014 - TOTAL MERCADO	2014		Top 10 Modelos Turismos 2014 - CANAL EMPRESA	2014	
	Volumen	Cuota de Mercado		Volumen	Cuota de Mercado
Seat León	27.662	3,2%	Seat León	7.699	3,7%
Seat Ibiza	27.550	3,2%	Volkswagen Golf	6.755	3,2%
Volkswagen Polo	23.798	2,8%	Renault Clio	6.339	3,0%
Opel Corsa	23.361	2,7%	Peugeot 308	5.208	2,5%
Volkswagen Golf	21.816	2,6%	Renault Megane	5.160	2,5%
Renault Megane	21.228	2,5%	Nissan Qashqai	4.950	2,4%
Dacia Sandero	20.906	2,4%	Peugeot 208	4.492	2,2%
Renault Clio	20.679	2,4%	Peugeot 3008	4.107	2,0%
Nissan Qashqai	17.330	2,0%	BMW Serie 3	3.943	1,9%
Ford Focus	16.946	2,0%	Seat Ibiza	3.774	1,8%

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

Top 10 Modelos Industriales 2014 - TOTAL MERCADO	2014		Top 10 Modelos Industriales 2014 - CANAL EMPRESA	2014	
	Volumen	Cuota de Mercado		Volumen	Cuota de Mercado
Citroën Berlingo	13.339	11,7%	Renault Kangoo	7.496	13,2%
Peugeot Partner	12.183	10,7%	Citroën Berlingo	4.572	8,1%
Renault Kangoo	10.810	9,5%	Peugeot Partner	4.150	7,3%
Dacia Dokker	9.493	8,3%	Dacia Dokker	3.582	6,3%
Volkswagen Caddy	5.168	4,5%	Ford Transit	2.412	4,2%
Ford Transit	4.505	4,0%	Fiat Fiorino	2.062	3,6%
Ford Tourneo	4.292	3,8%	Volkswagen Caddy	1.989	3,5%
Fiat Ducato	3.124	2,7%	Toyota Hi Lux	1.670	2,9%
Iveco Daily	3.027	2,7%	Renault Master	1.648	2,9%
Fiat Doblo	2.578	2,3%	Fiat Doblo	1.584	2,8%

Top 10 Modelos Turismos 2014 - RENTING	2014	
	Volumen	Cuota de Mercado
Renault Clio	3.785	5,0%
Renault Megane	3.138	4,1%
Seat León	3.075	4,0%
Volkswagen Golf	3.001	3,9%
Opel Insignia	2.958	3,9%
Peugeot 308	2.500	3,3%
BMW Serie 3	2.118	2,8%
Volkswagen Passat	2.095	2,8%
Peugeot 208	2.079	2,7%
Opel Astra	2.031	2,7%

Top 10 Modelos Industriales 2014 - RENTING	2014	
	Volumen	Cuota de Mercado
Renault Kangoo	4.787	27,2%
Peugeot Partner	1.365	7,7%
Citroën Berlingo	1.255	7,1%
Fiat Fiorino	1.079	6,1%
Volkswagen Caddy	656	3,7%
Peugeot Bipper	601	3,4%
Fiat Doblo	599	3,4%
Opel Combo	465	2,6%
Toyota Hi Lux	431	2,4%
Dacia Dokker	397	2,3%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Seat León arrebató al Ibiza el galardón de turismo más vendido en 2014 por sólo 12 unidades y sumó 27.662. A los modelos de Seat les siguieron el Volkswagen Polo (23.798) y el Opel Corsa (23.361). El Seat León también fue el vehículo más solicitado por las empresas (7.699 unidades), por delante del Volkswagen Golf (6.755) y el Renault Clio (6.339).

En el sector del renting el Renault Clio (3.785) acabó con la hegemonía de los últimos años del Renault Megane (3.138) como turismo que encabezaba el ranking de matriculaciones. El Seat León y el Volkswagen Golf también superaron las 3.000 unidades.

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, el atractivo del Citroën Berlingo no decae y continúa a la cabeza de la tabla un año más con 13.339 unidades matriculadas, casi 4.000 más que en 2013, seguido por el Peugeot Partner (12.183) y el Renault Kangoo (10.810). Los tres vehículos copan casi un tercio del mercado y desde hace nueve años ocupan los tres puestos del podio.

Las empresas también optaron por los tres modelos referidos en el párrafo anterior en 2014, aunque aquí fue el Renault Kangoo el más demandado (7.496 unidades), seguido del Citroën Berlingo (4.572), mientras que el Peugeot Partner sumó (4.150). El Dacia Dokker se instala en la cuarta posición con 3.582 unidades matriculadas.

En el caso de los comerciales en el sector renting el Renault Kangoo también fue el más solicitado (4.787) y eleva su cuota hasta el 27,2% del mercado. El Peugeot Partner con 1.365 matriculaciones (7,7%) cede casi la mitad de su porcentaje de cuota aunque matriculó una cifra similar de unidades, mientras que el Citroën Berlingo también descendió en porcentaje (7,1%) aunque matriculó 1.255 unidades, 80 más que el año anterior.

H. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes

 **Alemania**
Ratio MTN/1k hab.: 36,78
Población actual: 82.562 K
Total MTN: 3.036.773
Previsión 2015 MTN: 3.075.837

 **Argentina**
Ratio MTN/1k hab.: 10,26
Población actual: 42.155 K
Total MTN: 432.696
Previsión 2015 MTN: 451.147

 **Austria**
Ratio MTN/1k hab.: 35,44
Población actual: 8.558 K
Total MTN: 303.318
Previsión 2015 MTN: 302.418

 **Bélgica**
Ratio MTN/1k hab.: 43,18
Población actual: 11.183 K
Total MTN: 482.939
Previsión 2015 MTN: 491.129

 **Brasil**
Ratio MTN/1k hab.: 15,77
Población actual: 203.657 K
Total MTN: 3.210.853
Previsión 2015 MTN: 3.534.777

 **Chile**
Ratio MTN/1k hab.: 13,75
Población actual: 17.924 K
Total MTN: 246.418
Previsión 2015 MTN: 274.092

 **Corea del Sur**
Ratio MTN/1k hab.: 28,45
Población actual: 49.750 K
Total MTN: 1.415.429
Previsión 2015 MTN: 1.439.253

 **China**
Ratio MTN/1k hab.: 12,95
Población actual: 1.401.587 K
Total MTN: 18.146.985
Previsión 2015: 19.837.973

 **Dinamarca**
Ratio MTN/1k hab.: 33,09
Población actual: 5.662 K
Total MTN: 187.327
Previsión 2015 MTN: 191.637

 **EE.UU.**
Ratio MTN/1k hab.: 49,63
Población actual: 325.128 K
Total MTN: 16.135.953
Previsión 2015: 16.773.230

 **España**
Ratio MTN/1k hab.: 18,29
Población actual: 46.746 K
Total MTN: 855.128
Previsión 2015 MTN: 1.021.075

 **Finlandia**
Ratio MTN/1k hab.: 19,46
Población actual: 5.461 K
Total MTN: 106.281
Previsión 2015 MTN: 102.256

 **Francia**
Ratio MTN/1k hab.: 27,64
Población actual: 64.983 K
Total MTN: 1.795.833
Previsión 2015 MTN: 1.857.895

 **India**
Ratio MTN/1k hab.: 2,00
Población actual: 1.282.390 K
Total MTN: 2.570.636
Previsión 2015 MTN: 2.748.317

 **Italia**
Ratio MTN/1k hab.: 22,42
Población actual: 61.142 K
Total MTN: 1.370.952
Previsión 2015 MTN: 1.368.121

 **Japón**
Ratio MTN/1k hab.: 36,69
Población actual: 126.818 K
Total MTN: 4.653.430
Previsión 2015 MTN: 4.565.813

 **Mexico**
Ratio MTN/1k hab.: 10,11
Población actual: 125.236 K
Total MTN: 1.266.043
Previsión 2015 MTN: 1.238.986

 **Noruega**
Ratio MTN/1k hab.: 28,04
Población actual: 5.143 K
Total MTN: 144.202
Previsión 2015 MTN: 140.599

 **Países Bajos**
Ratio MTN/1k hab.: 23,02
Población actual: 16.844 K
Total MTN: 387.833
Previsión 2015 MTN: 393.770

 **Polonia**
Ratio MTN/1k hab.: 8,52
Población actual: 38.222 K
Total MTN: 325.718
Previsión 2015 MTN: 346.526

 **Portugal**
Ratio MTN/1k hab.: 13,46
Población actual: 10.610 K
Total MTN: 142.777
Previsión 2015 MTN: 159.607

 **Reino Unido**
Ratio MTN/1k hab.: 38,79
Población actual: 63.844 K
Total MTN: 2.476.433
Previsión 2015 MTN: 2.587.876

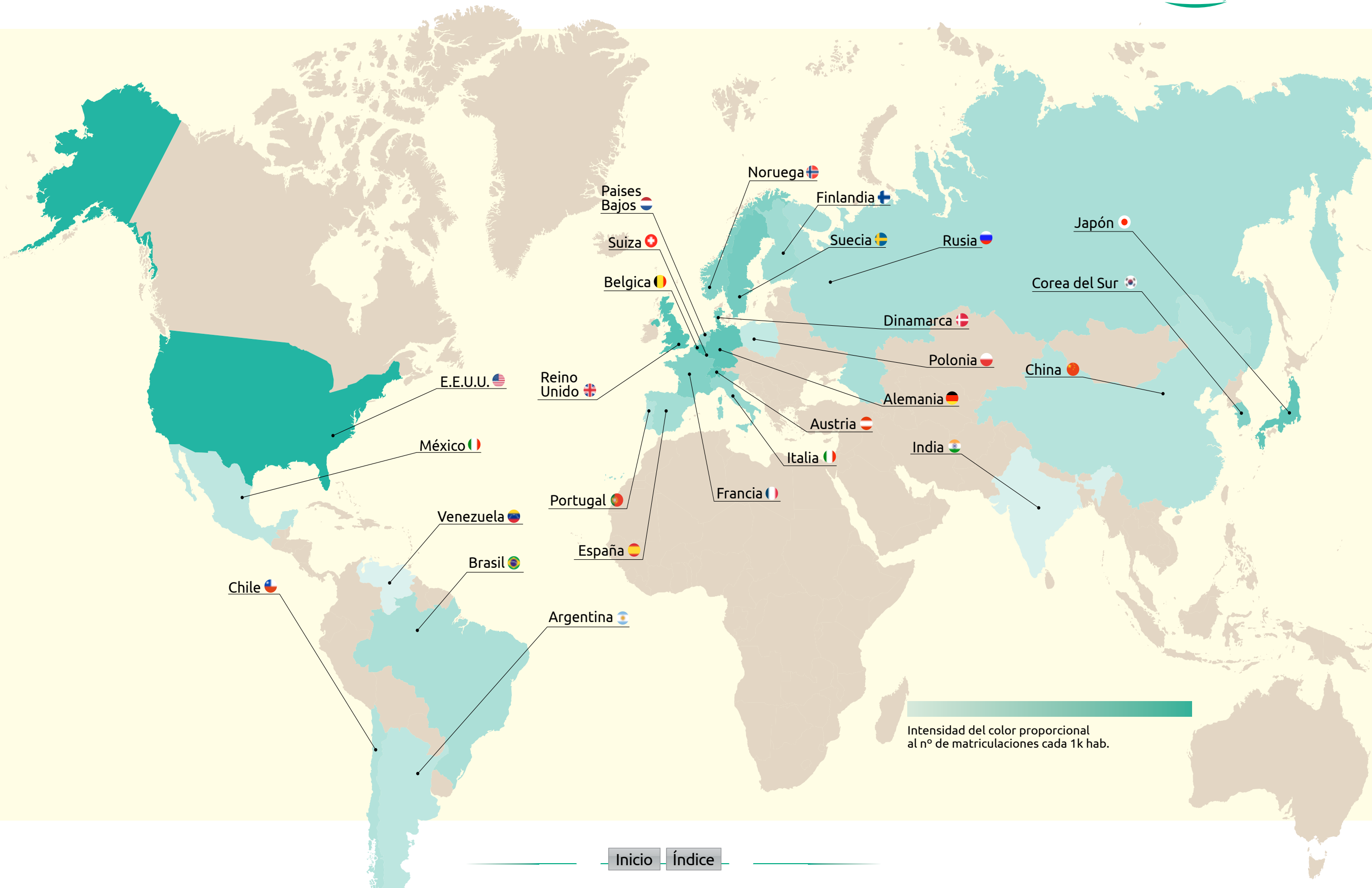
 **Rusia**
Ratio MTN/1k hab.: 16,46
Población actual: 142.096 K
Total MTN: 2.339.045
Previsión 2015 MTN: 2.043.194

 **Suecia**
Ratio MTN/1k hab.: 31,54
Población actual: 9.694 K
Total MTN: 305.721
Previsión 2015: 307.597

 **Suiza**
Ratio MTN/1k hab.: 36,65
Población actual: 8.239 K
Total MTN: 301.942
Previsión 2015 MTN: 302.545

 **Venezuela**
Ratio MTN/1k hab.: 0,76
Población actual: 31.293 K
Total MTN: 23.707
Previsión 2015 MTN: 266.69

Mundial
Matriculaciones turismos: 9,83
Población actual: 7.263.339 K
Total MTN: 71.403.450
● *Previsión 2015 MTN: 74.197.177*



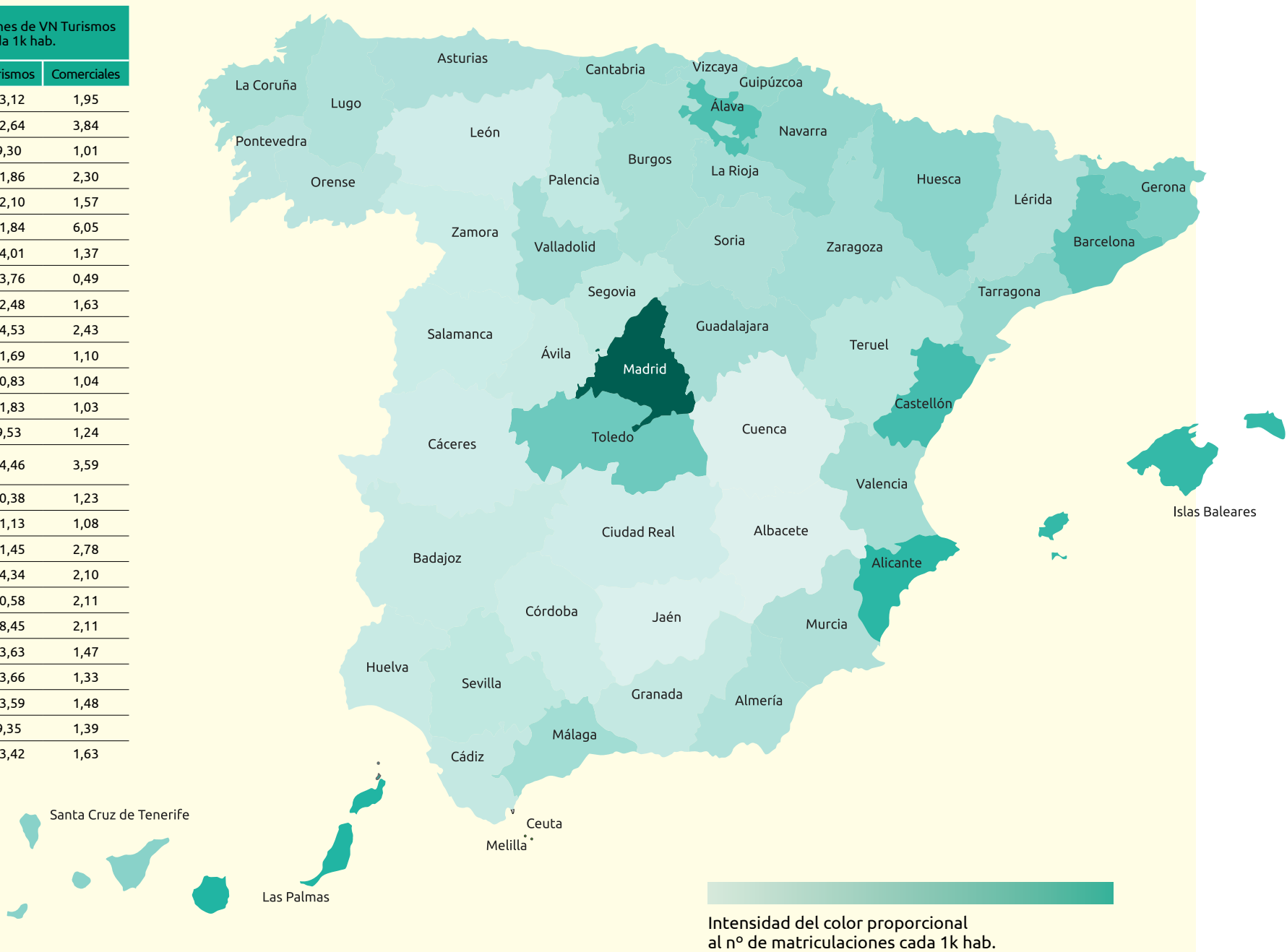
(*) 1k = 1.000 (**) MTN = Matriculaciones de Turismos Nuevos

H. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes

Provincia	Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.		
	Total	Turismos	Comerciales
A Coruña	14,59	13,34	1,25
Álava	23,45	20,54	2,91
Albacete	8,99	7,84	1,15
Alicante	25,96	23,43	2,53
Almería	13,77	11,98	1,79
Asturias	14,06	12,62	1,44
Ávila	11,12	9,66	1,46
Badajoz	11,08	9,77	1,32
Barcelona	21,66	19,15	2,51
Burgos	14,51	13,22	1,29
Cáceres	10,44	9,01	1,43
Cádiz	11,73	10,88	0,85
Cantabria	15,35	13,97	1,38
Castellón	24,24	21,19	3,06
Ceuta	13,04	11,96	1,08
Ciudad Real	10,42	9,16	1,25
Córdoba	10,70	9,32	1,38
Cuenca	8,91	7,66	1,24
Girona	18,86	16,16	2,70
Granada	11,71	10,40	1,31
Guadalajara	14,82	13,39	1,43
Guipúzcoa	16,59	14,40	2,19
Huelva	11,08	9,82	1,27
Huesca	17,65	14,58	3,07
Islas Baleares	25,38	22,56	2,82
Jaén	9,16	8,00	1,16

Provincia	Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.		
	Total	Turismos	Comerciales
La Rioja	15,07	13,12	1,95
Las Palmas	26,48	22,64	3,84
León	10,31	9,30	1,01
Lleida	14,16	11,86	2,30
Lugo	13,68	12,10	1,57
Madrid	47,89	41,84	6,05
Málaga	15,38	14,01	1,37
Melilla	14,25	13,76	0,49
Murcia	14,11	12,48	1,63
Navarra	16,96	14,53	2,43
Ourense	12,79	11,69	1,10
Palencia	11,87	10,83	1,04
Pontevedra	12,87	11,83	1,03
Salamanca	10,78	9,53	1,24
Sta. Cruz de Tenerife	18,06	14,46	3,59
Segovia	11,61	10,38	1,23
Sevilla	12,21	11,13	1,08
Soria	14,23	11,45	2,78
Tarragona	16,44	14,34	2,10
Teruel	12,68	10,58	2,11
Toledo	20,56	18,45	2,11
Valencia	15,10	13,63	1,47
Valladolid	14,99	13,66	1,33
Vizcaya	15,07	13,59	1,48
Zamora	10,74	9,35	1,39
Zaragoza	15,05	13,42	1,63

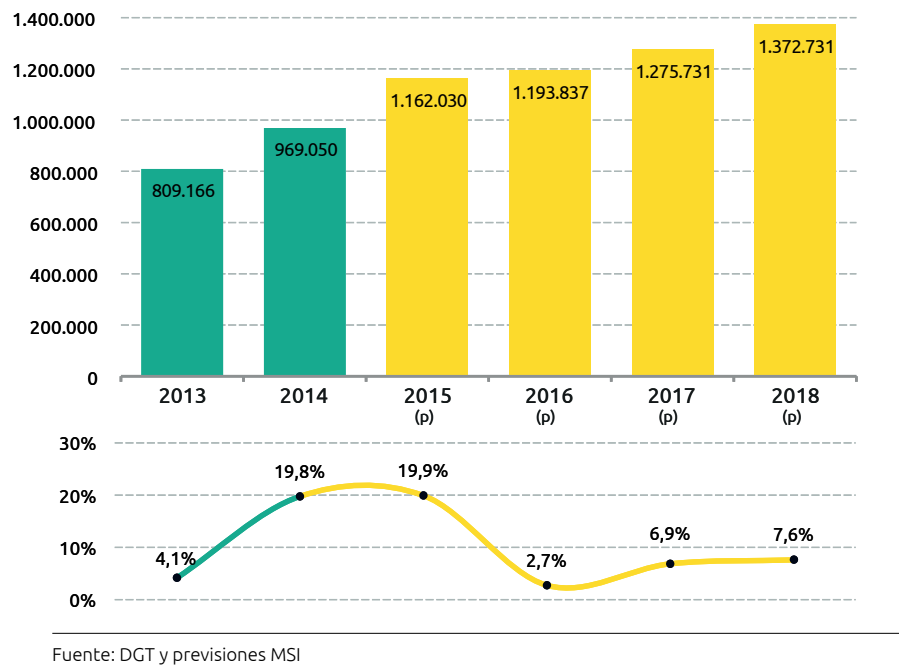
Total España	
Número de habitantes	46.745.807
Matriculaciones de VN turismos	855.128
Matriculaciones de VN comerciales	113.922
Matriculaciones totales de VN	969.050
Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab.	18,29
Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab.	2,44
Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab.	20,73



III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

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

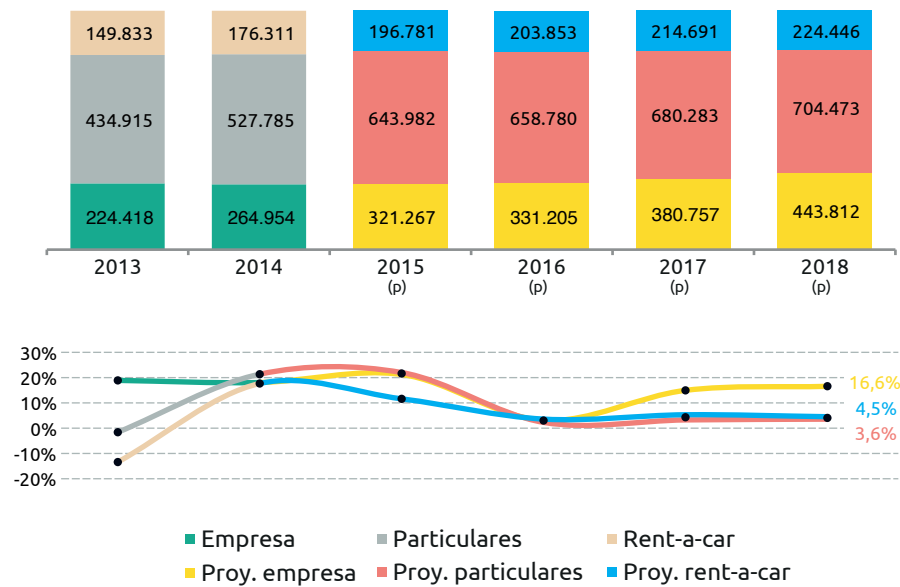
Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales) (absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



La previsión de matriculaciones llevará al mercado a superar el millón de unidades en 2015, apoyado en las ayudas de los planes de renovación, el efecto de la recuperación económica y la reforma fiscal. Se espera que este año se alcancen los 1.162.030 vehículos con una subida del 19,9%. Los ascensos se mantendrían de forma sostenida en los próximos ejercicios.

