

Corporate Vehicle
Observatory

CVO2016

Observatorio del vehículo de empresa



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

Depósito legal M-18145-2013

Inicio

Índice



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

CVO 2016

OBSERVATORIO DEL VEHÍCULO DE EMPRESA

[Inicio](#)

[Índice](#)

Introducción	
Artículo de Manuel Orejas , director del informe del vehículo de empresa (CVO).....	8

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

Artículo de Santiago Lago Peñas , catedrático de economía y director de GEN (universidad de Vigo)	22
I. PARQUE DE VEHÍCULOS.....	24
A. Evolución y previsión del Parque Total.....	24
B. Distribución del parque por canal de distribución	25
C. Distribución del parque por edad de los vehículos	25
D. Distribución del parque por emisiones de CO2	26
E. Distribución del parque por precio medio del vehículo.....	28
F. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución	29
G. Distribución por tipo de combustible.....	30
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO	32
A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo.....	32
B. Matriculaciones mensuales	35
C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución	36
D. Matriculaciones por segmento de vehículos.....	38
E. Matriculaciones por tipo de combustible	41
F. Matriculaciones por emisiones de CO2.....	44
G. Matriculaciones por marca del fabricante	47
H. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	52
H. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	54
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES.....	55
A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución.....	55
B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos	60
C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante	65
Artículo de Mario Armero , vicepresidente ejecutivo de ANFAC para el observatorio del vehículo de empresa.....	68

CAPÍTULO III. Mercado del vehículo de ocasión

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN.....	72
A. Evolución y previsión de las Ventas de VO	72
B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	73
C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo	74
D. Ventas de VO por tipo de combustible	76
E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	77
F. Evolución de las ventas de VO por segmento	78
G. Evolución de las ventas de VO por cilindrada	80
H. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante	81

CAPÍTULO IV. Equipamientos

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO	86
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas.....	86
B. Dispositivos telemáticos	87
C. Medios de pago	89
II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD.....	90
A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad	90
B. Cuota de integración de los equipamientos de seguridad por tipología de vehículo.....	91
C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de seguridad en función del método de financiación	92

CAPÍTULO V. Mantenimiento

I. INTRODUCCIÓN.....	96
A. Kilometraje anual.....	96
B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	97
C. Kilometraje anual por tipo de vehículo	99
D. Kilometraje en el contador.....	99
E. Tipo de motor	101
F. Contrato de mantenimiento.....	101
II. NEUMÁTICOS	102
A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2015.....	102
B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo	103
C. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación.....	103
D. Lugar de reparación.....	104
E. Decisión de la elección del taller	105
F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	105
III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	106
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2015.....	106
B. Por tipología de vehículo	106
C. Según método de financiación	107
D. Lugar de reparación.....	107
E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento.....	108
F. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento	108

Artículo de Juan Antonio Sánchez Torres , presidente de Ganvam.....	110
--	-----

CAPÍTULO VI. Daños y reparaciones

I. REPARACIONES	114
A. Entradas al taller según edad del vehículo.....	114
B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación	114
C. Entradas al taller según edad y método de financiación	115
D. Lugar de realización de la reparación.....	116
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo	117
II. GARANTÍA.....	118
A. Vehículo en garantía.....	118
B. Garantía en función del método de financiación del vehículo	119
III. SEGURO.....	119
A. Tipo de seguro.....	119
B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo.....	121
C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y financiación	122
D. Accidentes.....	122
E. Tasa de accidentes	123
F. Accidentes declarados al seguro.....	124
G. Responsable del coste de reparación.....	124
H. Lugar de reparación de los daños	125
I. Responsable de la elección del lugar de reparación	125

CAPÍTULO VII. Barómetro CVO

I. ASPECTOS DE LA FLOTA	128
A. Tamaño de la flota	128
B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2019	129
II. FINANCIACIÓN	131
A. Métodos de financiación de flotas.....	131
III. MOVILIDAD.....	133
A. La importancia de la movilidad en el empleado	133
IV. TELEMÁTICA.....	134
A. Equipamiento telemático	134
Artículo de Enrique Dans , profesor de innovación en IE Business School	136
V. VEHÍCULOS AUTÓNOMOS	138
A. Aceptación del vehículo autónomo	138
B. Mejora de la seguridad.....	138
C. Futuro del vehículo semi-autónomo.....	139

Movilidad: un nuevo puzzle por armar

Telemática, carsharing, carpooling, coche conectado, vehículo autónomo... todos estos términos que de un tiempo a esta parte se han convertido en casi cotidianos son en realidad piezas de un puzzle que se agolpan todavía desordenadas en el tablero de la movilidad bajo un mismo hilo conductor: la tecnología de la información.