(*) 1k = 1.000

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

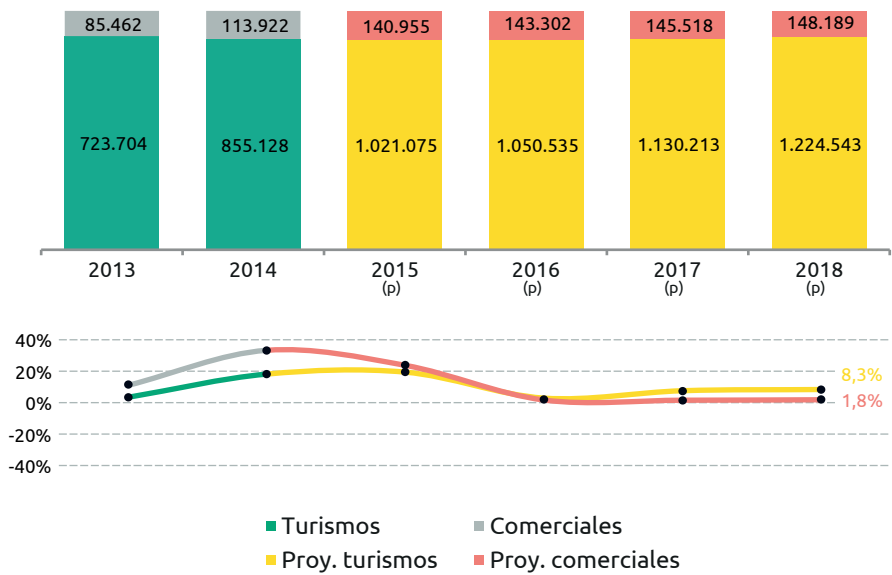


Fuente: DGT y previsiones MSI

Las estimaciones muestran que además del canal de particulares, que es el que se beneficia de los estímulos de los planes PIVE y lograría 643.982 matriculaciones nuevas este año, también crecerá el canal de empresa, con 321.267 unidades, así como las firmas de alquiler, que sumarán 196.781 vehículos en 2015. Todos los canales mantendrían el aumento de matriculaciones en los próximos años, con un importante aumento del canal empresa.



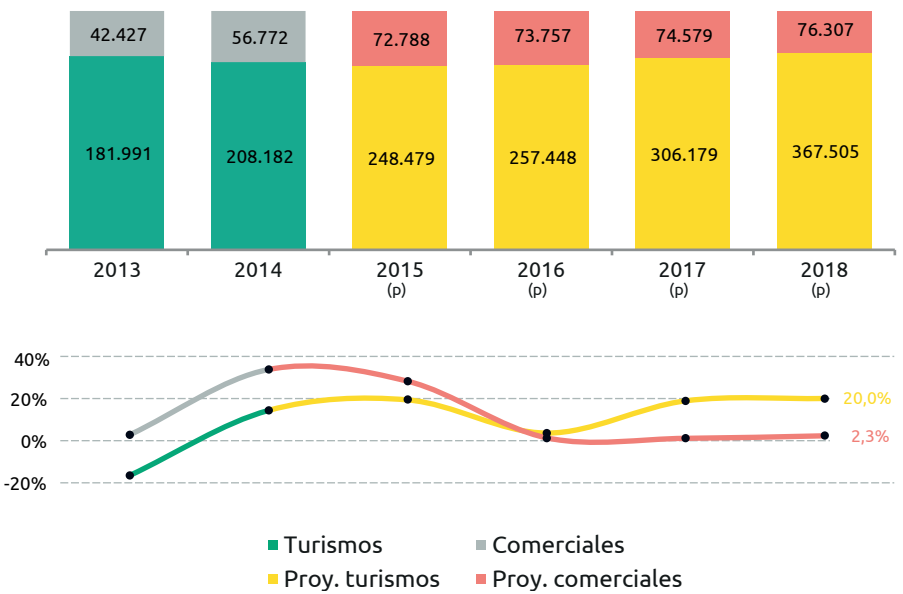
Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado (absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Por tipo de vehículo, los turismos superarán la barrera psicológica del millón de unidades en 2015, mientras que los comerciales mantendrán aumentos sostenidos hasta rozar las 150.00 unidades en 2018.

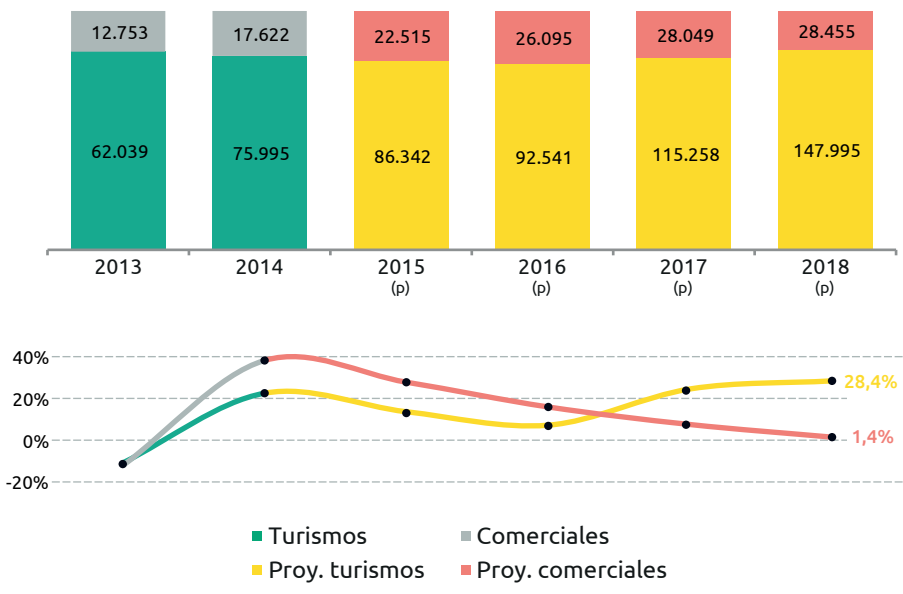
Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

En el canal de empresa las matriculaciones de turismos aumentarían en casi 160.000 unidades en cuatro años, para alcanzar las 367.505 en 2018. Por su parte, las matriculaciones de comerciales crecerían para sumar 76.307 unidades matriculadas.

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 mantiene el sesgo ascendente iniciado en 2014 y se prevé que matricule 86.342 turismos este año, tendencia que le acercaría a las 150.000 unidades en 2018. Los comerciales también elevan sus cifras, y ya en 2016 doblarían el número de matriculaciones de 2013.



B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

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

MERCADO TOTAL TURISMOS	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	56.598	24,55%	55.870	-1,3%	58.081	4,0%	61.564	6,0%
Pequeño	243.151	15,8%	253.048	4,1%	270.554	6,9%	290.379	7,3%
Medio	251.125	20,6%	254.947	1,5%	273.163	7,1%	295.659	8,2%
Medio Alto	94.405	15,5%	101.176	7,2%	114.550	13,2%	129.083	12,7%
Alto	12.209	14,6%	13.071	7,1%	14.821	13,4%	16.956	14,4%
Lujo	3.033	14,7%	3.094	2,0%	3.280	6,0%	3.593	9,5%
Monovolumen Compacto	149.858	17,2%	155.448	3,7%	164.925	6,1%	176.599	7,1%
Monovolumen Estándar	19.507	10,9%	20.751	6,4%	22.682	9,3%	24.921	9,9%
Deportivos	1.834	19,7%	1.892	3,2%	2.123	12,2%	2.365	11,4%
Todo Terreno Bajo	139.458	29,0%	139.354	-0,1%	149.255	7,1%	160.991	7,9%
Todo Terreno Medio	39.770	21,4%	41.272	3,8%	44.898	8,8%	49.006	9,1%
Todo Terreno Alto	10.029	17,0%	10.497	4,7%	11.749	11,9%	13.281	13,0%
Otros	98	15,3%	115	17,3%	132	14,8%	146	10,6%
Total	1.021.075	19,4%	1.050.535	2,9%	1.130.213	7,6%	1.224.543	8,3%

Fuente: MSI

La mejora de la situación económica propiciará que los coches compactos y familiares sean los más solicitados en 2015 (251.125 unidades), seguidos muy de cerca por los coches pequeños, que crecerán un 15,8%, hasta las 243.151 unidades. Destaca también el aumento de la demanda del todo terreno más económico, que sumará 139.458 unidades. El aumento global superará el 19,4% y rebasará el millón de unidades.

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

CANAL EMPRESA TURISMOS	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	10.521	46,1%	9.939	-5,5%	11.268	13,4%	13.079	16,1%
Pequeño	40.998	17,4%	42.603	3,9%	51.031	19,8%	61.640	20,8%
Medio	58.041	18,9%	60.011	3,4%	71.497	19,1%	86.313	20,7%
Medio Alto	40.634	14,7%	43.267	6,5%	52.287	20,8%	63.582	21,6%
Alto	7.390	12,2%	8.151	10,3%	9.772	19,9%	11.768	20,4%
Lujo	1.454	17,0%	1.503	3,4	1.715	14,1%	2.005	16,9%
Monovolumen Compacto	33.594	20,7%	34.385	2,4%	40.163	16,8%	47.491	18,2%
Monovolumen Estándar	5.449	13,5%	5.813	6,7%	6.986	20,2%	8.450	21,0%
Deportivos	911	24,9%	906	-0,5%	1.060	17,0%	1.239	16,9%
Todo Terreno Bajo	26.080	26,9%	26.207	0,5%	31.505	20,2%	37.847	20,1%
Todo Terreno Medio	16.329	17,7%	17.232	5,5%	20.258	17,6%	23.966	18,3%
Todo Terreno Alto	7.022	13,9%	7.363	4,9%	8.551	16,1%	10.027	17,3%
Otros	56	24,5%	68	21,4%	86	26,5%	98	14,0%
Total	248.479	19,4%	257.448	3,6%	306.179	18,9%	367.505	20,0%

Fuente: MSI

Dentro del canal empresa los vehículos medios volverán a ser los más requeridos y cerrarán el ejercicio con 58.041 unidades matriculadas, un 18,9% más. El mayor aumento lo registrará el vehículo de menor tamaño, que crecerá un 46,1% hasta las 10.521 unidades.

Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos - Renting

RENTING TURISMOS	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	1.445	19,7%	1.439	-0,4%	1.744	21,2%	2.249	29,0%
Pequeño	15.791	14,4%	16.933	7,2%	21.202	25,2%	27.227	28,4%
Medio	22.885	13,4%	24.776	8,3%	31.072	25,4%	40.086	29,0%
Medio Alto	19.691	10,9%	21.201	7,7%	26.297	24,0%	33.589	27,7%
Alto	2.806	9,5%	3.302	17,7%	4.185	26,7%	5.385	28,7%
Lujo	245	13,5%	277	13,1%	340	22,7%	434	27,6%
Monovolumen Compacto	9.653	25,4%	9.735	0,8%	11.949	22,7%	15.301	28,1%
Monovolumen Estándar	1.613	7,9%	1.782	10,5%	2.254	26,5%	2.298	29,9%
Deportivos	74	-9,8%	84	13,5%	102	21,4%	129	26,5%
Todo Terreno Bajo	4.883	10,4%	5.088	4,2%	6.393	25,6%	8.384	31,1%
Todo Terreno Medio	5.195	9,1%	5.749	10,7%	7.079	23,1%	8.967	26,7%
Todo Terreno Alto	2.060	15,0%	2.176	5,6%	2.640	21,3%	3.314	25,5%
Otros	1	-49,0%	1	0,0%	1	0,0%	2	100,0%
Total	86.342	13,6%	92.543	7,2%	115.258	24,5%	147.995	28,4%

Fuente: MSI

En el caso del renting el segmento medio volverá a ser el más solicitado y sumará 22.885 unidades, seguido por el medio alto, que recupera parte de la cuota con un ascenso del 10,9%, hasta los 19.691 vehículos. El monovolumen compacto es el segmento que más crecerá en porcentaje, el 25,4%, con 9.653 matriculaciones.

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

MERCADO TOTAL COMERCIALES	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	2.503	31,9%	2.576	2,9%	2.702	4,9%	2.813	4,1%
Derivados Turismos	81.251	18,8%	82.682	1,8%	83.798	1,4%	85.288	1,8%
Microvan	227	13,9%	325	43,4%	37414,9	363	363	-2,9%
< 2 Tn	820	26,4%	848	3,4%	868	2,3%	902	3,9%
2 a < 2,7 Tn	6.335	36,2%	6.464	2,0%	6.556	1,4%	6.702	2,2%
2,7 a < 3,5 Tn	22.652	30,5	22.851	0,9%	23.135	1,2%	23.578	1,9%
3,5 Tn	20.055	29,1%	20.323	1,3%	20.672	1,7%	21.029	1,7%
Otros Comerciales	7.110	35,2%	7.233	1,7%	7.414	2,5%	7.514	1,4%
Total	140.953	23,7%	143.302	1,7%	145.519	1,5%	148.189	1,8%

Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, los derivados de turismos continúan como los más representativos del mercado y crecerán un 18,8%, hasta las 81.251 unidades. Los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas mantienen el crecimiento iniciado el año anterior y aumentarán el parque en 22.652 unidades, al igual que los de entre 2 y 2,7 toneladas, que sumarán 6.335 unidades.

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

CANAL EMPRESA COMERCIALES	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	2.311	27,0%	2.385	3,2%	2.409	1,0%	2.461	2,2%
Derivados Turismos	39.827	24,9%	41.197	3,4%	41.753	1,3%	42.768	2,3%
Microvan	259	36,1%	281	8,5%	289	2,8%	305	5,5%
< 2 Tn	407	-2,6%	410	0,7%	425	3,7%	441	3,8%
2 a < 2,7 Tn	3.468	33,2%	3.420	-1,4%	3.450	0,9%	3.534	2,4%
2,7 a < 3,5 Tn	11.096	35,7%	11.099	0,0%	11.192	0,8%	11.490	2,7%
3,5 Tn	10.409	31,7%	10.116	-2,8%	10.105	-0,1%	10.329	2,2%
Otros Comerciales	5.011	32,8%	4.849	-3,2%	4.956	2,2%	5.019	1,3%
Total	72.788	28,2%	73.757	1,3%	74.579	1,1%	76.307	2,3%

Fuente: MSI

El canal empresa mantiene la pauta de los comerciales y optará también por los derivados de turismos como segmento más solicitado con 39.827 vehículos. En este canal vuelve a perder importancia el segmento de menos de dos toneladas, que cae un 2,6%, mientras que los vehículos de mayor tamaño registran ascensos superiores al 30% en todas sus versiones.

Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting

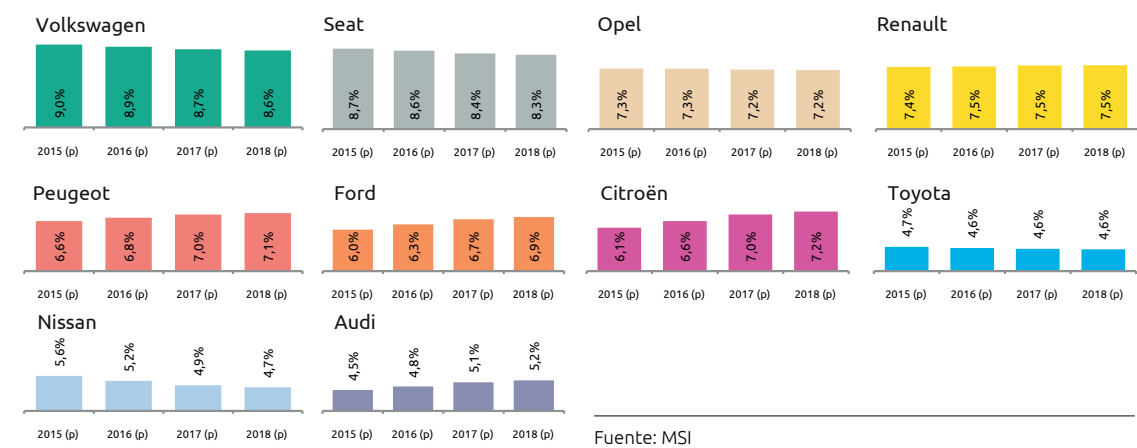
RENTING COMERCIALES	2015 (p)		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	1.509	24,5%	1.606	6,4%	1.705	6,2%	1.727	1,2%
Derivados Turismos	13.561	12,1%	14.256	5,1%	15.093	5,9%	15.280	1,2%
Microvan	36	159,0%	64	75,7%	71	11,2%	72	1,2%
< 2 Tn	9	-73,9%	11	25,8%	13	19,9%	15	10,2%
2 a < 2,7 Tn	1.414	126,7%	1.943	37,4%	2.141	10,2%	2.185	2,1%
2,7 a < 3,5 Tn	2.922	71,2%	4.014	37,4%	4.395	9,5%	4.455	1,4%
3,5 Tn	1.746	60,7%	2.412	38,2%	2.658	10,2%	2.712	2,1%
Otros Comerciales	1.318	55,2%	1.789	35,7%	1.973	10,3%	2.009	1,8%
Total	22.515	27,8%	26.095	15,9%	28.049	7,5%	28.455	1,4%

Fuente: MSI

Respecto a los vehículos de renting, los derivados de turismos se mantienen como el segmento más demandado con 13.561 unidades, seguido de los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que suman 2.922.

C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante

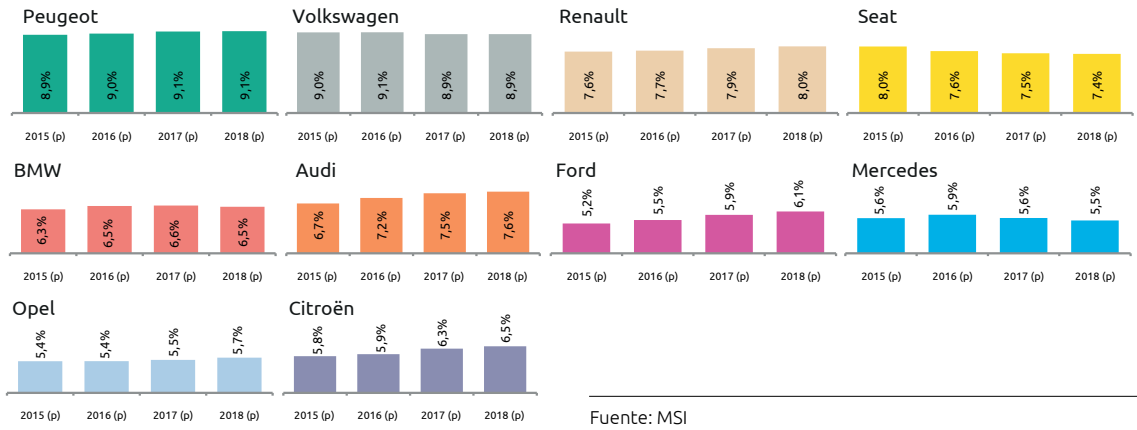
Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado



Volkswagen volverá a ser el fabricante con mayor cuota de ventas en los ejercicios venideros con porcentajes cercanos al 9%, seguido por Seat, que fluctuará sobre el 8,5%. Opel se mantendrá estable (7,3%) al igual que Renault (7,5%), mientras que Peugeot se acercará paulatinamente al 7%. Ford y Citroën crecerán un punto porcentual a lo largo de los próximos años.

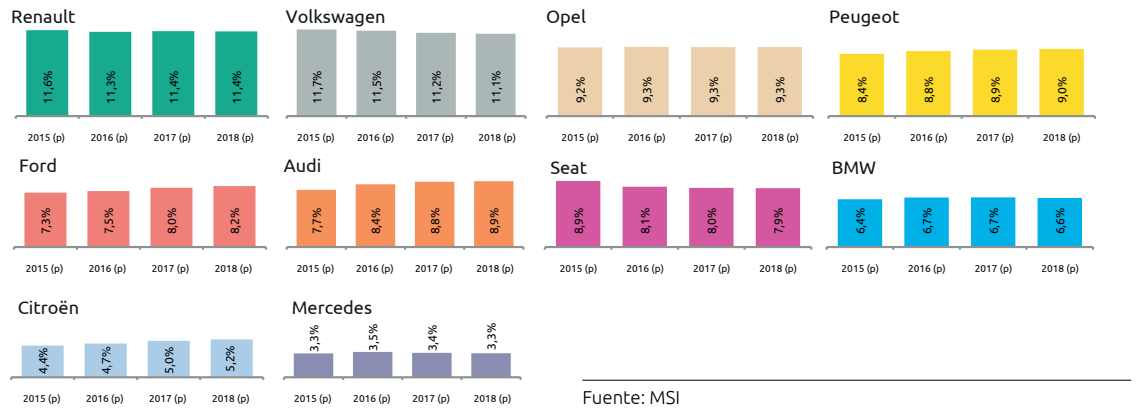


Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa



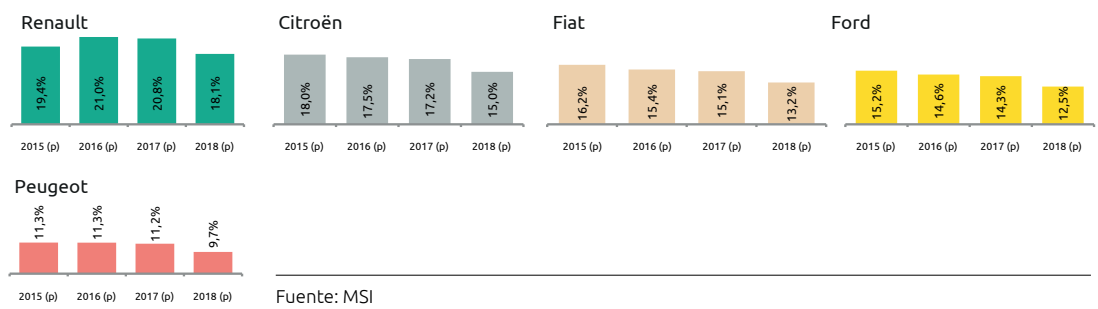
En el canal empresa Peugeot se mantendrá en cuotas cercanas al 9% en los próximos años, al igual que Volkswagen. Renault pasará del 7,6% de 2015 al 8% de cuota en 2018, mientras que Seat realizará el recorrido a la inversa.

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



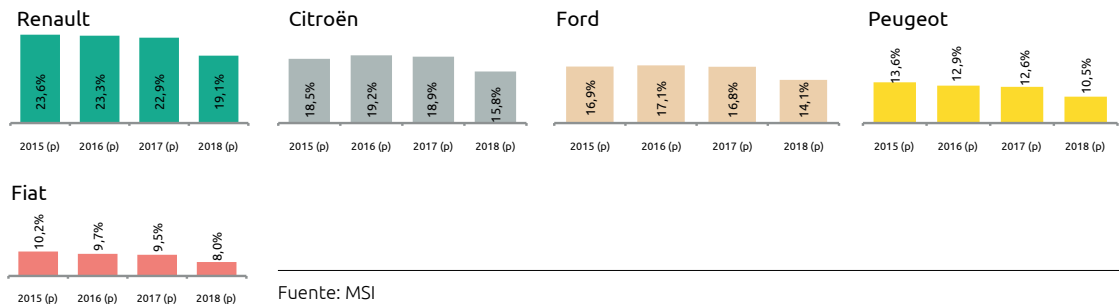
Renault y Volkswagen, con cuotas de mercado del 11,6% y del 11,7% respectivamente, repiten como los fabricantes más solicitados en el canal de renting. Opel, Peugeot y Ford completarán el quinteto de los más demandados.

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



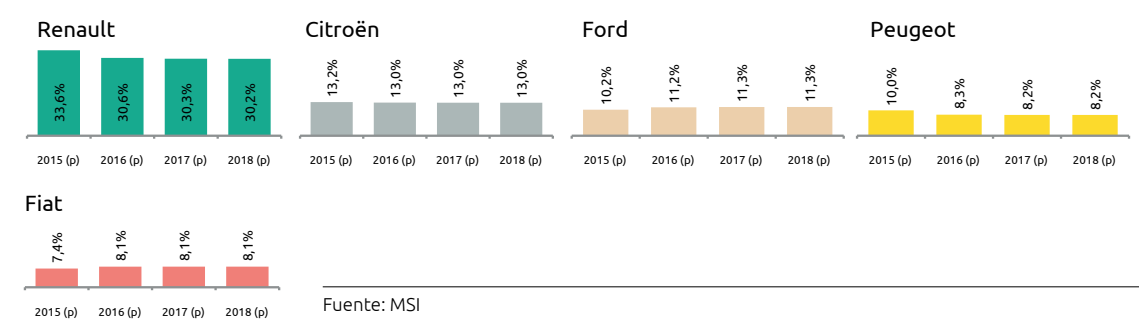
En el caso de los comerciales, Renault será la marca más vendida en 2015 (19,4%), seguida por Citroën (18%) y Fiat (16,2%).

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



El canal de empresa seguirá dominado por Renault (23,6%), Citroën (18,5%) y Ford (16,9%) en 2015. Completarán el quinteto de más vendidos Peugeot (13,6%) y Fiat (10,2%).

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



Renault conseguirá un tercio del mercado de comerciales de renting en 2015 (33,6%), con Citroën (13,2%) Ford (10,2%) y Peugeot (10%) a la zaga. Fiat completa el quinteto aunque no alcanza los dos dígitos de porcentaje (7,4%).



CAPÍTULO III

Mercado del vehículo de ocasión

03



[Inicio](#) [Índice](#)

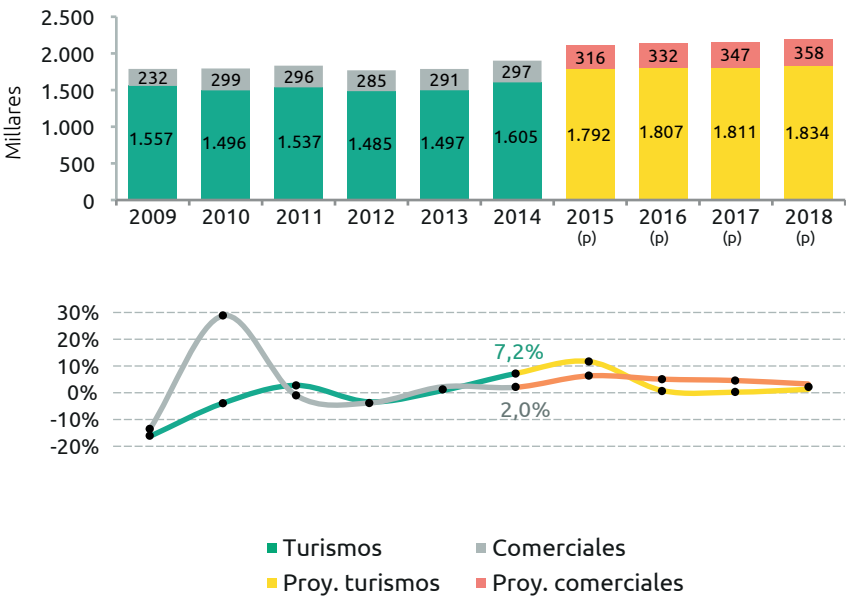


[Inicio](#) [Índice](#)

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)



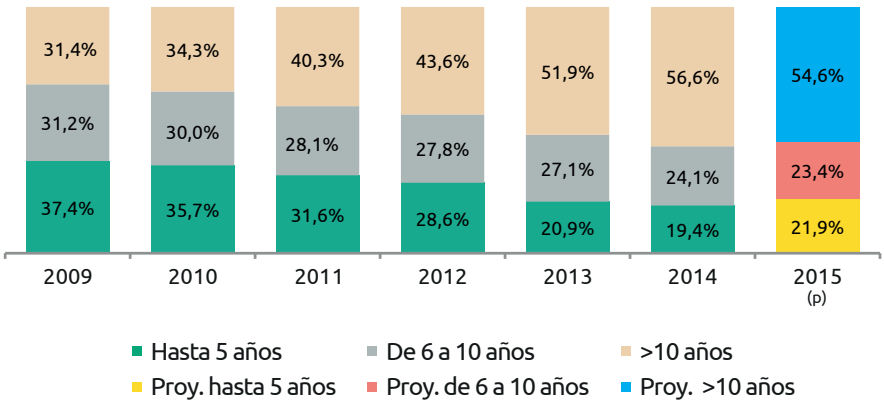
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las ventas de vehículos de ocasión (VO) continuaron en 2014 la pauta ascendente iniciada el año anterior y se anotarón una subida total de 114.000 unidades en comparación con 2013, para cerrar el mejor ejercicio desde 2008, último en el que se superaron los dos millones de adquisiciones. El segmento de los turismos fue el principal causante del avance, al crecer en 108.000 vehículos (7,2%), mientras que las altas de comerciales aumentaron en 6.000 unidades (2,0%).

Las previsiones indican que 2015 mantendrá el incremento de las ventas del VO y posibilitará que vuelvan a superarse la barrera de los dos millones de vehículos vendidos. Esta tendencia se mantendrá constante durante los próximos ejercicios.

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

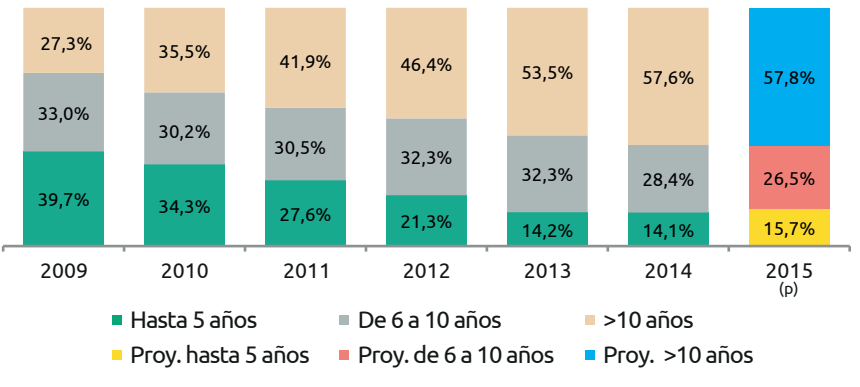
Gráfico III.2: Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El turismo de ocasión con una antigüedad superior a los diez años volvió a aumentar su peso dentro de las ventas de VO de su segmento. En 2014 ya representó el 56,6% del total, por el 24,1% de los vehículos de seis a diez años y el 19,4% de los que no supera el lustro de vida. En 2015 se prevé un leve rejuvenecimiento del parque de turismos de ocasión al descender dos puntos porcentuales las ventas de unidades más antiguas, a la vez que se espera que aumenten las de los que no superan los cinco años de vida.

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

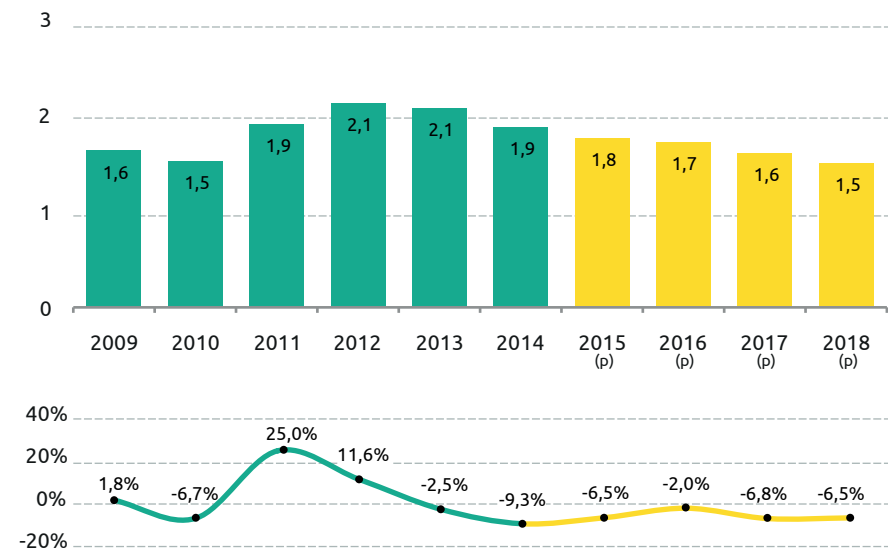


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La estructura por edad de las ventas del segmento del VO comercial es muy similar a la del turismo. Las ventas de vehículos con más de 10 años de antigüedad alcanzaron el 57,6% del total en 2014, con un aumento interanual de 4,1 puntos porcentuales. No obstante, las previsiones apuntan a que el porcentaje no aumentará de forma significativa en 2015.

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo

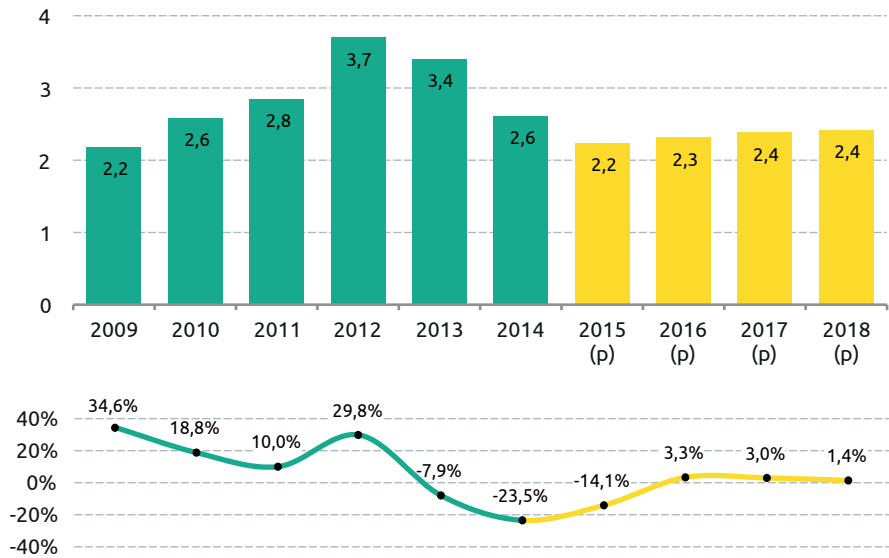
Gráfico III.4: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Turismos
(ratio en barras y evolución interanual en línea)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La crisis provocó 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 año 2013 registró un cambio en esta tendencia que se acentuó el pasado ejercicio, al bajar el ratio interanual un 9,3% y situarse en un valor de 1,9. En las próximas campañas se mantendrá la 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 a la baja y las previsiones apuntan a que a partir de 2016 se vuelva a incrementar la ratio. De igual forma, en 2013 la tendencia varía de creciente a decreciente, marcando ya en 2014 un ratio de 2,6. Es decir, por cada vehículo comercial nuevo matriculado harán lo propio de 2,6 vehículos de ocasión, ratio que tocará suelo en 2015 con un valor de 2,2.



D. Ventas de VO por tipo de combustible

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

	2014		2015 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	614.588	38,3%	669.588	37,4%	8,8%
Diesel	989.439	61,7%	1.122.672	62,6%	13,5%
Totales	1.604.669		1.792.260		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los turismos diésel predominan frente al vehículo de gasolina en el análisis de ventas del turismo de ocasión según el tipo de combustible utilizado. El diésel sumó el 61,7% de las transacciones, por solo el 38,3% de las motorizaciones de gasolina. La cuota en 2015 será muy similar a la actual en ambas modalidades, aunque el diésel seguirá ganando terreno. Las previsiones sitúan muy cerca de 1,8 millones las ventas finales del año.

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

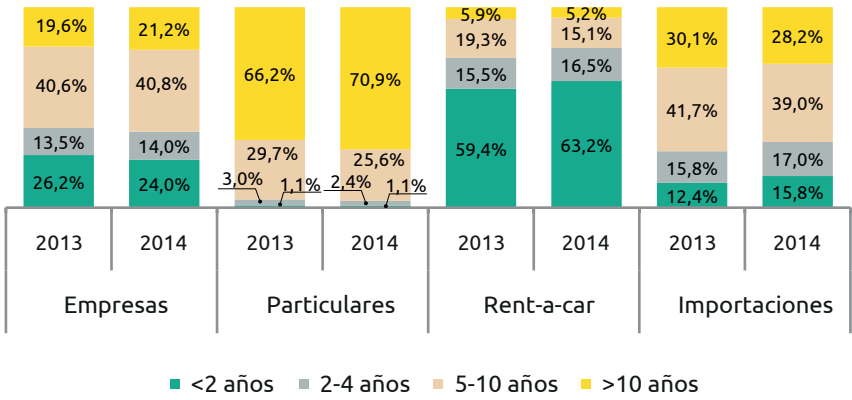
	2014		2015 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	9.083	3,1%	9.530	3,0%	4,9%
Diesel	287.760	96,9%	306.027	97,0%	6,3%
Totales	296.843		315.557		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los VO comerciales el uso de automóviles que no utilizan motores diésel es casi anecdótico. En 2014 se vendieron 287.760 vehículos con esta motorización, lo que supone el 96,9% del mercado del VO en el segmento comercial. Para 2015 se prevé que de nuevo las ventas asciendan más en los diésel (6,3%) que en los gasolina (4,9%).

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

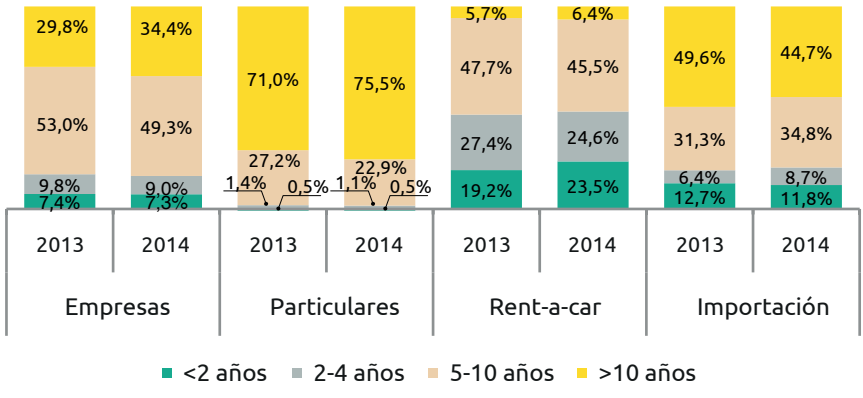
Gráfico III.6: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El análisis de las ventas según el canal de procedencia del vehículo y la antigüedad muestra la gran diferencia existente en cada canal y que apenas varía de un ejercicio a otro, con actitudes contrapuestas entre los particulares y la modalidad de rent a car. Los primeros mantienen mucho más tiempo la propiedad de los vehículos, de ahí que casi el 71% de los VO que se vendieron contaban con más de diez años, casi cinco puntos porcentuales más que en 2013. 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 dos años (algo más de seis de cada diez VO vendidos).

Gráfico III.7: 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 75,5% de VO vendidos procedentes de particulares tiene más de diez años y apenas se venden los modelos más modernos (0,5%), mientras que los de importación más antiguos alcanzan el 44,7%.

F. Evolución de las ventas de VO por segmento

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

	2014		2015 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Micro	81.187	5,1%	91.405	5,1%	12,6%
Pequeño	354.857	22,1%	392.505	21,9%	10,6%
Medio	466.738	29,1%	512.586	28,6%	9,8%
Medio Alto	300.683	18,7%	336.945	18,8%	12,1%
Alto	63.286	3,9%	69.898	3,9%	10,4%
Lujo	7.344	0,5%	8.424	0,5%	14,7%
Monovolumen Compacto	122.801	7,7%	145.173	8,1%	18,2%
Monovolumen Estándar	37.832	2,4%	44.090	2,5%	16,5%
Deportivos	28.229	1,8%	30.827	1,7%	9,2%
Todo Terreno Bajo	69.038	4,3%	80.472	4,5%	16,6%
Todo Terreno Medio	39.129	2,4%	44.986	2,5%	15,0%
Todo Terreno Alto	29.940	1,9%	31.365	1,8%	4,8%
Otros	3.605	0,2%	3.585	0,2%	-0,6%
TOTAL	1.604.669		1.792.260		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El podio en ventas VO según el segmento lo componen los de tamaño medio, con 466.738 vehículos vendidos (29,1% del mercado), los de pequeño tamaño, con 354.857 transacciones (22,1%) y los de medio alto, que acumula 300.683 coches (18,7%) del total de mercado de ocasión. Estos segmentos calcan los porcentajes de cuota del año anterior.
Las previsiones para 2015 indican que las ventas del monovolumen compacto serán las que registren un mayor incremento, al elevar sus peticiones un 18,2%, seguidas por el todo terreno bajo (16,6%) y del monovolumen estándar (16,5%). Ningún segmento, a excepción de ‘otros’, empeorará sus números a lo largo de 2015.

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

	2014		2015 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Comerciales	6.646	2,2%	6.753	2,1%	1,6%
Derivados Turismos	141.073	47,5%	150.521	47,7%	6,7%
Microvan	324	0,1%	316	0,1%	-2,6%
< 2 TN	3.234	1,1%	3.408	1,1%	5,4%
2 a < 2,7 TN	37.539	12,6%	39.129	12,4%	4,2%
2,7 Tn a < 3,5Tn	51.339	17,3%	54.276	17,2%	5,7%
3,5 Tn	42.266	14,2%	45.566	14,4%	7,8%
Otros	14.422	4,9%	15.589	4,9%	8,1%
TOTAL	296.843		315.557		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Derivados de turismos volvió un año más a copar la primera plaza en número de ventas con 141.073 unidades, lo que supone el 47,5% del mercado del VO, una cuota muy similar a la que alcanzó en los ejercicios anteriores. A distancia le siguen los comerciales de 2,7 a 3,5 toneladas (cuota del 17,3%) y los de 3,5 toneladas (14,2%), ambos con ligeros incrementos en su cuota de mercado. Las previsiones para 2015 mantienen la misma tendencia.

G. Evolución de las ventas de VO por cilindrada

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

	2014		2015 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	42.443	2,6%	49.231	2,7%	16,0%
1001 - 2000 cc	1.332.251	83,0%	1.484.891	82,9%	11,5%
2001 - 3000 cc	199.298	12,4%	223.255	12,5%	12,0%
3001 - 4000 cc	20.520	1,3%	23.462	1,3%	14,3%
4001 - 5000 cc	7.849	0,5%	8.741	0,5%	11,4%
> 5000 cc	2.308	0,1%	2.680	0,1%	16,1%
TOTAL	1.576.104		1.792.260		

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 2014, la misma cuota que el ejercicio precedente y la previsión para 2015 no varía. El resto de turismos vendidos se concentran en el segmento de los 2.001 a 3.000 cc (12,4%). Se calcula que a finales de año se hayan traspasado casi 1,5 millones de VO entre 1.001 y 2.000 cc.

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

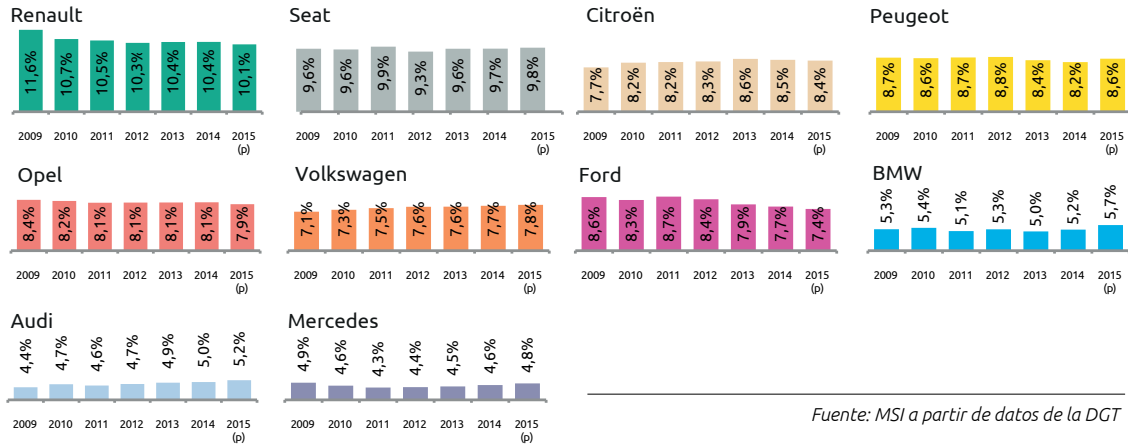
	2013		2014 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	1.506	0,5%	1.611	0,5%	7,0%
1001 - 2000 cc	187.994	63,3%	201.734	63,9%	7,3%
2001 - 3000 cc	106.840	36,0%	111.674	35,4%	4,5%
3001 - 4000 cc	497	0,2%	530	0,2%	6,8%
4001 - 5000 cc	8	0,0%	8	0,0%	5,0%
TOTAL	324.058		315.557		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de VO comerciales, salvo poco más de 2.000 ejemplares, las ventas se reparten entre los 1.001 y 2.000 cc (63,3%) y los de 2.001 a 3.000 cc (36%). En 2015 se estima un mayor crecimiento del segmento de entre 1001 y 2001 cc (7,3%), seguido por el de 0 a 1.000 (7%).