Pongámonos en contexto. Desde que todos y cada uno de nosotros llevamos un ordenador en el bolsillo en forma de teléfono inteligente, la tecnología e Internet han entrado en todos los lugares imaginables: hogares, empresas, comercios y, cómo no, en los vehículos, revolucionando completamente nuestra forma de comunicarnos, de consumir productos y servicios.

Toda esa información, que se almacena y procesa, permite a las empresas tomar decisiones comerciales dando en la diana, es decir, anticipándose para ofrecer soluciones que se adapten exactamente a lo que los usuarios necesitan antes incluso de que ellos mismos sean conscientes de esa necesidad.

Nuestras preferencias cuando realizamos encuestas, cuando entramos en webs, el WiFi de nuestros móviles, nuestros movimientos en las redes sociales, las rutas que metemos en el navegador, las visitas al taller... los usuarios estamos constantemente generando información y curiosamente, el sector automoción es la segunda industria por generación de datos. Porque los coches, a través de los pasos de sus conductores, también hablan.

Miles de millones de kilómetros de información en tiempo real permiten desarrollar aspectos clave como la seguridad, ajustando al milímetro el diseño de cada pieza, lo que genera economías de escala que hacen posible hoy ofrecer servicios en serie que hace años eran impensables, ¿verdad que si hace apenas una década nos dicen que hoy los coches aparcarán solos nos hubiese costado cierto trabajo creerlo?

Sin embargo, como estamos viendo, los fabricantes sólo recogen información por parte de los usuarios, ¿no nos estamos dejando por el camino fuentes de mucho valor como las que atesoran los intermediarios, los proveedoras de servicios, para entendernos?

Desde que las empresas recurren a la tecnología para ser más eficientes y para garantizar la seguridad de sus trabajadores, a través por ejemplo de las herramientas telemáticas, la conectividad y el análisis de datos convierten la unidad de Business Intelligence en una pieza clave del desarrollo de negocio de los proveedores de movilidad.

Si tenemos en cuenta que un proveedor de servicios de movilidad puede contar con una cartera de más de 10.000 clientes, estamos hablando de que se manejan cantidades de datos lo suficientemente representativas y de actores sociales tan importantes como para sentar cátedra en aspectos como el ahorro de costes, las conductas de conducción o la gestión de flotas bajo conducción compartida.



¿Compartir? Siempre es difícil, pero... si las empresas participaran generosamente en este intercambio de datos, las piezas comenzarían a encajar perfectamente unas con otras en este puzzle de la movilidad: los que proporciona el coche a través de sus sensores, los que proporciona el usuario a través de sus conductas y los que proporcionan quienes son capaces de profundizar en todos los datos para sacar conclusiones, para situar toda esa información en un contexto real, anticipándose a sus consecuencias. Porque los actores sin escenario están incompletos.

A través de las páginas de este Informe del Vehículo de Empresa tratamos precisamente de analizar el escenario, de poner en valor la ingente cantidad de información que manejan las empresas y darle valor para que sea una herramienta real en la toma de decisiones. Por favor, lean y compártanlo.