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

Gráfico III.8: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos

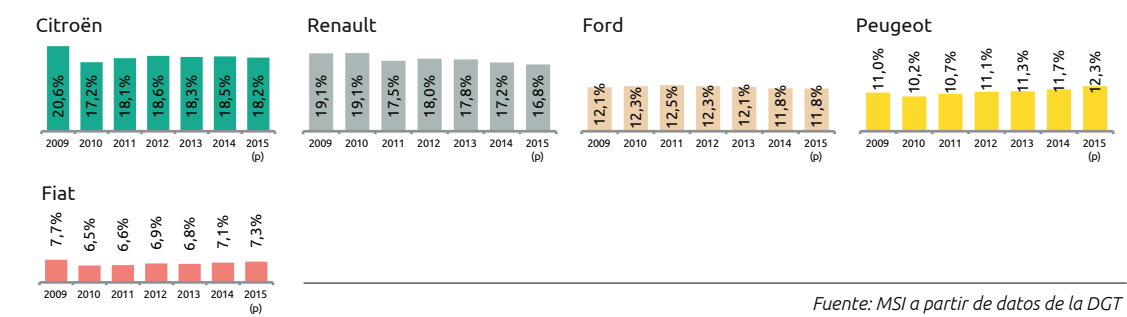


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Renault y Seat se mantuvieron en 2014 como las marcas que más vehículos de ocasión vendieron, con cuotas que rondaron el 10%. Renault mantuvo la cuota del 10,4% alcanzada ya en 2013, pero la previsión para 2015 es que pierda algunas décimas. Seat casi calcó sus porcentajes y mantendrá la senda ascendente en 2015. Por encima del 8% se situaron en 2014 Citroën, Peugeot y Opel, mientras que Ford continúa con la pérdida de peso en el mercado del turismo de ocasión.



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



En los VO comerciales, las dos marcas predominantes son un año más Citroën, con un 18,5% de las ventas, y Renault con el 17,2%. Ford (11,8%) y Peugeot (11,7%) se sitúan a continuación en el ranking mientras que Fiat queda por debajo de los dos dígitos (7,1%). En 2015 las posiciones en el ranking se mantienen estables, aunque Peugeot podría superar a Ford si se cumplen las previsiones.



CAPÍTULO IV

Equipamientos

04



[Inicio](#)

[Índice](#)



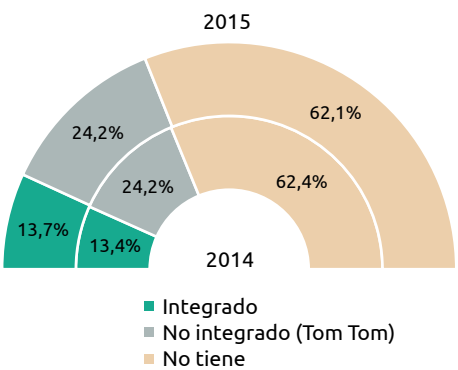
[Inicio](#)

[Índice](#)

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

A. Implantación del GPS

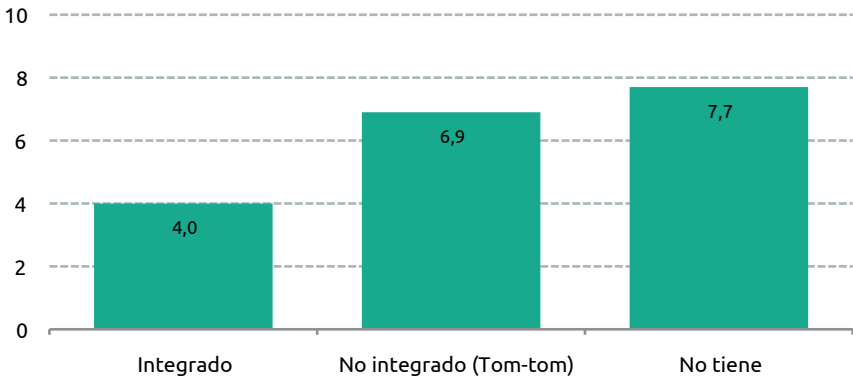
Gráfico IV.1: Implantación GPS - Comparativa 2015 vs. 2014



(*) 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 sigue sin cuajar en el mercado español, ya que un 62,1% de los vehículos de empresa carecen de este dispositivo en la actualidad, porcentaje muy similar al del año pasado. El resto de vehículos utilizan dispositivos no integrados (24,2%) o sistemas de navegación de serie, que sólo alcanzan el 13,7%.

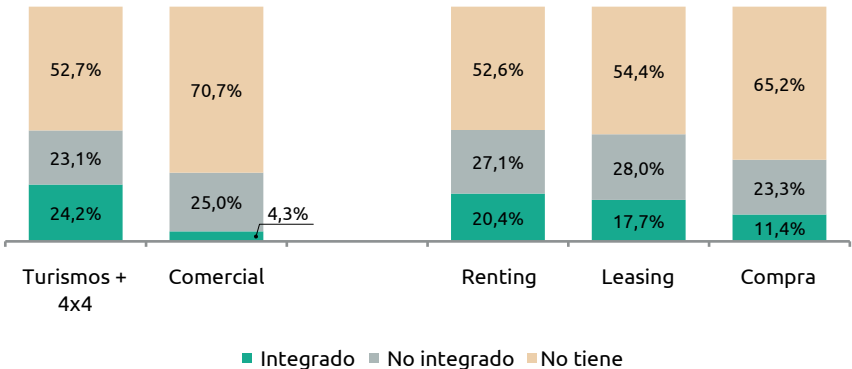
Gráfico IV.2: Implantación GPS por edad del vehículo



Fuente: CVO

La edad media de los vehículos muestra con claridad la evolución de este sistema que, de momento, no está implantado masivamente en los vehículos. Los vehículos que lo llevan de serie (integrados) cuentan con apenas 4 años de media, mientras que los que lo utilizan, aunque de forma no integrada, suman de media 6,9 años. Finalmente, 7,7 años es la antigüedad promedio de los vehículos que no cuentan con sistemas de navegación GPS.

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

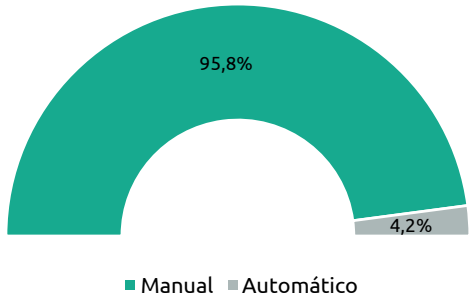


Fuente: CVO

Los turismos y los 4x4 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 de los que carecen de él se sitúa en el 70,7%. En cuanto al tipo de financiación, los vehículos de renting son los que en mayor medida tienen instalados sistemas de GPS (47,5%) en sus dos modalidades, mientras que en los de leasing este porcentaje llega al 45,7%. Entre los adquiridos a través de compra apenas el 11,4% introducen navegador de serie.

B. Tipo de Cambio

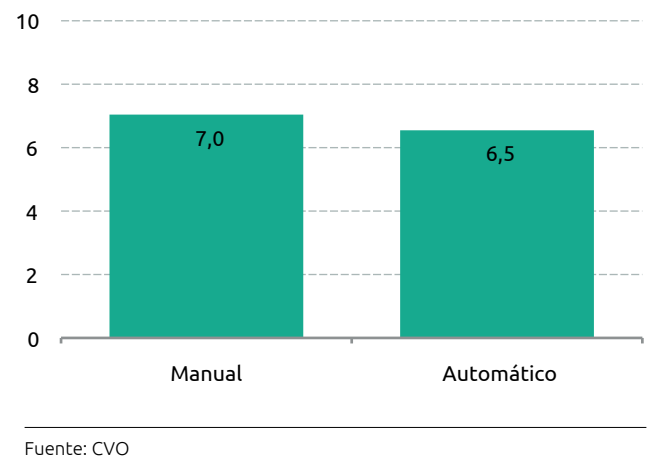
Gráfico IV.4: Tipo de cambio - Manual Vs. Automático



Fuente: CVO

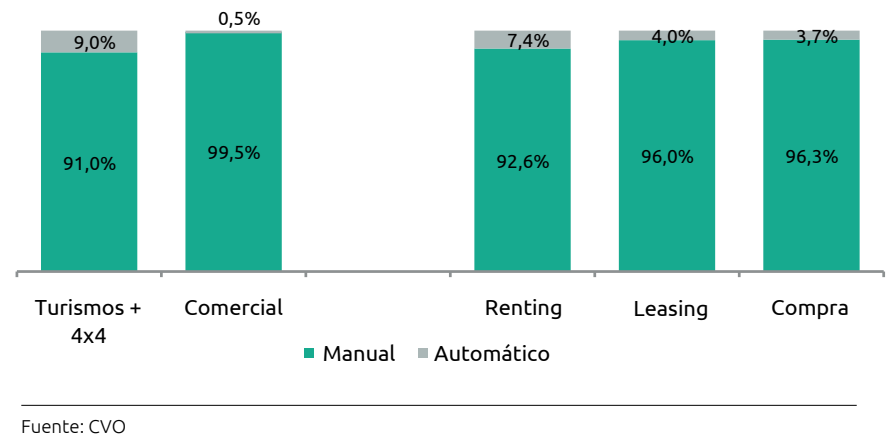
La conducción manual prevalece sin apenas oposición sobre la automática, como demuestra que tan sólo un 4,2% de los vehículos dispone de cambio automático.

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



La media de edad de los automóviles que disponen de cambio automático se sitúa en los siete años, seis meses superior a la de los vehículos de cambio manual. El sistema de cambio automático es ya una tecnología que lleva presente muchos años, de ahí que la diferencia de antigüedad media sea tan pequeña.

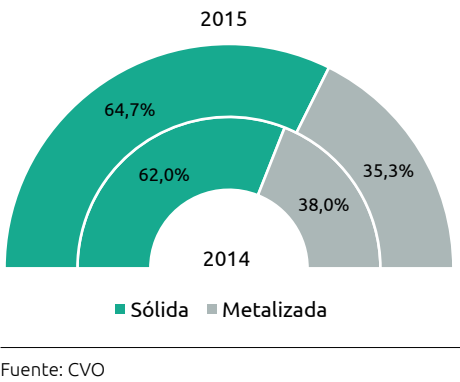
Gráfico IV.6: Tipo de cambio por tipología de vehículo y método de financiación



La opción del cambio automático es casi inexistente en los vehículos comerciales, mientras que esta modalidad se circunscribe al 9% de turismos y todoterreno. En relación al método de financiación, el mayor número de automáticos recalca en el renting (7,4%), mientras que en el leasing y en la compra directa ronda el 4%.

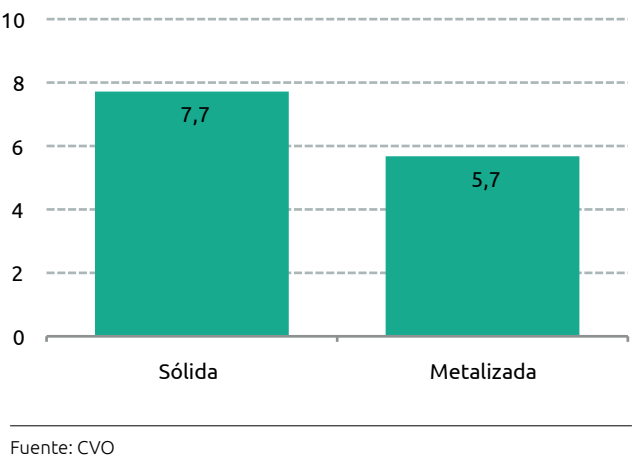
C. Pintura

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



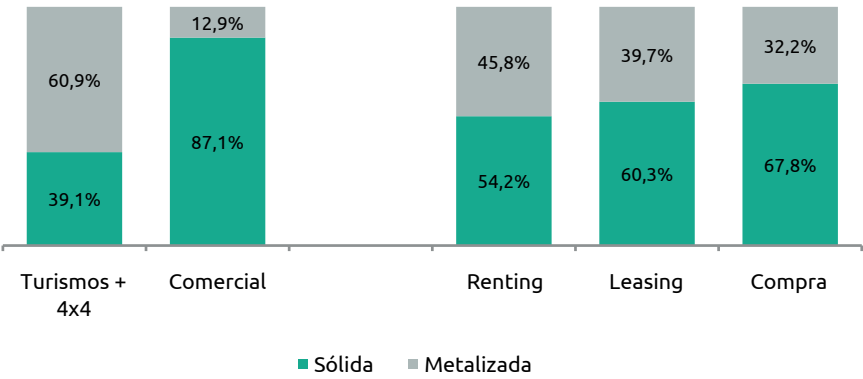
La pintura sólida se ha impuesto en los últimos años como la preferida por los usuarios y fue la opción presente en el 64,7% de los vehículos en 2015. La metalizada ha perdido adeptos en 2015 y sólo se ve en el 35,3% de los coches.

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



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

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



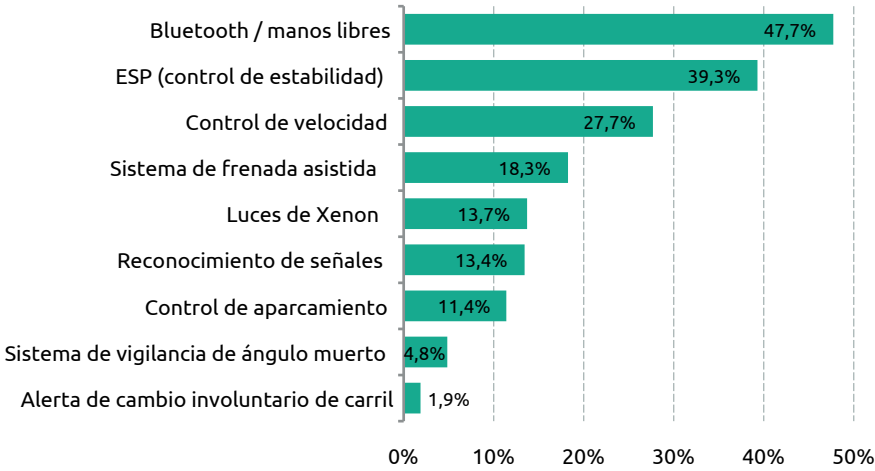
Fuente: CVO

Gran parte de la pintura metalizada corresponde a los turismos y todoterreno (60,9%), mientras que entre los comerciales la opción más común es la sólida, que alcanza el 87,1% del total, al primar el componente de funcionalidad por encima del estético. En lo que se refiere al método de financiación, la pintura sólida es la opción más utilizada en todas las modalidades, con especial incidencia en la compra directa y el leasing.

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

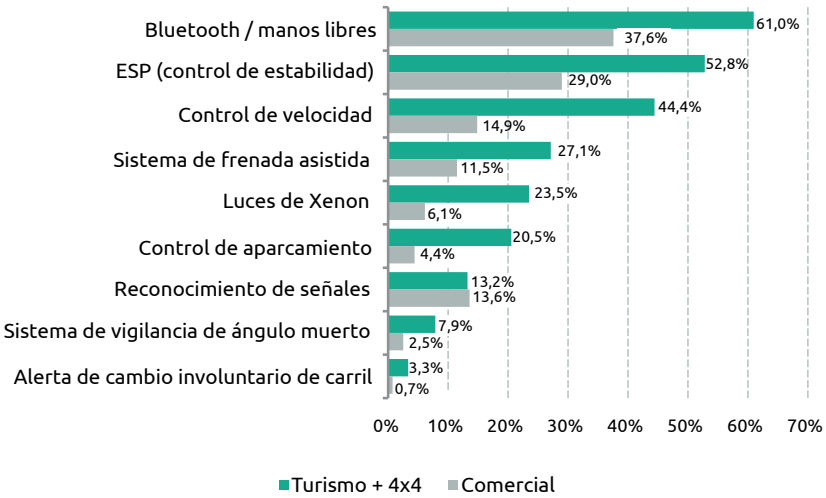


Fuente: CVO

La importancia de las comunicaciones se refleja en la implantación del manos libres, que alcanza al 47,7% de los vehículos, por delante del control de estabilidad (39,3%) y el control de velocidad (27,7%), equipamientos de seguridad más demandados. El sistema de frenada asistida (18,3%), las luces de Xenon (13,7%), el reconocimiento de señales (13,4%) y el control de aparcamiento (11,4%) se sitúan entre los elementos más representativos, mientras que el sistema de vigilancia del ángulo muerto (4,8%) y la alerta de cambio involuntario de carril (1,9%) son otras de las opciones utilizadas, aunque con una implantación muy pequeña.

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

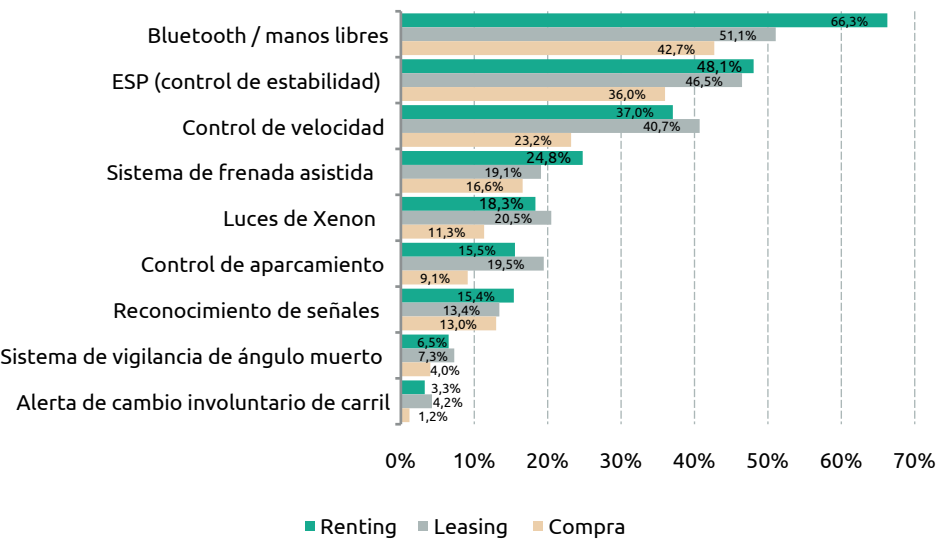


Fuente: CVO

En cuanto a la tipología del vehículo, los turismos y los todoterreno son los que integran mayores elementos de seguridad, al contar más de la mitad de los vehículos con las partidas más importantes como el manos libres o el control de estabilidad, mientras que apenas el 14,9% de los comerciales cuenta con control de velocidad frente al 44,4% 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 (66,3%), control de estabilidad (48,1%), sistema de frenada asistida (24,8%) y reconocimiento de señales (15,4%). Los coches de leasing optan en mayor medida que los demás por el control de velocidad (40,7%), las luces de xenon (20,5%), el control de aparcamiento (19,5%) y el sistema de vigilancia del ángulo muerto (7,3%). Los coches de compra directa son lo que cuentan con menor número de opciones de seguridad.





CAPÍTULO V

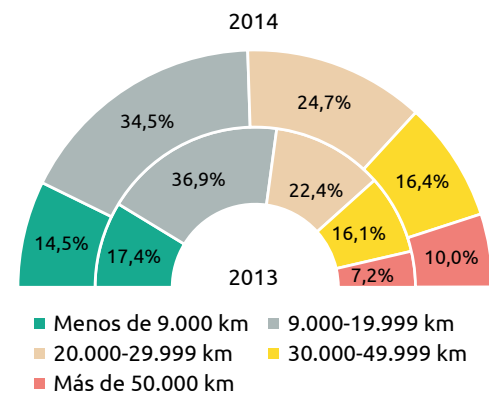
Mantenimiento

05

I. INTRODUCCIÓN

A. Kilometraje anual

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2014 vs 2013

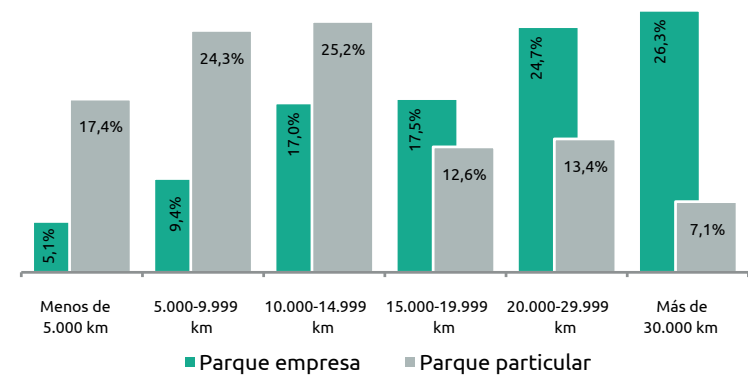


Fuente: CVO

El tramo medio más habitual en el segmento de empresa es el comprendido entre 9.000 y 19.999 kilómetros anuales (34,5%), seguido del tramo entre 20.000 y 29.999 kilómetros anuales (24,7%).

Con relación al año 2013, el kilometraje anual recorrido por los vehículos de empresa se ha incrementado en todos los tramos superiores a los 20.000 kilómetros anuales. Por el contrario, se reduce el porcentaje de aquellos vehículos que han recorrido menos de 20.000 kilómetros, que pasan a ser el 49% del total, frente al 54,3% del año anterior.

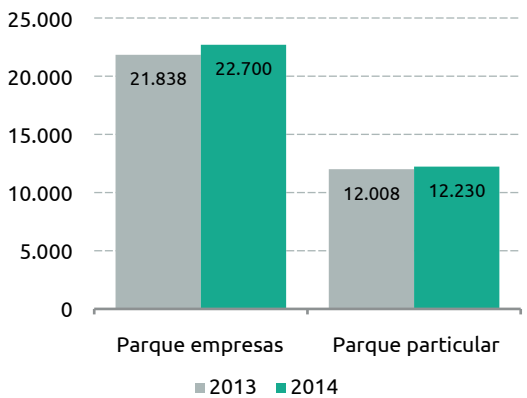
Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular



Fuente: CVO

La mayoría de usuarios privados suele utilizar el automóvil por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, lo que indica una menor intensidad de uso en este segmento. A partir de este volumen de utilización se impone el vehículo de empresa, y la diferencia aumenta cuanto mayor es el kilometraje anual, indicador de la mayor intensidad de uso del vehículo en las empresas.

Gráfico V.3: Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2014 y 2013

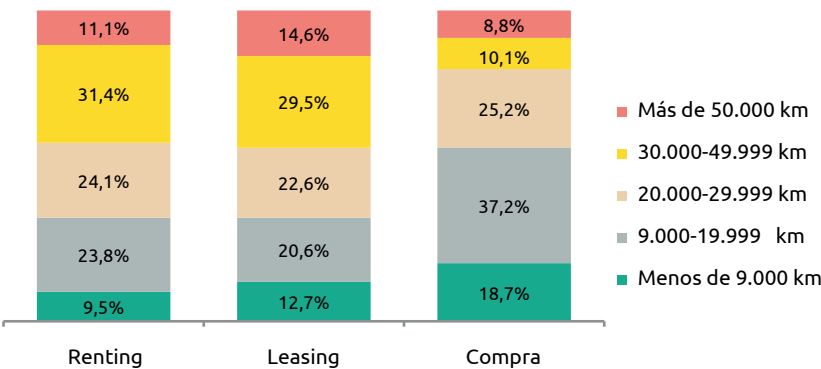


Fuente: CVO

El kilometraje medio anual de los vehículos de empresa alcanzó en 2014 los 22.700 kilómetros, casi 1.000 kilómetros más que el año anterior. Por su parte, en los vehículos particulares apenas hubo variación y el kilometraje se sitúa en el entono de los 12.000 kilómetros anuales.

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

Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación

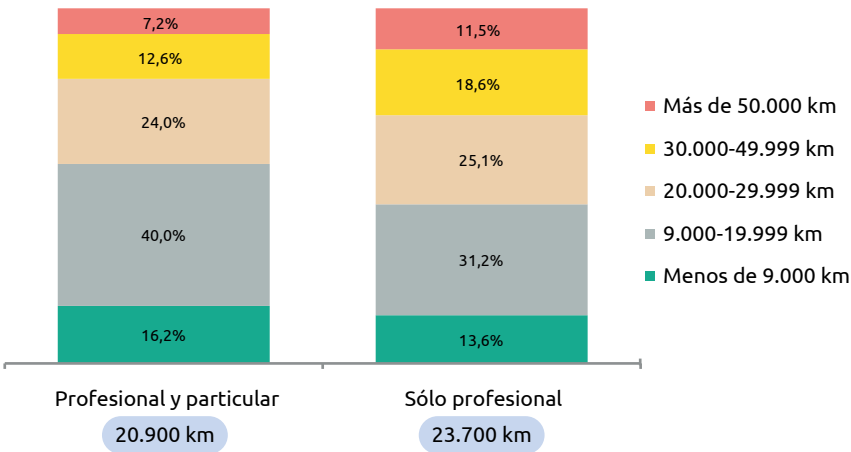


Fuente: CVO

La horquilla entre 30.000 y 49.999 kilómetros anuales es la que se impone en los vehículos financiados mediante renting (31,4%) y leasing (29,5%), mientras que los vehículos adquiridos por compra directa circulan más en la franja que comprende entre los 9.000 y los 19.999 kilómetros anuales (37,2%). La intensidad de uso es menor, por tanto, en los vehículos que han sido adquiridos mediante compra.



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

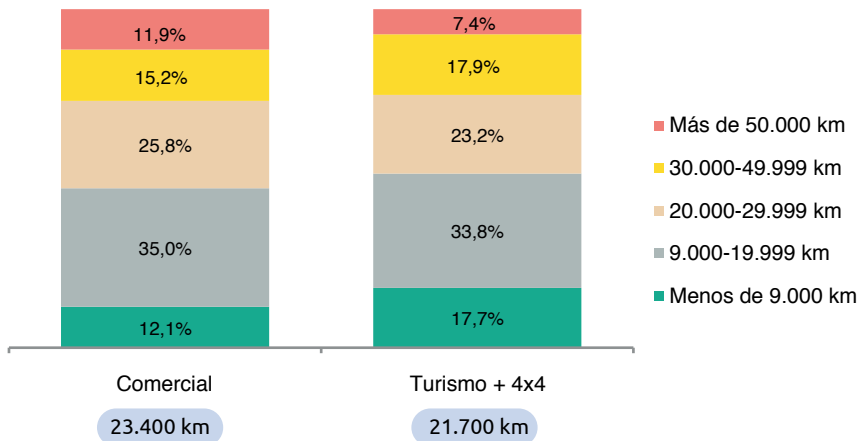


Fuente: CVO

El uso exclusivamente profesional del vehículo prevalece ligeramente sobre el que combina la utilización tanto para trabajar como para actos privados. El uso profesional cuenta con un kilometraje medio anual de 23.700 kilómetros, frente a los 20.900 de uso mixto.

C. Kilometraje anual por tipo de vehículo

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

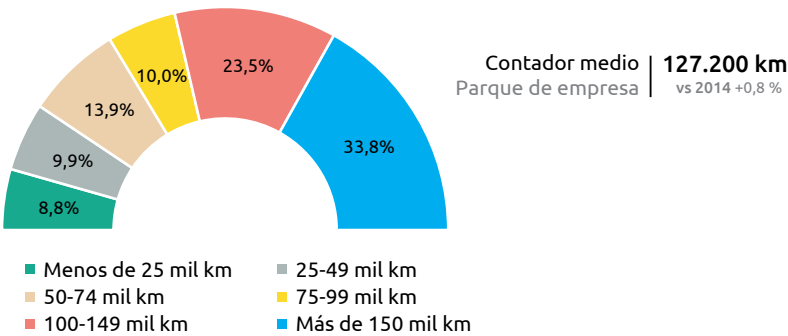


Fuente: CVO

En lo que se refiere al kilometraje anual por tipo de vehículo, la tendencia varía en relación al año anterior y los vehículos comerciales son las que más kilómetros recorren, con 23.400 kilómetros de media, frente a los turismos y todoterreno, con 21.700 kilómetros. En ambos casos la franja entre 9.000 y 19.999 kilómetros es la más común.

D. Kilometraje en el contador

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

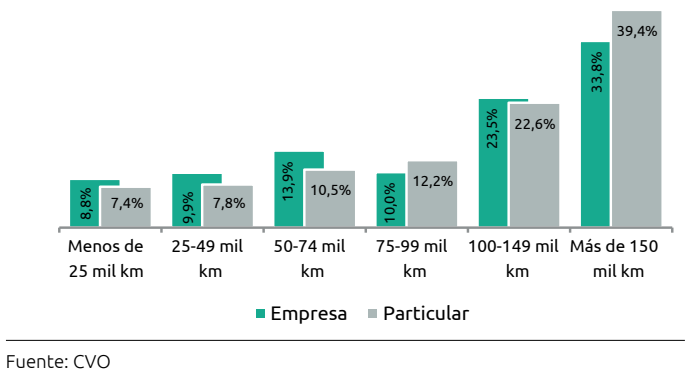


Contador medio Parque de empresa | 127.200 km vs 2014 +0,8 %

Fuente: CVO

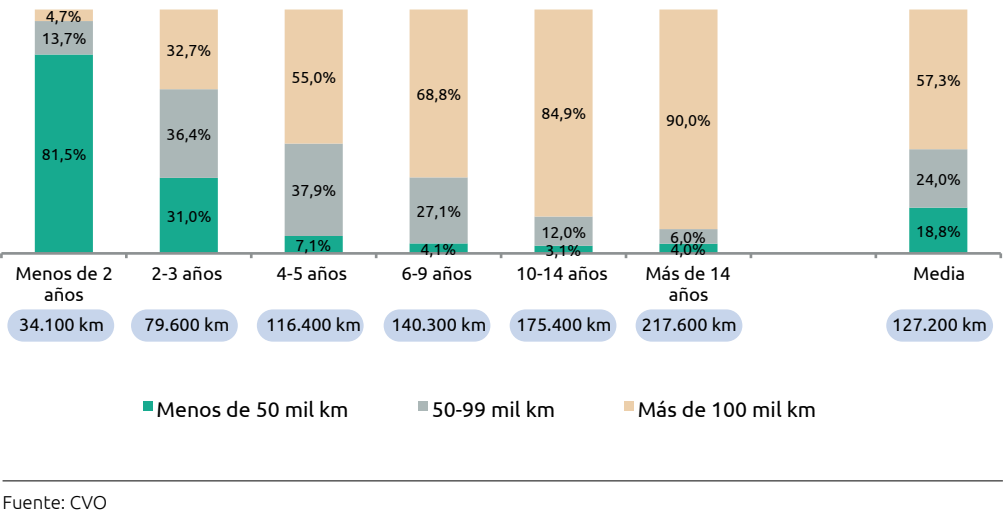
Los vehículos de empresa vuelven a aumentar un año más el kilometraje acumulado. El contador marcó el pasado año de media 127.200 kilómetros, aumentando así el 0,8% en un año. Más de un tercio de estos vehículos supera los 150.000 kilómetros, y más de la mitad del parque total (57,3%) supera los 100.000.

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



El vehículo particular mantiene un kilometraje acumulado medio superior con respecto al de empresa al alargar más en el tiempo la vida del vehículo debido a la menor rotación existente. El 62% supera los 100.000 kilómetros, frente al 57,3% ya reseñado en el punto anterior de los comerciales. En las franjas más bajas de kilometraje acumulado el vehículo de empresa se impone, aunque con modelos más modernos que los correspondientes a los particulares.

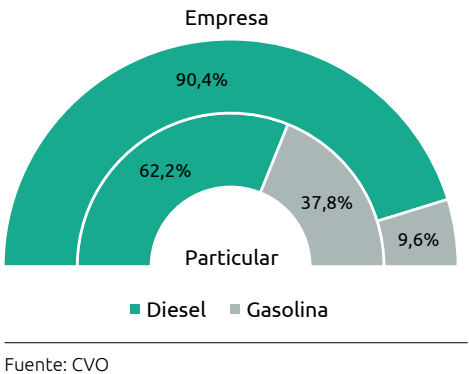
Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo



España tiene un parque de vehículos envejecido, con una media de contadores que superan los 127.000 kilómetros y donde, a partir de los cuatro años de antigüedad, como mínimo la mitad de los vehículos supera los 100.000 kilómetros recorridos.

E. Tipo de motor

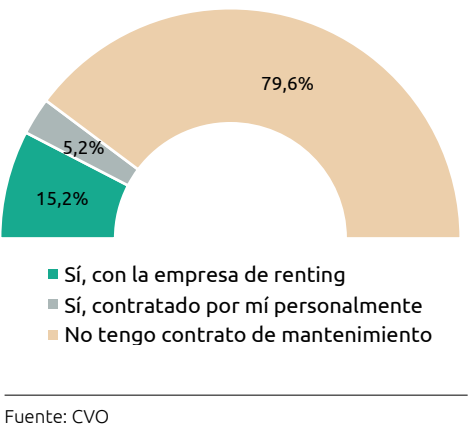
Gráfico V.10: Tipo de motor parque empresas Vs. parque particular



El vehículo con motorización de gasolina apenas tiene cabida en el parque de empresas, ya que las firmas se decantan mayoritariamente por vehículos diésel (90,4%). En el caso de los particulares poco más de un tercio opta por los coches de gasolina.

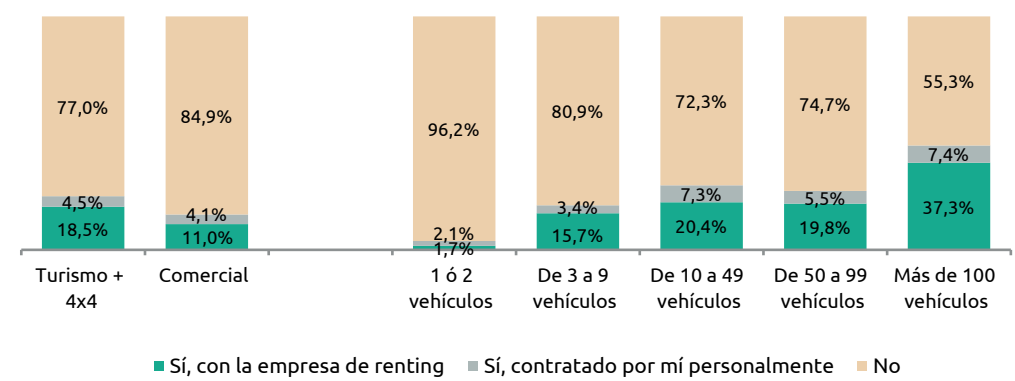
F. Contrato de mantenimiento

Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento



Una amplia mayoría de usuarios no cuenta con contrato de mantenimiento del vehículo (79,6%). El 15,2% opta por suscribirlo con la empresa de renting, mientras que un 5,2% lo pacta a título individual.

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



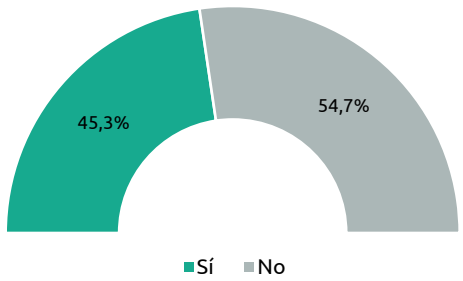
Fuente: CVO

La contratación de servicios de mantenimiento es más habitual en las grandes empresas. El 44,7% 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 80,9% de los casos (96,2% en el caso de los que cuentan con 1 o 2 vehículos). Estas opciones son más habituales entre los turismos y los todoterreno (23%) que entre los comerciales (15,1%).

II. NEUMÁTICOS

A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2014

Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2014

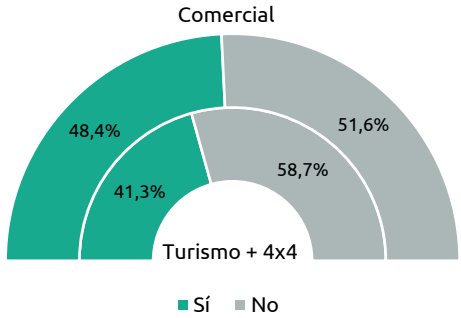


Fuente: CVO

El 45,3% de los vehículos de empresa realizó un cambio de neumático en 2014, frente al 54,7% que los mantuvo. Estas cifras implican un aumento de 4,9 puntos porcentuales respecto de los vehículos que cambiaron neumáticos en 2013.

B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo

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

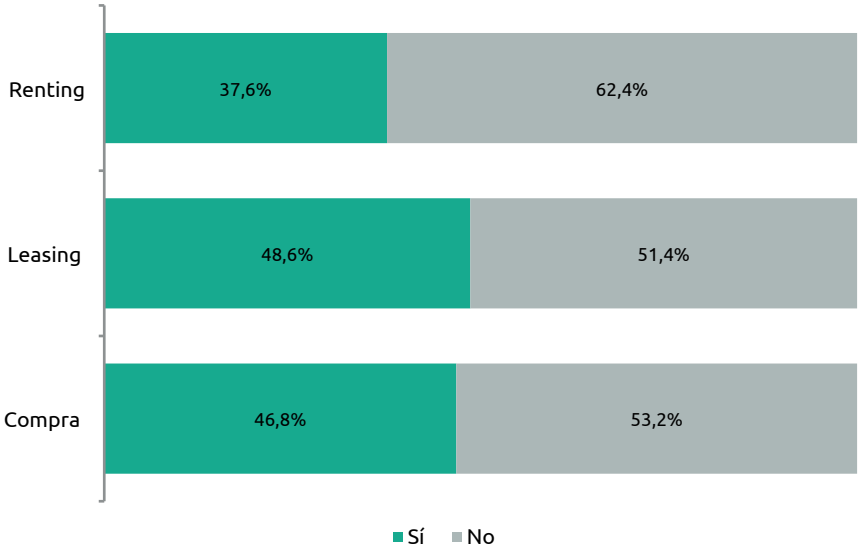


Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, el 48,4% de los comerciales cambió sus neumáticos, frente al 41,3% 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

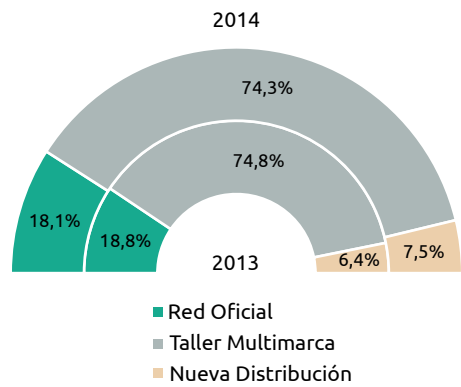


Fuente: CVO

Si se atiende al método de financiación, los vehículos adquiridos a través de leasing y compra directa fueron los que pasaron en mayor medida por el taller para cambiar los neumáticos, con porcentajes muy parecidos (48,6% y 46,8% respectivamente).

D. Lugar de reparación

Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2014 vs. 2013

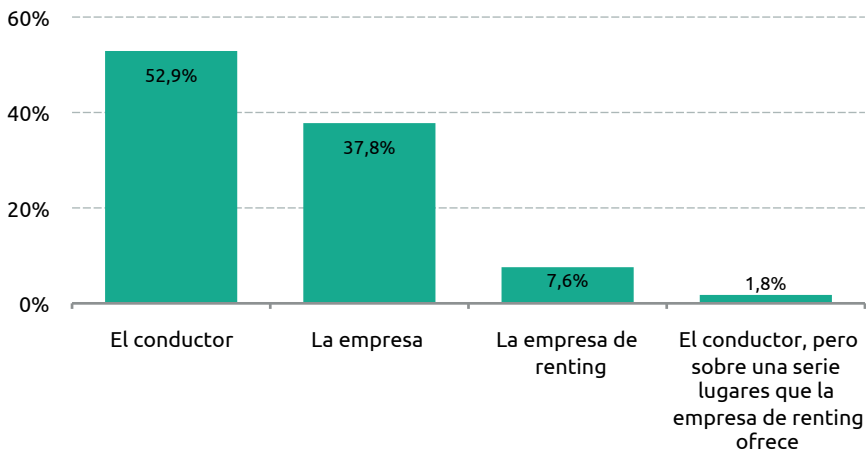


Fuente: CVO

La elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos se mantiene inalterable respecto a 2013. Existe un predominio de los talleres multimarca que, en 2014, fue utilizado por el 74,3%. La red oficial se mantiene en segundo lugar con el 18,1%, mientras que la nueva distribución alcanza el 7,5%.

E. Decisión de la elección del taller

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

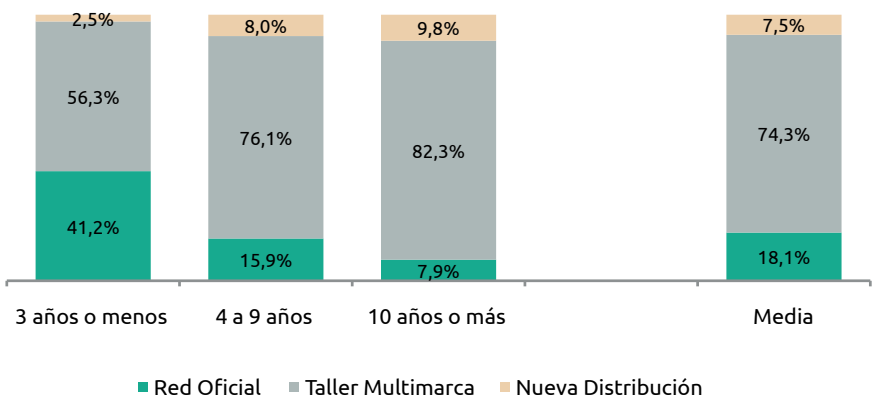


Fuente: CVO

El usuario decide en más de la mitad de las ocasiones el taller en el que efectúa el cambio de neumáticos, mientras que la empresa lo hace en un 37,8% de las veces. Las empresas de renting son las electoras en un 7,6% de las ocasiones y ofrecen opciones al usuario en el 1,8% 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



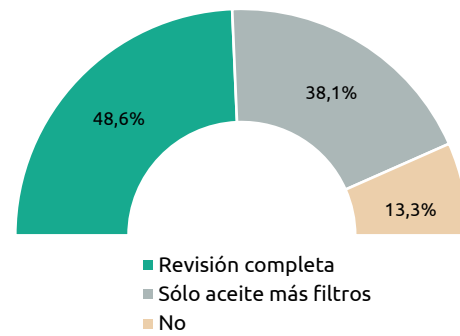
Fuente: CVO

Los talleres multimarca son los preferidos para el cambio de neumáticos sin importar la antigüedad del vehículo, ya que son utilizados por un 74,3% de los coches, aunque cuanto más edad tiene el mismo, más se acude a este tipo de centros. Los últimos vehículos en incorporarse al mercado son los que más optan por talleres oficiales para cambiar sus neumáticos (41,2%). De media, la red oficial recibe el 18,1% de los vehículos y sólo el 7,5% opta por nuevas modalidades.

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2014

Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2014

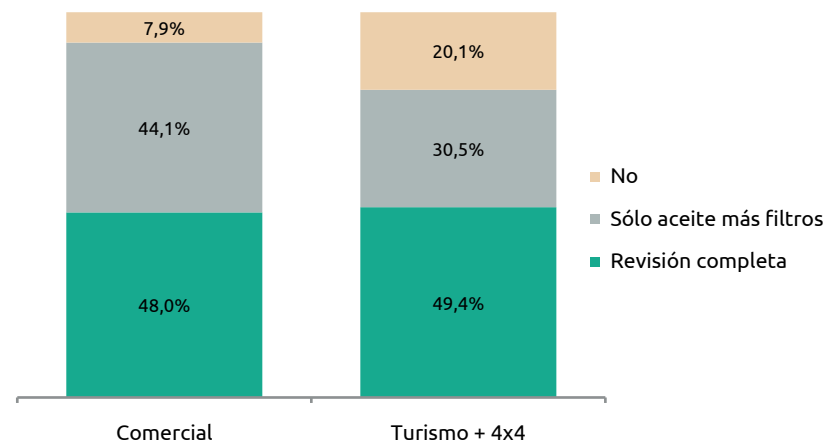


Fuente: CVO

El 48,6% de los vehículos de empresa pasó una revisión completa en 2014, mientras que el 38,1% optó por opciones más básicas como el cambio de aceite y filtros. El 13,3% no pisó el taller.

B. Por tipología de vehículo

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

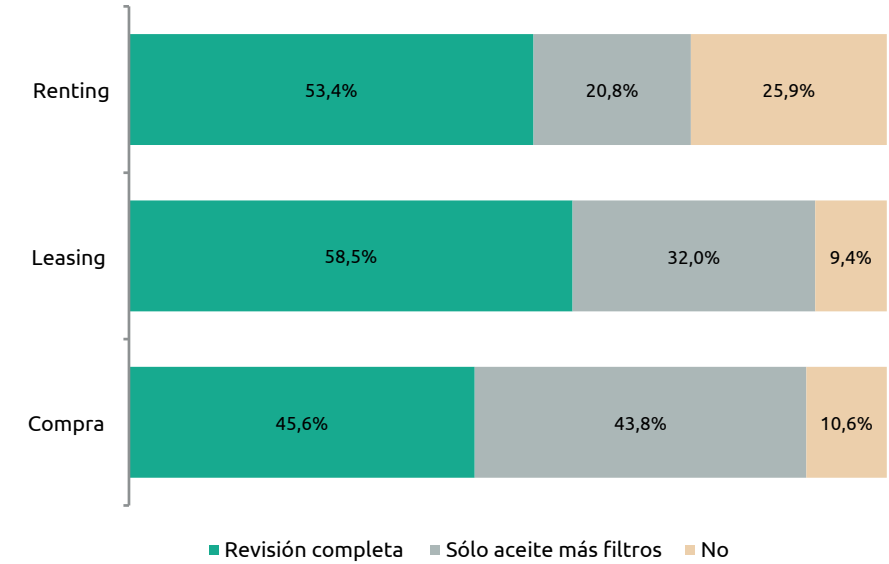


Fuente: CVO

Por tipo de vehículo, casi 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 sobre el aceite [92,1%].