Manuel Orejas

Director del Informe del Vehículo de Empresa (CVO)



[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO I

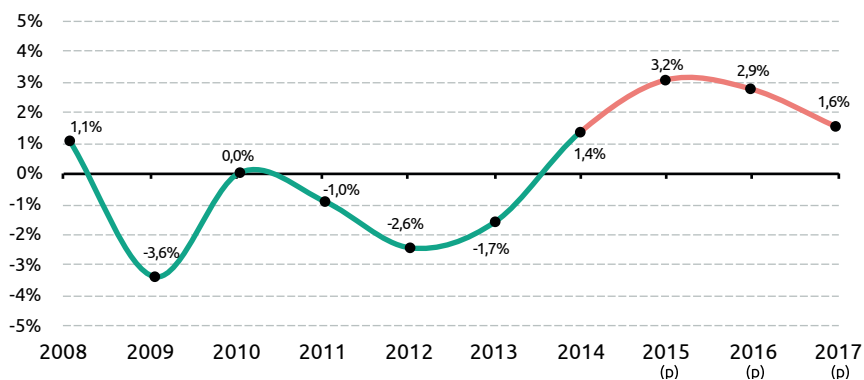
La economía española

Indicadores macroeconómicos

01

I. PIB

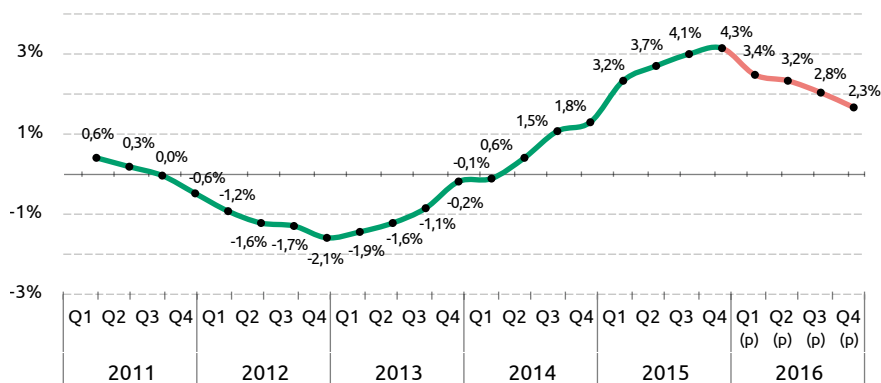
Gráfico I.1: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La economía española cerró 2015 con un alza del PIB del 3,2%, lo que supone el mayor aumento del valor añadido desde 2007. Las previsiones para los dos próximos ejercicios moderan el ritmo de crecimiento, que se anotará un avance del PIB del 2,9% en el presente ejercicio, mientras que la tendencia positiva perdería empuje en 2017, año que concluiría con una subida del 1,6%.

Gráfico I.2: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución interanual por trimestres



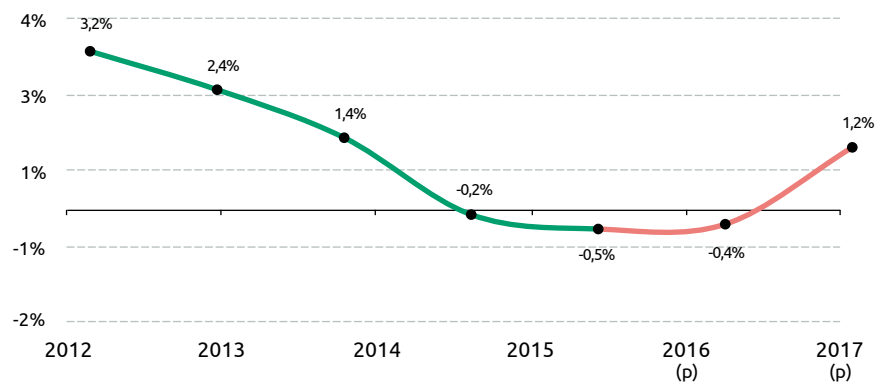
Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Durante el primer trimestre de 2016 la economía española mantuvo un comportamiento favorable en relación al resto de la zona euro apoyada en la demanda doméstica, pero continuó con la ligera ralentización iniciada en el último cuarto de 2015. Se prevé que el crecimiento trimestral se mantenga, para cerrar el año con un avance del 2,3% aunque con un perfil decreciente.



II. Inflación

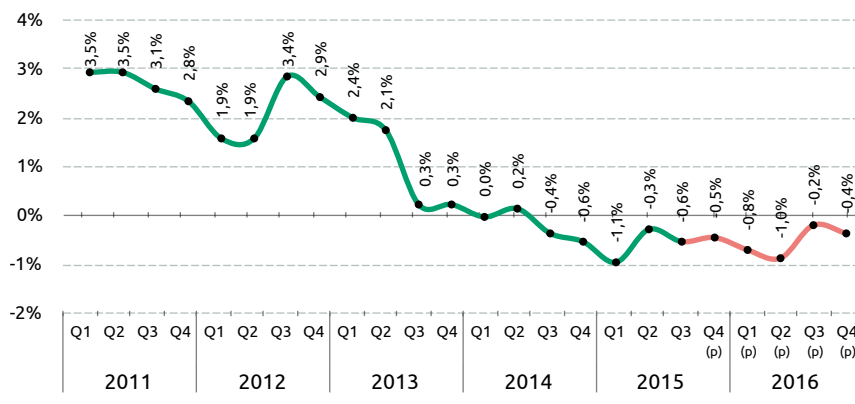
Gráfico I.3: Inflación (IPC) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

En el ámbito de los precios, los primeros meses de 2016 se han caracterizado por el retorno del IPC a tasas de variación interanual negativas como consecuencia del nuevo retroceso de los precios de la energía y de los alimentos. Atendiendo a las previsiones de evolución de los precios del petróleo se estima que la inflación permanecerá este ejercicio en cotas negativas. Las estimaciones indican que el IPC cerrará 2016 en el -0,4% para crecer hasta el 1,2% en 2017.

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

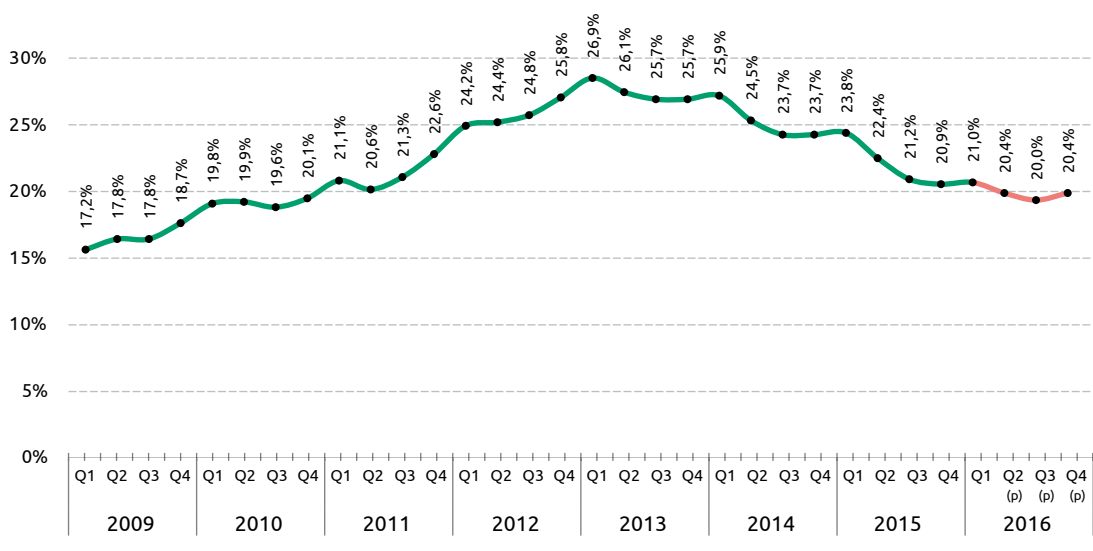


Fuente: BNP Paribas

La caída del precio de los carburantes ha tenido su mayor incidencia en el primer semestre del año, momento en el que la inflación comenzará a repuntar ligeramente. Pese a la mejora, cerrará el año en terreno negativo por cuatro décimas.