C. Según método de financiación

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

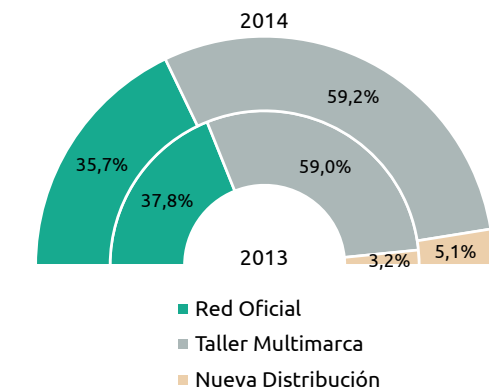


Fuente: CVO

Con respecto al método de financiación, los vehículos de leasing son los que más optan por revisiones completas (58,5%), seguidos de los de renting (53,4%). Los vehículos comprados se reparten casi a partes iguales entre los que pasan una revisión completa y los que solo lo hacen sobre el aceite y los filtros.

D. Lugar de reparación

Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2014 vs. 2013

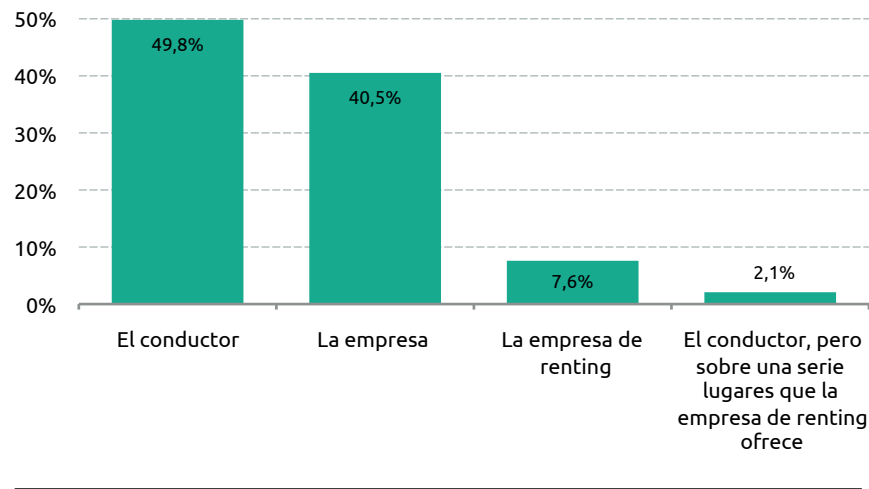


Fuente: CVO

El taller independiente mantiene el primer lugar en las preferencias para pasar la revisión del vehículo de empresa con porcentajes similares al año anterior. La red oficial volvió a registrar una caída de usuarios cercana a los dos puntos porcentuales.

E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento

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

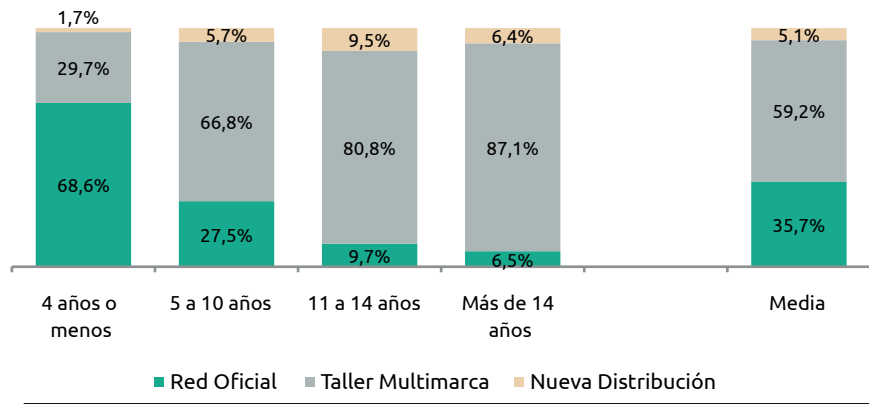


Fuente: CVO

La elección del centro de reparación recae en el usuario en casi la mitad de los casos (49,8%), mientras que la empresa propietaria del vehículo decide en un 40,5% de las ocasiones. Las ocasiones en las que la compañía de renting interviene son minoritarias.

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 59,2% de las revisiones del parque automovilístico.



CAPÍTULO VI

Daños y reparaciones

06



Inicio Índice

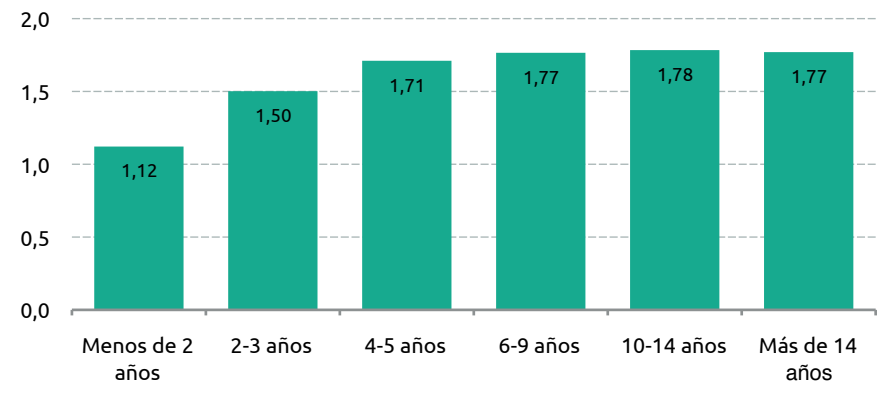


Inicio Índice

I. REPARACIONES

A. Entradas al taller según edad del vehículo

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

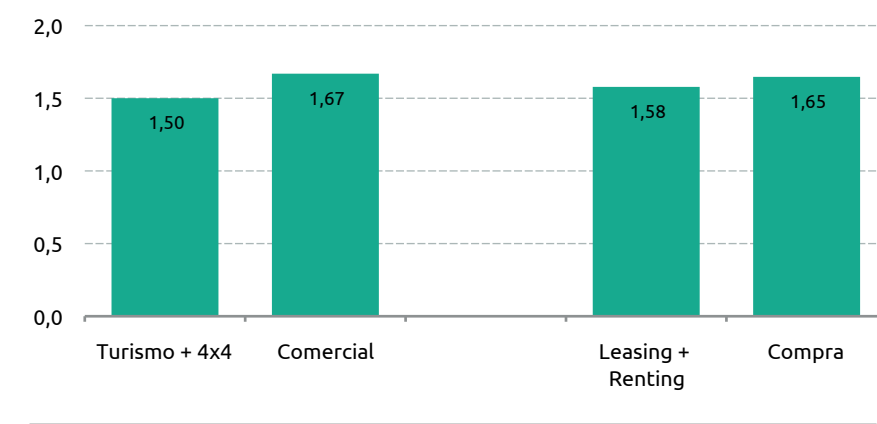


Fuente: CVO

Los vehículos que acuden con mayor frecuencia al taller son los que cuentan con una antigüedad mayor a seis años, con una media superior a las 1,7 entradas anuales. Superada esa edad, apenas hay diferencias en la media anual de visitas al mecánico. 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



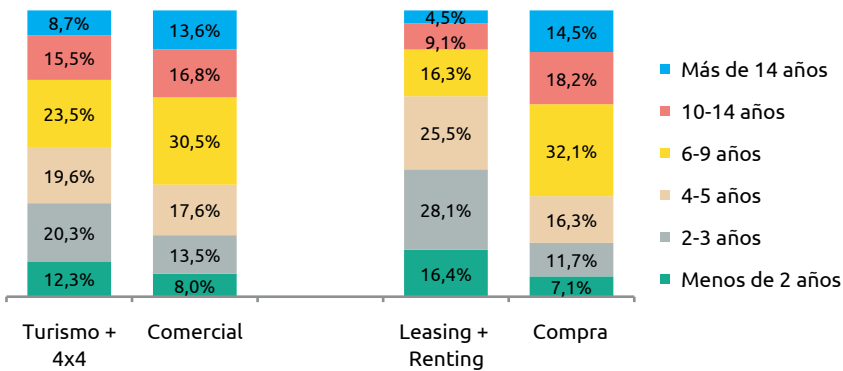
Fuente: CVO

Los vehículos comerciales necesitan mayor número de reparaciones (1,67) que los turismos y todoterreno (1,5) por su mayor uso y, por lo tanto, superior desgaste. Si atendemos al método de financiación, los automóviles adquiridos mediante compra directa acusan un leve incremento de sus visitas al taller (1,65) en comparación con los financiados mediante leasing y renting, que acumulan 1,58 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



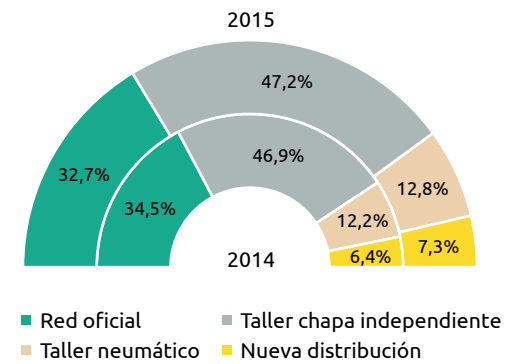
Fuente: CVO

Por tipología, los comerciales que cuentan con seis a nueve años antigüedad son los que más requieren la ayuda del mecánico (30,5% del total de visitas de su segmento), seguidos por los turismos del mismo tramo 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 visitas al taller acumulan (28,1%), seguidos de los de cuatro a cinco años. En el caso de los automóviles en propiedad, es el rango de entre seis y nueve años el que más se ve en los talleres (32,1%).

D. Lugar de realización de la reparación

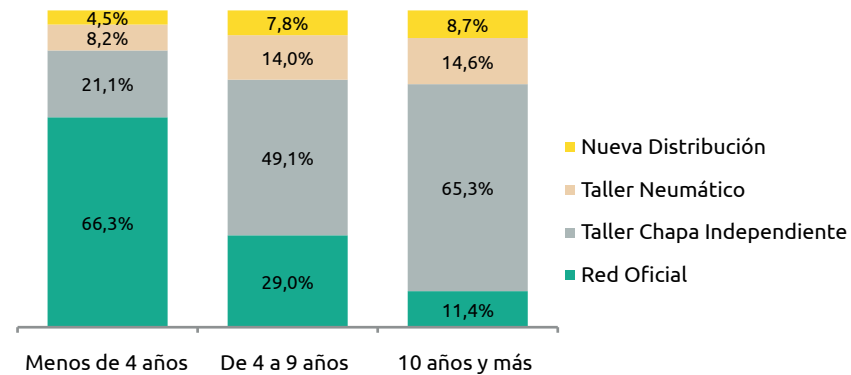
Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación



Fuente: CVO

Los vehículos de empresa optaron en 2014 en su mayoría por el taller independiente para realizar la reparación; el 46,9% eligió esta posibilidad, frente al 34,5% que confió en la red oficial. Frente al año pasado, en 2015 apenas se producen variaciones significativas, eligiendo el taller de chapa independiente el 47,2% y mientras que el 32,7% se decanta por la red oficial.

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

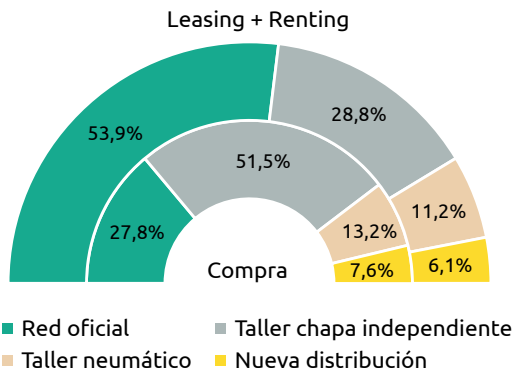


Fuente: CVO

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 (66,3%), mientras que casi la mitad de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que se incrementa hasta el 65,3% 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

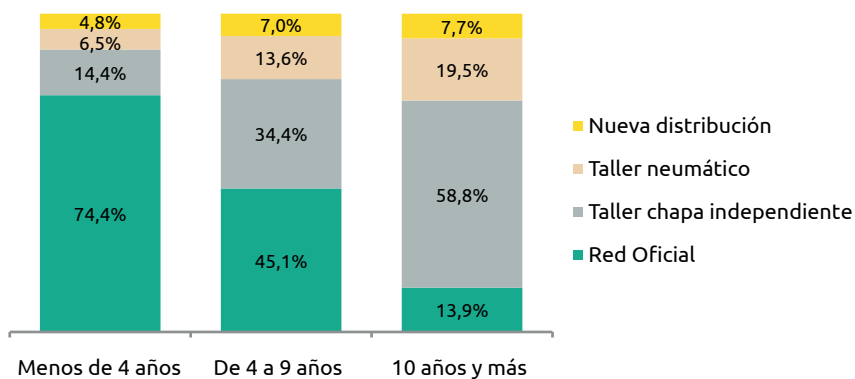
Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra



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 53,9% 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 más utilizadas por los que fueron comprados directamente.

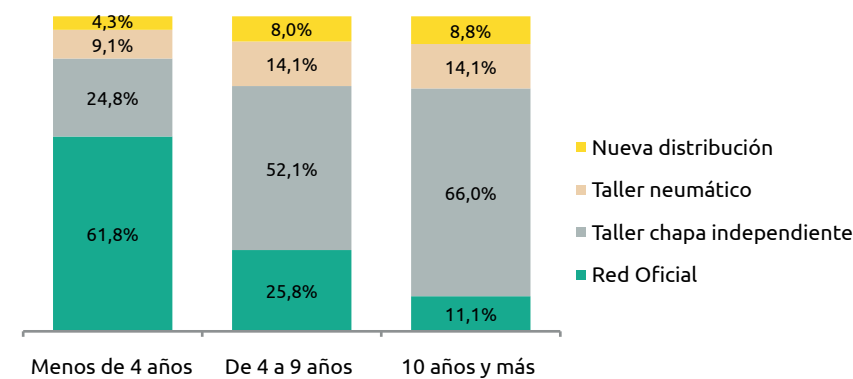
Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting



Fuente: CVO

Si comparamos los datos de los vehículos financiados vía renting o leasing con la antigüedad del vehículo se observa que la red oficial acapara casi 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 45,1%. En los coches con más de 10 años toman el relevo los mecánicos independientes (58,8%).

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



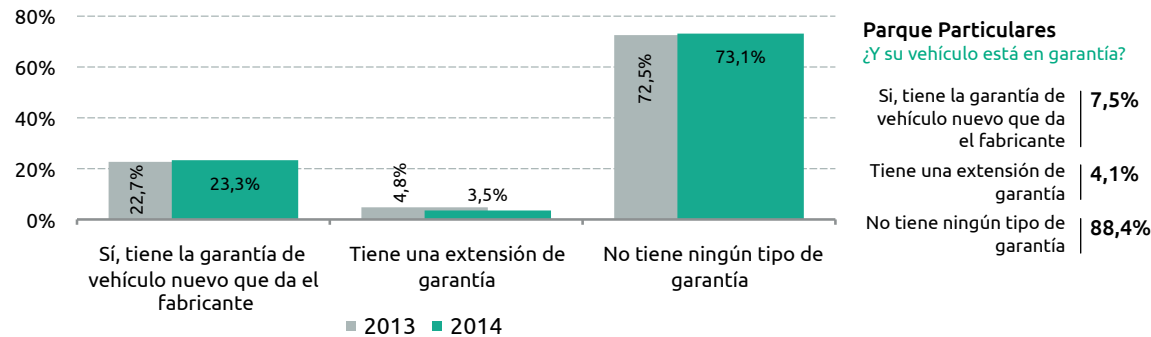
Fuente: CVO

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 (61,8%).

II. GARANTÍA

A. Vehículo en garantía

Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresas - 2014 Vs 2013

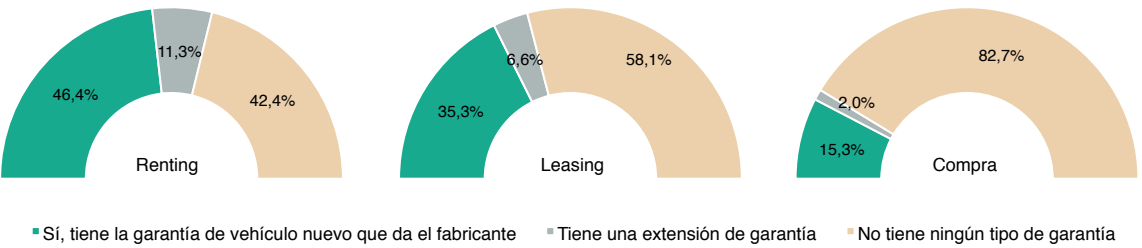


Fuente: CVO

El 73,1% de los coches de empresa no tiene ningún tipo de garantía, cifra que se incrementó el pasado año 0,6 décimas porcentuales en relación a 2013. El 23,3% cuenta con la garantía que ofrece el fabricante en el momento de su adquisición, aunque sólo el 3,5% opta por aumentarla. En lo que se refiere a los particulares, el 88,4% no cuenta con ningún tipo de garantía, mientras que el 7,5% tiene la del fabricante cuando el vehículo es nuevo.

B. Garantía en función del método de financiación del vehículo

Gráfico VI.10: Garantía según método de financiación del vehículo



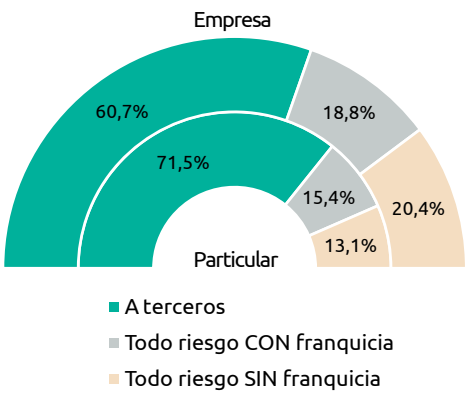
Fuente: CVO

Los vehículos de renting son los que en mayor medida tienen una garantía vigente del fabricante, hasta el 46,4% se encuentra en esta situación. Además, también son los que en un porcentaje mayor contratan ampliaciones o extensiones de la garantía (11,3%). El lado opuesto se encuentran los de compra directa, los cuales hasta en el 82,7% de los casos ya no disponen de dicha garantía.

III. SEGURO

A. Tipo de seguro

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

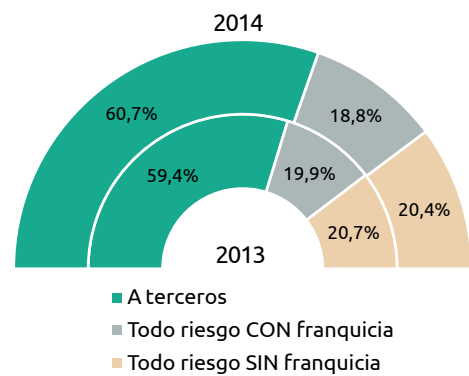


Fuente: CVO

La modalidad de terceros viene a ser la cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria tanto por los particulares (71,5%) como por los vehículos corporativos (60,7%). El seguro a todo riesgo con o sin franquicia tiene mayor aceptación en el parque de empresa.



Gráfico VI.12: Tipo de seguro - Comparativa 2014 Vs. 2013

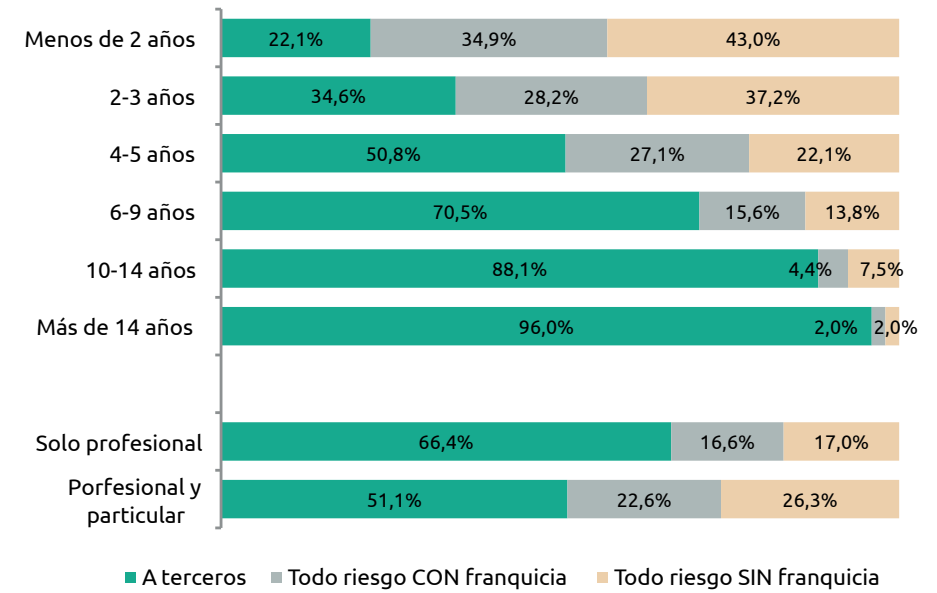


Fuente: CVO

La opción del seguro a terceros vuelve a ganar varias décimas porcentuales en el segmento de los automóviles corporativos en relación al año anterior, en detrimento del resto de modalidades, con un descenso superior al 1% del todo riesgo con franquicia. No obstante, no son variaciones realmente significativas.

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

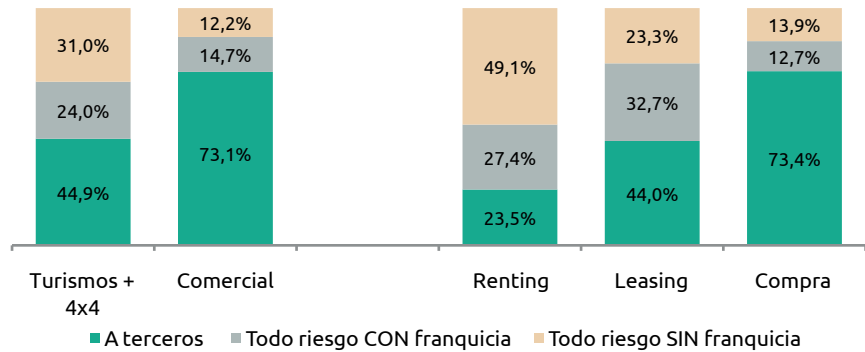


Fuente: CVO

El seguro a terceros acapara 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 77,9% 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



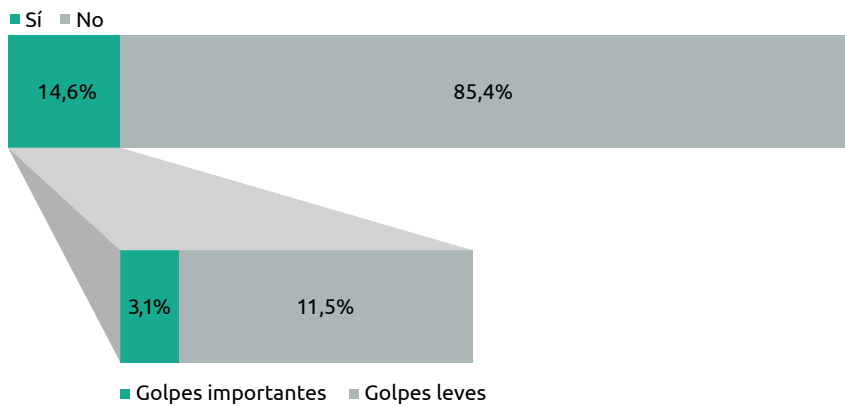
Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, los comerciales optan por el seguro a terceros en el 73,1% de las ocasiones, opción más demandada también por casi el 45% de los turismos y todoterreno.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 73,4% 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 (44%), mientras que la modalidad de renting opta por el todo riesgo sin franquicia en el 49% de los casos.

D. Accidentes

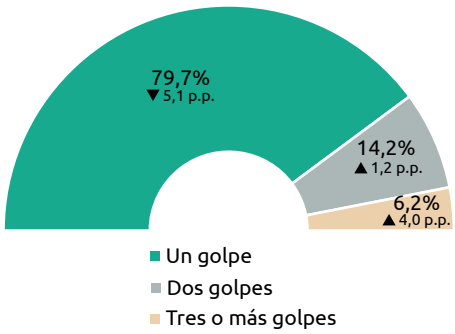
Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2014 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2014)



Fuente: CVO

Sólo el 14,6% de los conductores tuvo al menos un accidente en 2014. Solo el 3,1% revistió gravedad, mientras que el 11,5% fueron golpes leves.

Gráfico VI.16: Número de accidentes / roces

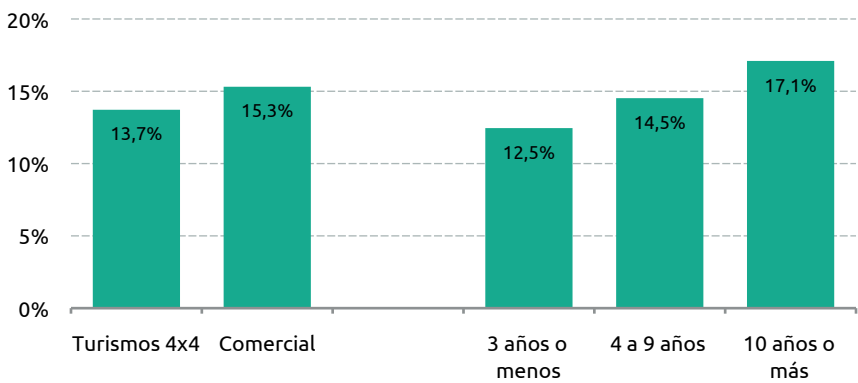


Fuente: CVO

La mayoría de los conductores implicados en un golpe no volvieron a sufrir un percance en el año (79,7%), mientras que el 14,2% tuvieron dos golpes, lo que supone un aumento de 1,2 puntos porcentuales. El 6,2% se vio implicado en tres o más accidentes, la franja que más subida registra.

E. Tasa de accidentes

Gráfico VI.17: Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo

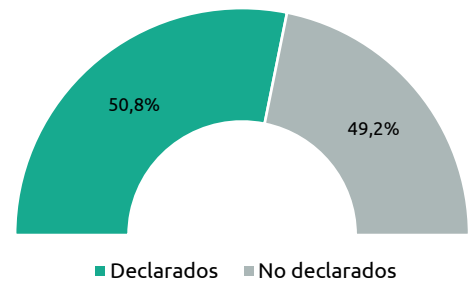


Fuente: CVO

Los vehículos con mayor tasa de accidentes son los comerciales (15,3%), frente al 13,7% protagonizado por los turismos y 4x4. El mayor uso realizado por los primeros puede explicar la diferencia. La antigüedad es un factor determinante en las causas de los percances, ya que los vehículos con más de una década alcanzan un 17% de siniestralidad, 2,6 puntos por encima de los que tienen una antigüedad media y 4,6 puntos más que los de reciente fabricación.

F. Accidentes declarados al seguro

Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro

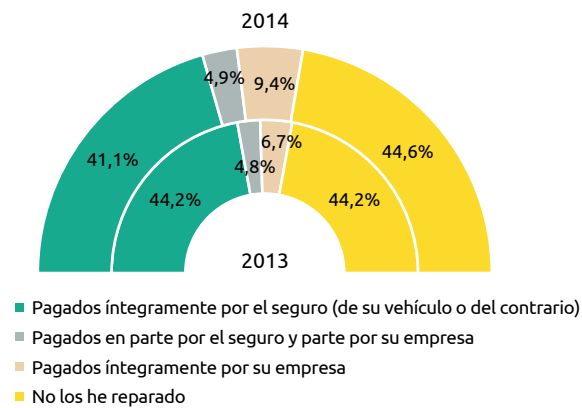


Fuente: CVO

Casi la mitad de los accidentes no derivó en reclamación a la compañía aseguradora, bien porque apenas revestían importancia mecánica bien por evitar un aumento en la prima.

G. Responsable del coste de reparación

Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2014 Vs. 2013

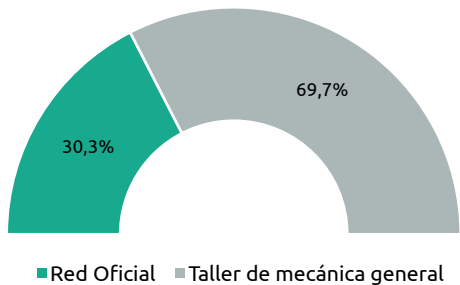


Fuente: CVO

El porcentaje de golpes que no son reparados creció 2,4 puntos porcentuales en relación al pasado año, mientras que los que los que son pagados íntegramente por las compañías aseguradoras descienden 3,1 puntos. El 9,4% de los siniestros fueron abonados por la propia empresa propietaria del vehículo.

H. Lugar de reparación de los daños

Gráfico VI.20: Elección del lugar de reparación

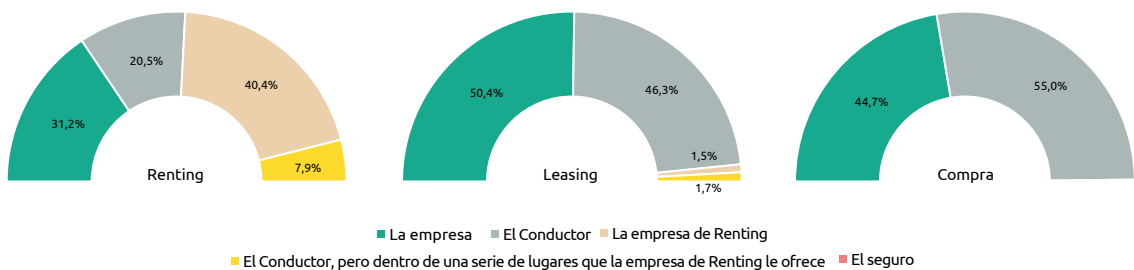


Fuente: CVO

Los talleres independientes son la opción preferida para realizar las reparaciones, ya que apenas 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, el 40,4% de los casos es elección del operador, mientras que en los de compra elige casi a partes iguales entre la empresa y el conductor, con ligero predominio de este último (55%). En los automóviles de leasing la empresa impone su criterio en la mitad de las ocasiones.



CAPÍTULO VII

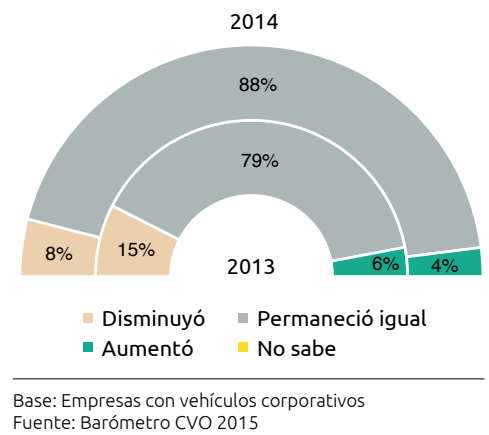
**Barómetro
CVO**

07

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. Crecimiento anual de la flota

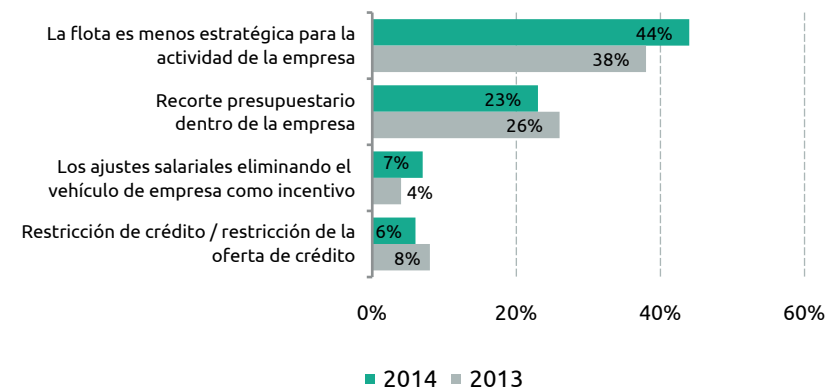
Gráfico VII.1: Evolución de la flota de renting en 2013 y 2014



La estabilidad vuelve a ser un año más la tendencia predominante en las flotas corporativas de renting, después de que en 2014 nueve de cada diez compañías optaran por conservar el número de vehículos. Aunque el porcentaje de empresas que decidió aumentar el tamaño de su parque perdió dos puntos porcentuales en relación con 2013 (4% frente al 6%), la nota positiva se observa en las reducciones del mismo, que prácticamente caen a la mitad en comparación con el ejercicio precedente (del 15% al 8%).

B. Barreras al crecimiento de flotas

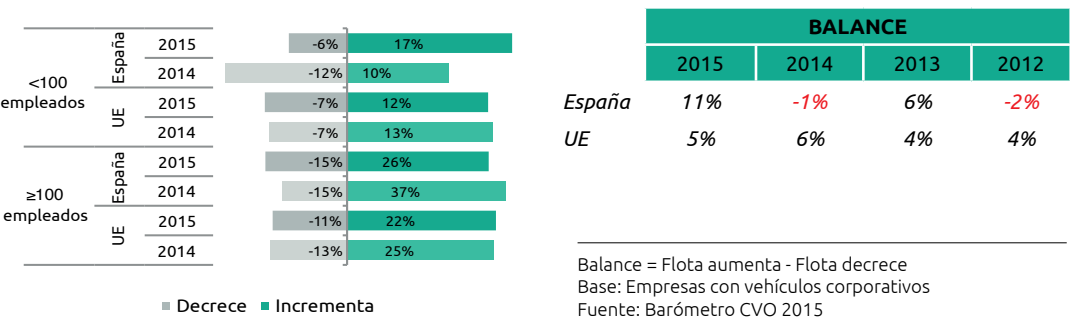
Gráfico VII.2: Factores más influyentes que impiden el crecimiento de la flota en 2014 y 2013



La pérdida de peso estratégico de las flotas dentro de la actividad de las compañías vuelve a ser la principal razón aducida por el 44% de las firmas consultadas para descartar un aumento de tamaño. Pese a todo, la tendencia positiva que experimenta la economía española se refleja en la disminución de los recortes presupuestarios en las firmas, que caen tres puntos porcentuales, mientras que las restricciones de crédito sólo son importantes para el 6%.

C. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2018

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



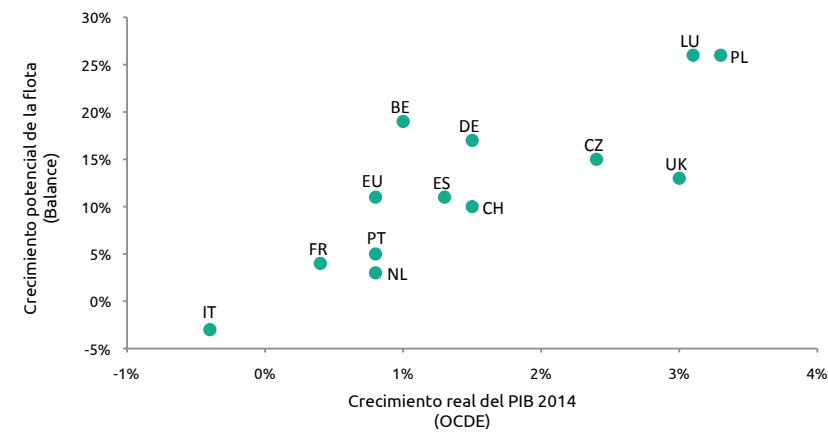
Las expectativas de las empresas españolas recuperan el optimismo para el próximo trienio, después de las malas perspectivas recogidas en el anterior Barómetro CVO. El 17% de las entidades con menos de cien empleados prevé un aumento de su flota hasta 2018, frente al 10% registrado en el ejercicio previo, mientras que el 26% de las de mayor tamaño también piensa incrementar su parque de vehículos. Estas cifras se traducen en un balance positivo de 11 puntos porcentuales, que contrasta con el 1% negativo registrado en 2014.

El final de la contracción viene certificado también por el número de sociedades de menos de cien empleados que piensa que reducirá su flota, que cae a la mitad en comparación con las estimaciones recogidas en 2014 y que se sitúa en consonancia con el resto de la Unión Europea. Las perspectivas en las grandes compañías no sufren variaciones.

En el ámbito continental, sólo el 7% de las empresas de menor tamaño prevé reducir su flota, el mismo porcentaje que el ejercicio anterior, mientras que en las grandes cae un 2% el número de las que cree que disminuirá el número de sus vehículos.



Gráfico VII.4: Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2014 - Empresas de 100 o más empleados



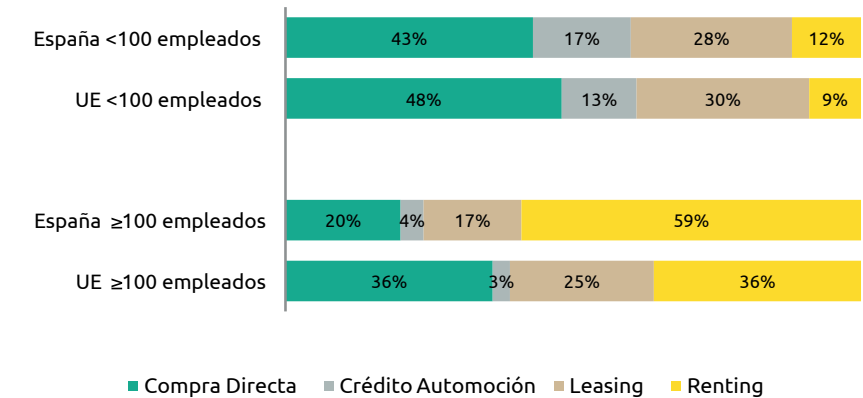
Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el crecimiento experimentado en el PIB (2014) por los países, muestra una relación directa y positiva entre ambas. Es decir, cuanto más aumenta el PIB en el país, más mejoran las previsiones de las empresas en relación al aumento de la flota y viceversa. De esta conclusión hay que excluir a las empresas de menos de 100 empleados, las cuales no se ajustan a esta relación directa.

II. FINANCIACIÓN

A. Métodos de financiación de flotas

Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación



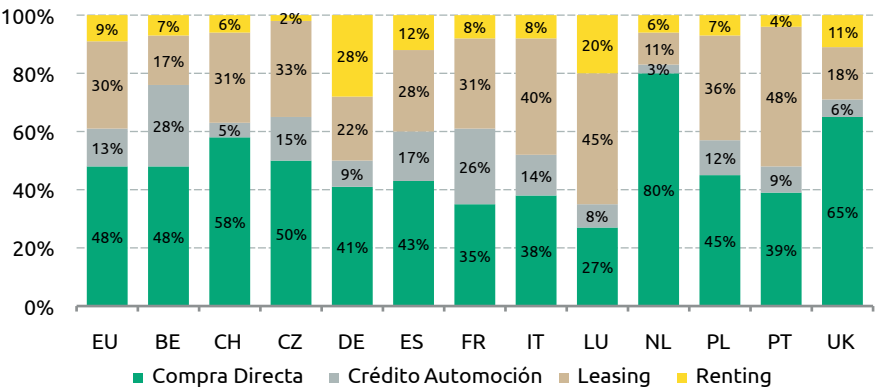
(*) Compra directa: compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción)
Datos consolidados según promedio de tres años.

Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

El 59% de las empresas españolas de cien o más empleados se decanta un año más por el renting como fórmula preferida para financiar las compras de vehículos corporativos. En el caso de las compañías europeas la opción del renting cuenta con la misma aceptación que la compra directa (36%). En el caso de las entidades de menor tamaño la situación es casi inversa. La compra directa es la principal opción para casi la mitad de las mismas (43% en el caso español y 48% en el europeo), mientras que el leasing se mantiene como la segunda elección más demandada con porcentajes muy similares entre España y Europa (28% y 30% respectivamente).

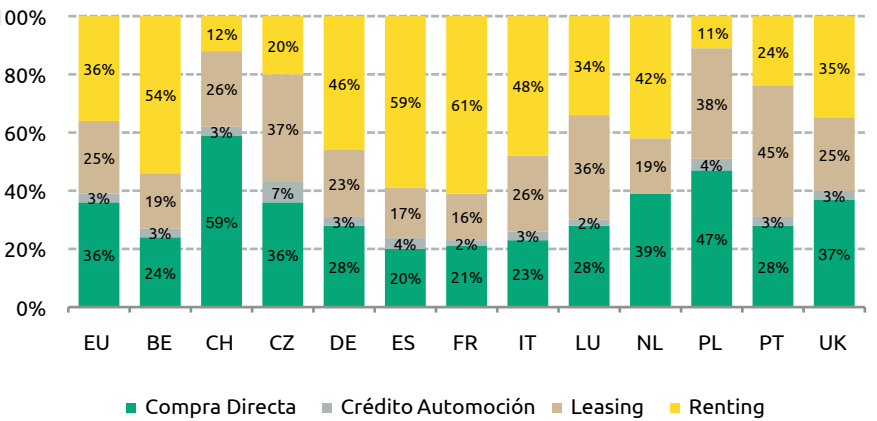


Gráfico VII.6a: Principales métodos de financiación en empresas de menos de 100 empleados según países



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

Gráfico VII.6b: Principales métodos de financiación en empresas de 100 o más empleados según países



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

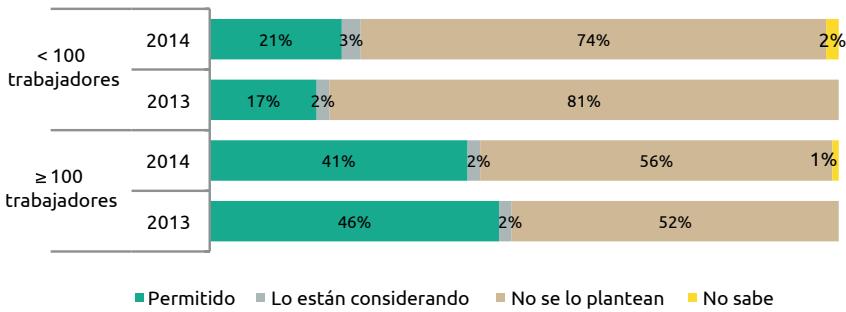
El renting es la opción más utilizada para la adquisición de vehículos por parte de las grandes compañías de países europeos como Francia (61%), España (59%) e Italia (48%), así como en Bélgica (54%), mientras que la venta directa se impone en Suiza (59%) y Polonia (47%). Portugal (45%) y la República Checa (37%) optan por el leasing. La compra directa se impone mayoritariamente entre las firmas de menos de cien empleados de Holanda (80%) y el Reino Unido (65%), mientras que las empresas danesas de este segmento son las que más optan por el renting (28%). El leasing es la opción más demandada en Portugal (48%) e Italia (45%) entre las pymes.

(*) Compra directa: compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción). Datos consolidados según promedio de tres años.

III. POLÍTICA DE FLOTA

A. Uso privado del vehículo de empresa

Gráfico VII.7: Uso privado del vehículo de empresa



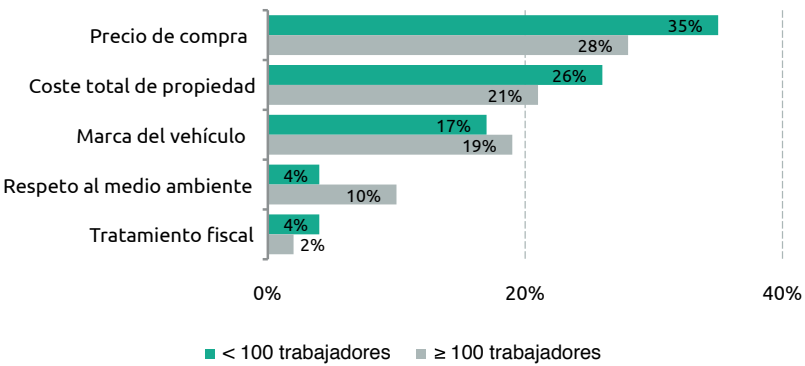
Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

El uso del vehículo de empresa para fines privados tiene más aceptación en las grandes compañías, que ofrecen este beneficio al trabajador. El 74% de las firmas de menos de cien empleados no se plantea esta política, aunque el porcentaje ha descendido siete puntos porcentuales en relación al ejercicio precedente, y sólo el 21% la permite, un 4% más.

Por su parte, el 41% de las compañías de mayor tamaño permitió en 2014 el uso del vehículo corporativo para otros fines, un 5% menos que en 2013, y crece en similar proporción el porcentaje de las que no se plantean que sea usado fuera del ámbito empresarial.

B. Criterio en la elección del vehículo de empresa

Gráfico VII.8: Principales criterios seguidos para elegir un vehículo de empresa

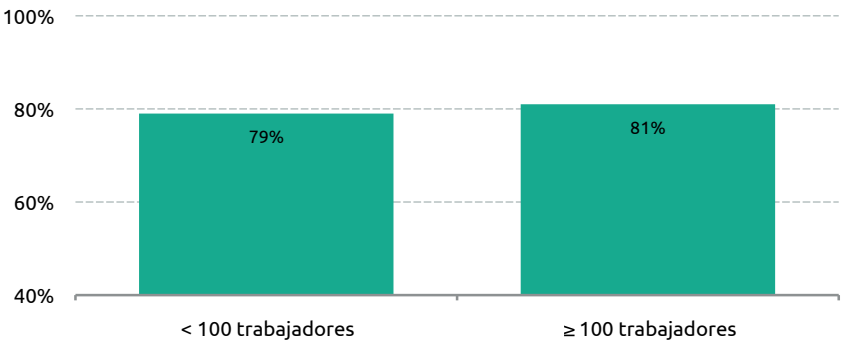


Base: Empresas con vehículos corporativos.
Fuente: Barómetro CVO 2015

El precio de compra vuelve a ser el factor más importante a valorar para el 35% de las compañías de menor tamaño y para el 28% de las más grandes para adquirir un vehículo, seguido por el coste total de la propiedad, que implica al 26% de las pequeñas firmas y al 21% de las de cien o más empleados. La marca del coche es el primer criterio a tener en cuenta para el 19% de las compañías de mayor tamaño y el 17% de las pequeñas, mientras que los aspectos medioambientales y fiscales apenas son prioritarios para el 4% de las pequeñas, mientras que el 10% de las de mayor tamaño valora el respeto al medio ambiente a la hora de efectuar su elección.