III. Empleo

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



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

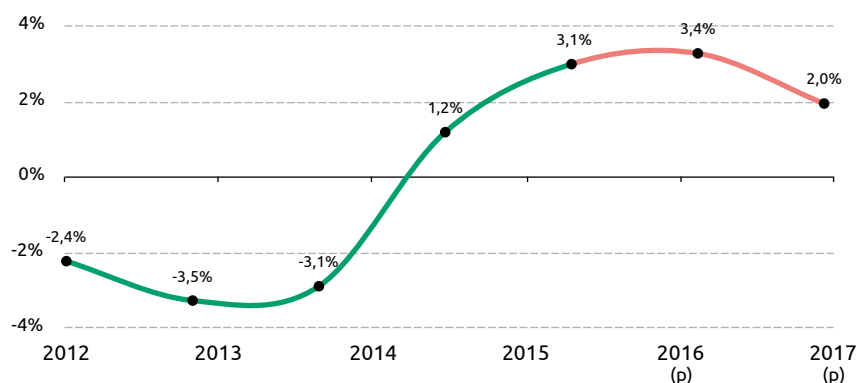
La mejora del mercado laboral español iniciada en 2014 se consolidó el pasado ejercicio, en el que la tasa de paro cerró en el 21% de la población activa, lo que supuso la creación de empleo por segundo año consecutivo. Los nuevos puestos estuvieron muy vinculados al sector servicios, sobre todo en la hostelería y el turismo. Las previsiones apuntan hacia la consolidación del descenso y sitúan la tasa de desempleo en el 20,4% a finales de 2016.





IV. Consumo Privado

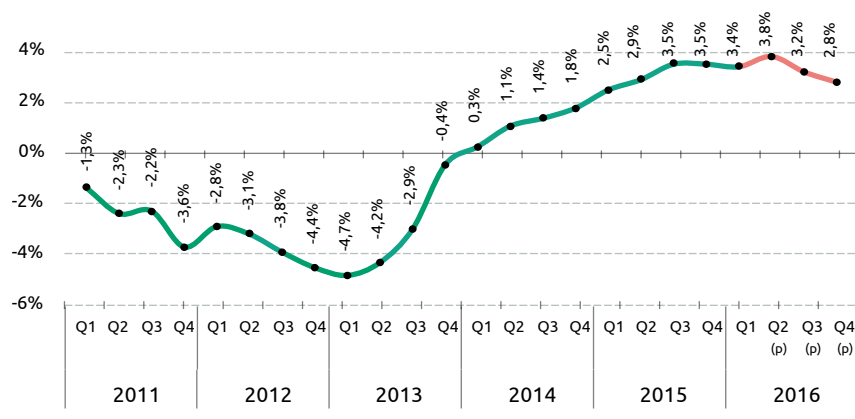
Gráfico I.6: Consumo privado - Evolución anual



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

El consumo de los hogares mantuvo su dinamismo en la parte final de 2015, donde destacó la subida de las matriculaciones de automóviles particulares y la tasa al cierre del año se situó en el 3,1%. Las previsiones apuntan a que la tasa de crecimiento se mantenga en el entorno del 3,4%, lo que colocaría a España entre los diez primeros países de la OCDE por esta variable, para moderar el avance hasta el 2% en 2017.

Gráfico I.7: Consumo privado - Evolución trimestral (tasas interanuales)



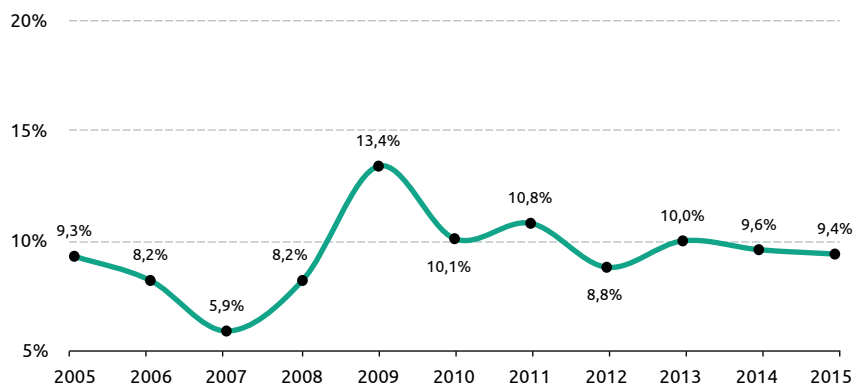
Fuente: Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La demanda doméstica se consolidó como motor del crecimiento y favoreció el dinamismo del consumo privado, que cerró 2015 con un avance interanual del 3,5%. La mejora de las condiciones financieras, en concreto con la caída de los tipos de interés de los nuevos préstamos para adquisición de vivienda y de los destinados a consumo y otros fines permitió que el empuje del gasto de las familias se prolongara en el primer trimestre de 2016. Las previsiones apuntan a que la tendencia se mantendrá en todo el ejercicio, aunque descenderá hasta tasas de crecimiento inferiores al 3% a finales del mismo.



V. Ahorro de los Hogares

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



Fuente: INE

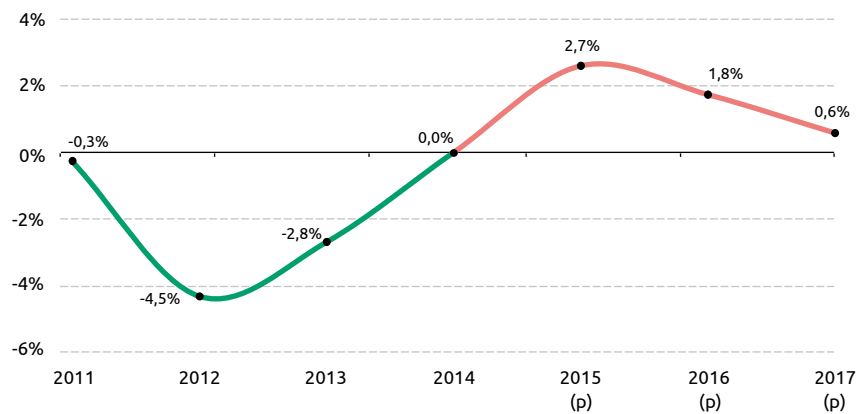
El mayor gasto de las familias propició que su renta volviera a decaer en 2015 y que los hogares sólo ahorraran el 9,4% de sus ingresos, dos décimas porcentuales menos que en el ejercicio precedente. Las buenas expectativas de que la recuperación se consolide habrían provocado que las rentas medias y altas perdieran reparos en utilizar sus ahorros, mientras que las rentas bajas todavía estarían sufriendo los efectos de la congelación salarial y en algunos casos la merma de las transferencias de las Administraciones, como por ejemplo los subsidios u otro tipo de ayudas públicas regionales o locales, lo que las obligaría a usar las reservas para llegar a final de mes.





VI. Consumo Público

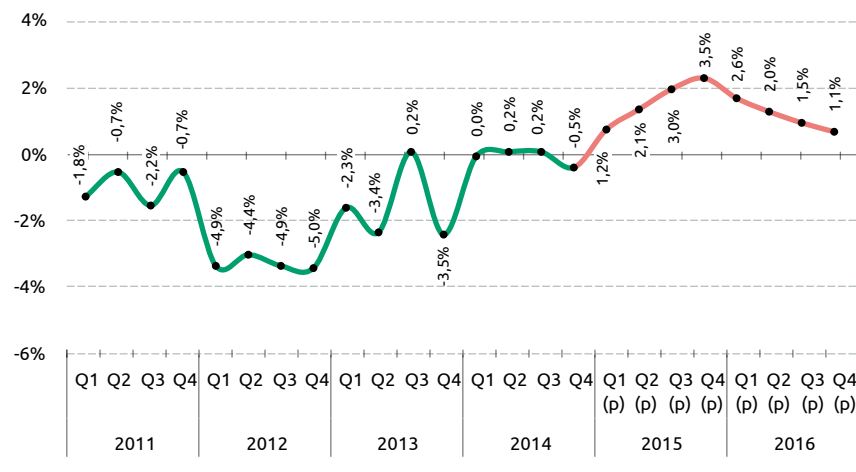
Gráfico I.9: Consumo público - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Las campañas electorales celebradas en las dos mitades del pasado ejercicio provocaron un repunte del gasto de las Administraciones Públicas que alcanzó el mayor nivel del último lustro. No obstante, la necesidad de contener el déficit para cumplir con los compromisos con Bruselas provocará un nuevo descenso en este gasto en 2016, para cerrar 2017 en tasas ligeramente superiores a 2014.