C. El valor añadido del renting

Gráfico VII.9: Empresas que consideran que el renting ofrece un valor añadido y ahorro claramente superior a la compra directa / crédito automoción



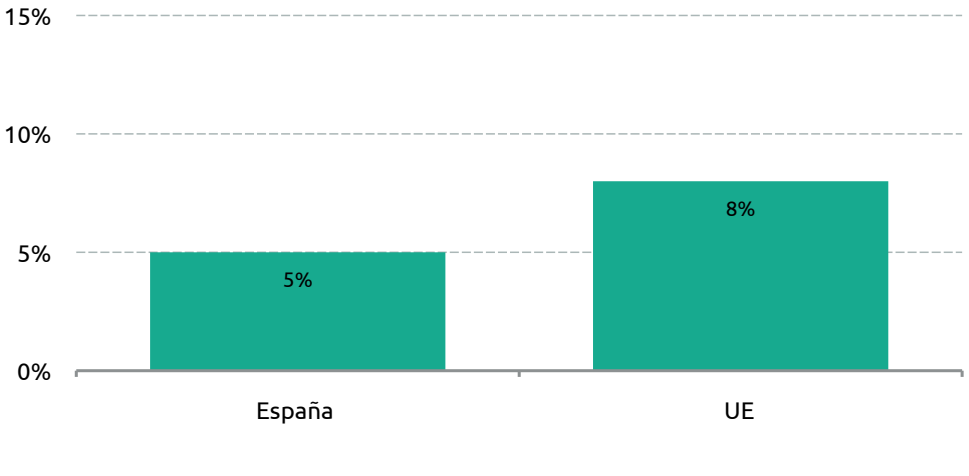
Base: Empresas que utilizan Renting.
Fuente: Barómetro CVO 2015

La valoración que las empresas hacen del renting no está afectada por su tamaño. El 79% de las de menos de cien empleados lo considera una modalidad que aporta un claro valor añadido y un ahorro de costes sobre la compra directa y el crédito automoción, porcentaje que crece ligeramente hasta el 81% en las que superan los cien trabajadores.

IV. MOVILIDAD

A. Gestión de la movilidad en las empresas

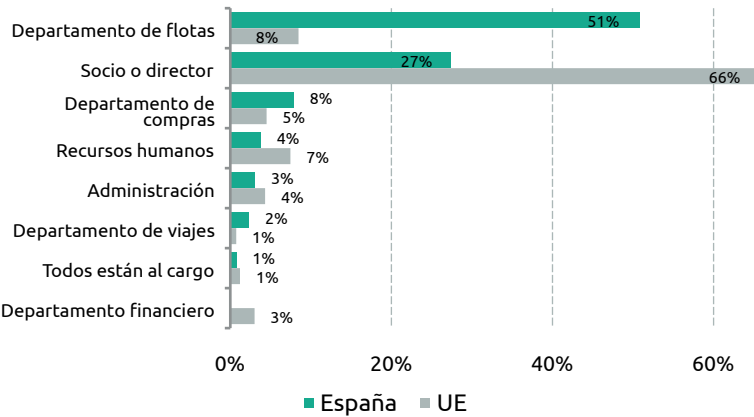
Gráfico VII.10: Empresas con departamentos específicos para la organización de viajes y movilidad



Base: Empresas con vehículos corporativos.
Fuente: Barómetro CVO 2015

La ausencia de un departamento específico para la organización de los viajes y la movilidad en las empresas españolas es frecuente. Sólo el 5% de las firmas cuenta con este apartado, mientras que la cifra crece tres puntos porcentuales en el conjunto de la Unión Europea.

Gráfico VII.11: Departamentos encargados de la gestión de la movilidad en ausencia de un departamento específico

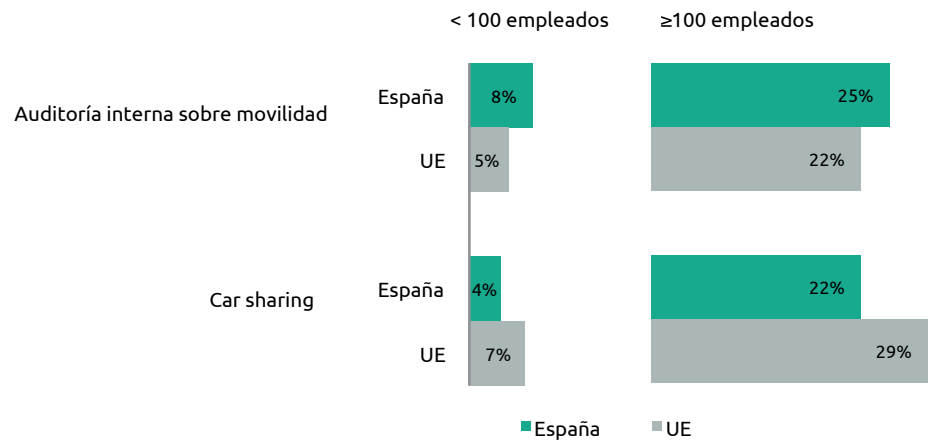


Base: Empresas sin departamento dedicado a viajes y movilidad
Fuente: Barómetro CVO 2015

El departamento de flotas es el encargado de gestionar la movilidad en la mitad de las empresas españolas que carecen de esta sección específica, mientras que los socios o directores asumen esta responsabilidad en el 27% de las ocasiones. En el ámbito europeo se da de forma inversa, siendo los directores los encargados de gestionar la movilidad en el 66% de los casos.

B. Servicios sobre la movilidad

Gráfico VII.12: Interés en servicios sobre movilidad



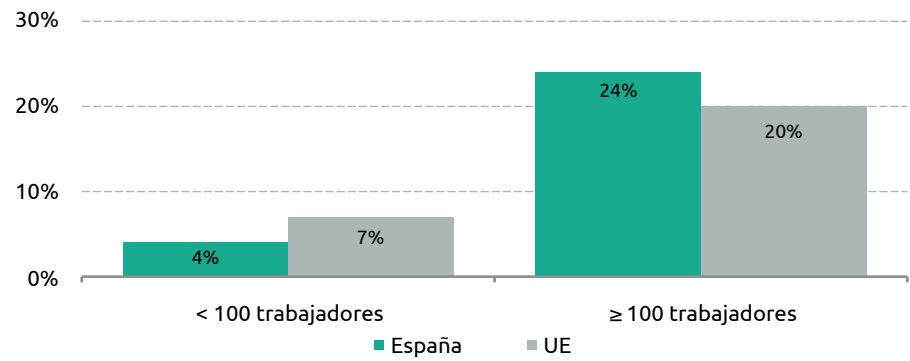
Base: Empresas con vehículos corporativos. Suma de “Ya implementado” y “Considerándolo”.
Fuente: Barómetro CVO 2015

Las empresas españolas, sobre todo las de mayor tamaño, se mantienen por encima de la media europea en el interés que muestran sobre los servicios relativos a la movilidad. El 25% de las grandes compañías se muestra proclive a la confección de auditorías internas al respecto, tres puntos porcentuales más que el resto de firmas europeas. En lo que se refiere al uso compartido de los vehículos, las empresas pequeñas muestran poco interés (4%), mientras que la aceptación entre las de más de cien empleados se sitúa en el 22%, frente al 29% en la Unión Europea.

V. TELEMÁTICA

A. Equipamiento telemático

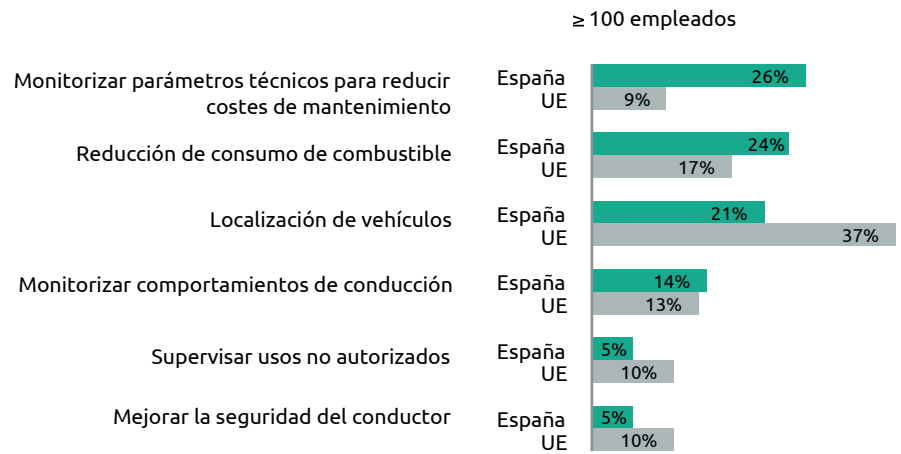
Gráfico VII.13: Uso de herramientas telemáticas



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2015

El uso de herramientas telemáticas se circunscribe principalmente a las compañías con más de cien empleados en plantilla. En 2015 el 24% de las mismas declaró utilizar estos dispositivos en sus flotas, lo que supone un gran avance en comparación con los ejercicios precedentes.

Gráfico VII.14: Finalidad principal del uso de herramientas telemáticas



Base: Empresas que usan herramientas telemáticas (base pequeña)
Fuente: Barómetro CVO 2015

Reducir los costes de mantenimiento y lograr mayor eficiencia en el consumo de combustible son las principales razones por las que las flotas españolas incorporan herramientas telemáticas en sus vehículos (26% y 24% respectivamente), seguido por la localización de los mismos (21%). Conocer la ubicación de los coches es la mayor preocupación de las firmas europeas (37%), seguida por la reducción del consumo de carburante (17%).

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 marzo de 2015.

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 2015.

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):

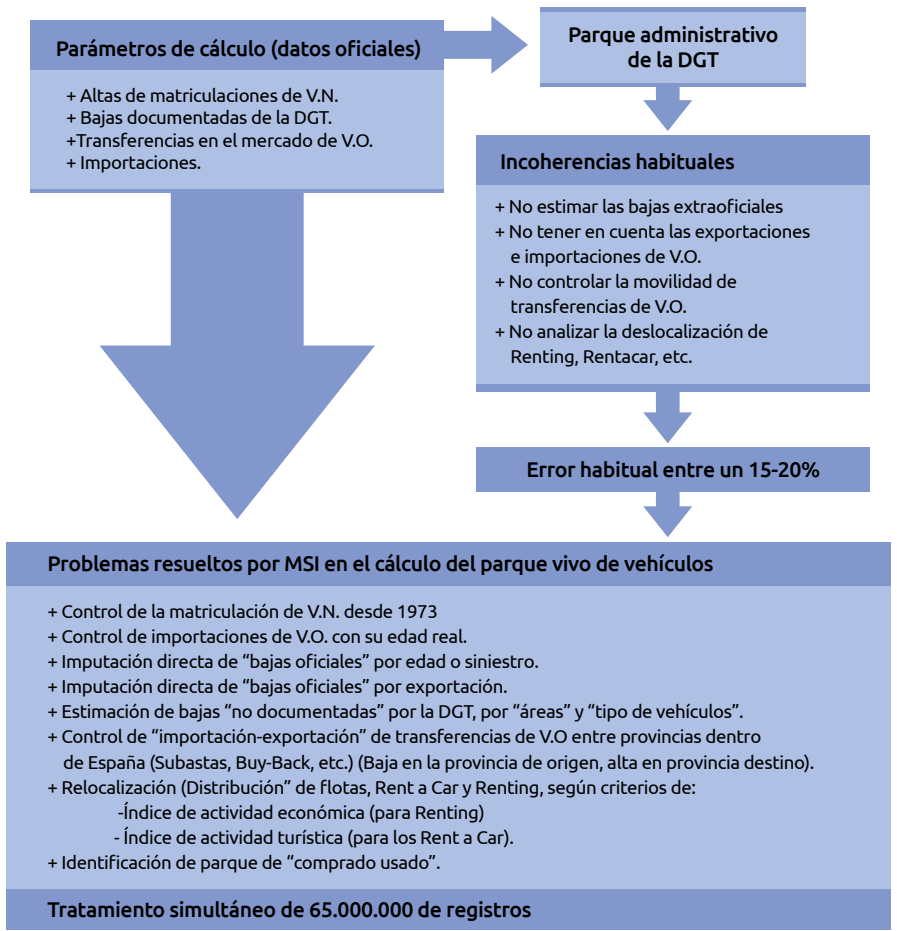
- 1) Cada ciclo de venta de un coche usado, es decir, la transmisión de un VO a un cliente final, puede estar compuesto de varias transferencias, lo que provoca posible duplicación de transferencias (ahora se evita esta duplicación cruzando los números de bastidor [VIN]).
- 2) Provoca también un posible 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 451 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 $\pm 4,7\%$ 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 45 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 2015.

En total se realizaron 2.977 entrevistas a conductores, lo que para un nivel de confianza del 95% supone un error muestral de $\pm 1,8\%$ ($p=q=50\%$).

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		9,4%
	Gerona	Tarragona		
	Huesca	Zaragoza		
ZONA 2	Albacete	Murcia		15,9%
	Alicante	Valencia		
	Castellón			
ZONA 3	Almería	Córdoba	Jaén	18,5%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
ZONA 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	8,6%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
	Cuenca	Soria	Zamora	
ZONA 5	Asturias	Lugo		10,3%
	A Coruña	Ourense		
	León	Pontevedra		
ZONA 6	Álava	Guipúzcoa	Palencia	10,1%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
ZONA 7	Madrid			16,0%
ZONA 8	Barcelona			11,2%

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: 3.632 entrevistas en Europa
- Target: responsables de flota en empresas con flota de vehículos
- Muestra local España: 315 entrevistas entre empresas de 4 segmentos
 - Empresas de menos de 10 empleados: 111
 - Empresas de 10 a 99 empleados: 64
 - Empresas de 100 a 499 empleados: 80
 - Empresas de 500 o más empleados: 60
- Cuotas: tamaño y sector
- Período de campo: primer trimestre de 2015
- 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%.

CAPÍTULO I.

Gráfico I.1: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual 12

Gráfico I.2: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución trimestral..... 12

Gráfico I.3: Inflación (IPC) - Evolución anual 13

Gráfico I.4: Inflación (IPC) - Evolución trimestral..... 13

Gráfico I.5: Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro 14

Gráfico I.6: Consumo privado - Evolución anual..... 15

Gráfico I.7: Consumo privado - Evolución trimestral..... 15

Gráfico I.8: Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares..... 16

Gráfico I.9: Consumo público - Evolución anual..... 17

Gráfico I.10: Consumo público - Evolución trimestral..... 17

Gráfico I.11: Exportaciones e importaciones - Evolución anual 18

Gráfico I.12: Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral 18

Gráfico I.13: Déficit Público 19

CAPÍTULO II.

Tabla II.1: Evolución y previsión del parque total 22

Tabla II.2: Evolución y previsión del parque por canal de distribución..... 22

Gráfico II.1: Distribución del parque en 2014 por canal de distribución (Total y Empresa) 23

Gráfico II.2: Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car 23

Gráfico II.3: Distribución del parque por edad de los vehículos - Canal empresas 24

Gráfico II.4: Emisión media de CO2 y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos 24

Gráfico II.5: Emisión media de CO2 y evolución interanual (datos en gramos por km) - Comerciales 25

Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 26

Gráfico II.7: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales 27
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 27

Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos..... 27

Gráfico II.9: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales 28

Gráfico II.10: Distribución por tipo de combustible - Total Mercado 28

Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos..... 29

Gráfico II.12: Distribución por tipo de combustible - Comerciales 29

Gráfico II.13: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado (cifras en miles) 30
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 30

Gráfico II.14: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa (cifras en miles)..... 31
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 31

Gráfico II.15: Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado (cifras en miles) 32
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 32

Gráfico II.16: Matriculaciones mensuales 2014 y 2013 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2014 Vs. 2013 en líneas) 33

Gráfico II.17: Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2014 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución mensual en líneas) 34

Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2014 y 2013 - Renting (cifras en miles) 35
(absolutos en barras y evolución 2014 Vs. 2013 en líneas)..... 35

Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado 36

Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa 37

Tabla II.5: Matriculaciones por segmento – Canal Renting 38

Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Total Mercado 39

Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado 39

Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Canal Empresa 40

Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa 40

Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible y % sobre total - Renting 41

Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting 41

Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Total Mercado 42

Gráfico II.26: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Canal Empresa 42

Gráfico II.27: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Renting 43

Gráfico II.28: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 - Total Mercado 43

Gráfico II.29: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 - Canal Empresa 44

Gráfico II.30: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 - Renting 44

Gráfico II.31: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado 45

Gráfico II.32: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado 45

Gráfico II.33: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa 46

Gráfico II.34: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa 46

Gráfico II.35: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting 47

Gráfico II.36: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting 47

Tabla II.6: Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos 48

Tabla II.7: Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales 49

Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales) 53
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas) 53

Gráfico II.38: Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado 54
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)..... 54

Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado 55
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)..... 55

Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa 56
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)..... 56

Gráfico II.41: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting 57
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)..... 57

Tabla II.8: Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado 58

Tabla II.9: Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa 59

Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos - Renting 60

Tabla II.11: Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado 61

Tabla II.12: Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa 61

Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting 62

Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado 63

Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa 64

Gráfico II.44: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting 64

Gráfico II.45: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado 65

Gráfico II.46: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa 65

Gráfico II.47: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting 66

CAPÍTULO III

Gráfico III.1: Evolución transferencias de VO - Total Mercado (cifras absolutas en miles) 70
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)..... 70

Gráfico III.2: Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos 71

Gráfico III.3: Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales 71

Gráfico III.4: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Turismos (ratio en barras y evolución interanual en línea)..... 72

Gráfico III.5: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Comerciales 73
(ratio en barras y evolución interanual en línea) 73

Tabla III.1: Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos 74

Tabla III.2: Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales 75

Gráfico III.6: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos 75

Gráfico III.7: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales 76

Tabla III.3: Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos 76

Tabla III.4: Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales 77

Tabla III.5: Ventas por cilindrada del vehículo - Turismos 78

Tabla III.6: Ventas por cilindrada del vehículo - Comerciales 78

Gráfico III.8: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos 79

Gráfico III.9: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales 80

CAPÍTULO IV

Gráfico IV.1: Implantación GPS - Comparativa 2015 vs. 2014 84

Gráfico IV.2: Implantación GPS por edad del vehículo 84

Gráfico IV.3: Implantación GPS por tipología de vehículo y método de financiación 85

Gráfico IV.4: Tipo de cambio - Manual Vs. Automático 85

Gráfico IV.5: Tipo de cambio por edad del vehículo 86

Gráfico IV.6: Tipo de cambio por tipología de vehículo y método de financiación 86

Gráfico IV.7: Tipo de pintura - Sólida Vs. Metalizada 87

Gráfico IV.8: Tipo de pintura por edad del vehículo 87

Gráfico IV.9: Tipo de pintura por tipología de vehículo y método de financiación 88

Gráfico IV.10: Integración de equipos de seguridad en el vehículo 88

Gráfico IV.11: Integración de equipos de seguridad por tipología de vehículo 89

Gráfico IV.12: Integración de equipos de seguridad por método de financiación 90

CAPÍTULO V

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2014 vs 2013 94

Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular 94

Gráfico V.3: Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2014 y 2013 95

Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación 95

Gráfico V.5: Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo 96

Gráfico V.6: Kilometraje anual por tipo de vehículo de empresa 97

Gráfico V.7: Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa 97

Gráfico V.8: Kilometraje acumulado parque empresas Vs. parque particular 98

Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo 98

Gráfico V.10: Tipo de motor parque empresas Vs. parque particular 99

Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento 99

Gráfico V.12: Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y número vehículos de empresa 100

Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2014 100

Gráfico V.14: Cambio de neumáticos por tipología de vehículo 101

Gráfico V.15: Cambio de neumáticos por método de financiación 101

Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2014 vs. 2013 102

Gráfico V.17: Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos 103

Gráfico V.18: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para cambio de neumático 103

Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2014 104

Gráfico V.20: Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo 104

Gráfico V.21: Revisión o cambio de aceite por método de financiación 105

Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2014 vs. 2013 105

Gráfico V.23: Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento 106

Gráfico V.24: Antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento para realización de mantenimiento 106

CAPÍTULO VI

Gráfico VI.1: Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo 110

Gráfico VI.2: Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación 110

Gráfico VI.3: Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación 111

Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación 112

Gráfico VI.5: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo 112

Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra 113

Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting 113

Gráfico VI.8: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra 114

Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresas - 2014 Vs 2013 114

Gráfico VI.10: Garantía según método de financiación del vehículo 115

Gráfico VI.11: Tipo de seguro parque empresas Vs. parque particular 115

Gráfico VI.12: Tipo de seguro - Comparativa 2014 Vs. 2013 116

Gráfico VI.13: Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo 117

Gráfico VI.14: Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación 118

Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2014 y tipo de accidente 118

(Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2014) 118

Gráfico VI.16: Número de accidentes / roces 119

Gráfico VI.17: Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo 119

Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro 120

Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2014 Vs. 2013 120

Gráfico VI.20: Elección del lugar de reparación 121

Gráfico VI.21: Quién elige el lugar de reparación 121

CAPÍTULO VII

Gráfico VII.1: Evolución de la flota de renting en 2013 y 2014 124

Gráfico VII.2: Factores más influyentes que impiden el crecimiento de la flota en 2014 y 2013 124

Gráfico VII.3: Evolución de la flota en los próximos tres años 125

Gráfico VII.4: Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2014 - Empresas de 100 o más empleados 126

Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación 127

Gráfico VII.6a: Principales métodos de financiación en empresas de menos de 100 empleados según países 128

Gráfico VII.6b: Principales métodos de financiación en empresas de 100 o más empleados según países 128

Gráfico VII.7: Uso privado del vehículo de empresa 129

Gráfico VII.8: Principales criterios seguidos para elegir un vehículo de empresa 129

Gráfico VII.9: Empresas que consideran que el renting ofrece un valor añadido y ahorro claramente superior a la compra directa / crédito automoción 130

Gráfico VII.10: Empresas con departamentos específicos para la organización de viajes y movilidad 131

Gráfico VII.11: Departamentos encargados de la gestión de la movilidad en ausencia de un departamento específico 131

Gráfico VII.12: Interés en servicios sobre movilidad 132

Gráfico VII.13: Uso de herramientas telemáticas 133

Gráfico VII.14: Finalidad principal del uso de herramientas telemáticas 133



PROMOVIDO POR:



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

www.observatoriovehiculoempresa.es