Gráfico I.10: Consumo público – Evolución trimestral (tasas interanuales)

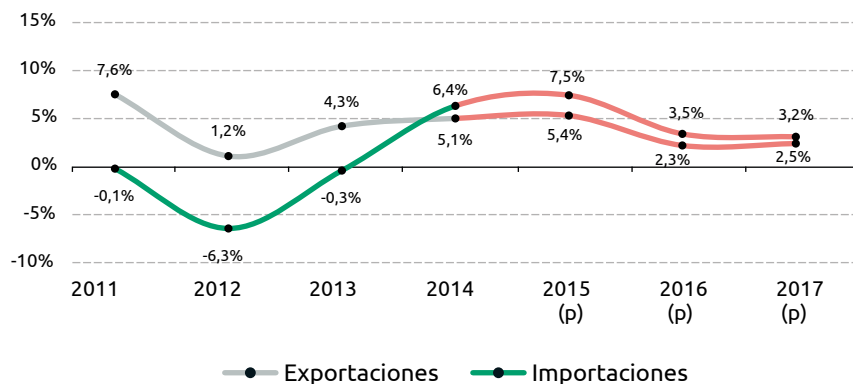


Fuente: INE, Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

El año electoral provocó aumentos de las plantillas de las Administraciones, se hizo efectiva la devolución de la paga extra aplazada a los funcionarios, mayor gasto en publicitar logros y la reactivación de los planes de inversión pública, lo que implicó que en todos los trimestres de 2015 creciera el gasto de forma aritmética. El exceso de déficit provocará un descenso de la inversión pública en 2016, más acusado en la segunda mitad del ejercicio.

VII. Exportaciones / Importaciones

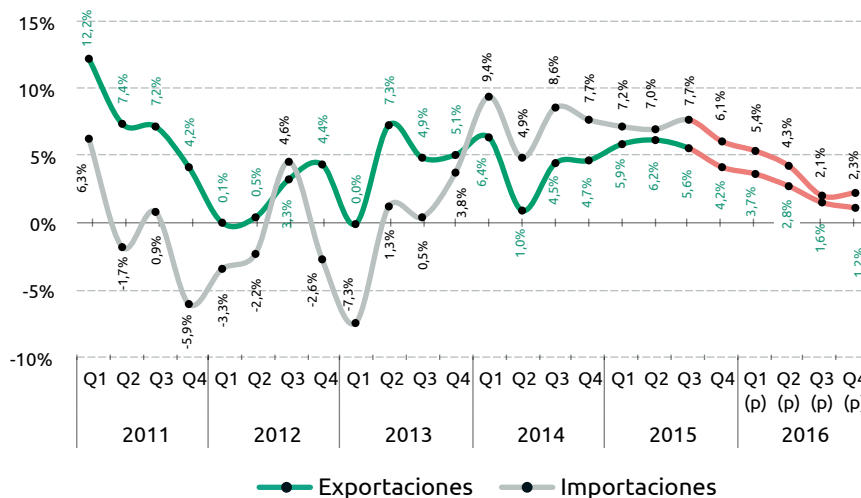
Gráfico I.11: Exportaciones e importaciones - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La caída de la demanda externa de bienes proveniente de algunas de las grandes economías emergentes fue compensada por la tendencia positiva de la mayoría de socios comunitarios, lo que mantuvo la competitividad de las exportaciones españolas en 2015 hasta alcanzar un crecimiento del 5,4%. Sin embargo, este deterioro de países como Brasil, Venezuela, India o Turquía propiciaría que en 2016 el crecimiento de las exportaciones se moderara al 2,3%, para comenzar a recuperarse en 2017 hasta el 2,5%. La compra de bienes y servicios al exterior, por su parte, habrían mantenido la senda alcista y cerrado 2015 con un aumento del 7,5%, aunque las previsiones apuntan a que moderarán su avance este ejercicio (3,5%) para sumar un 3,2% el próximo.

Gráfico I.12: Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral



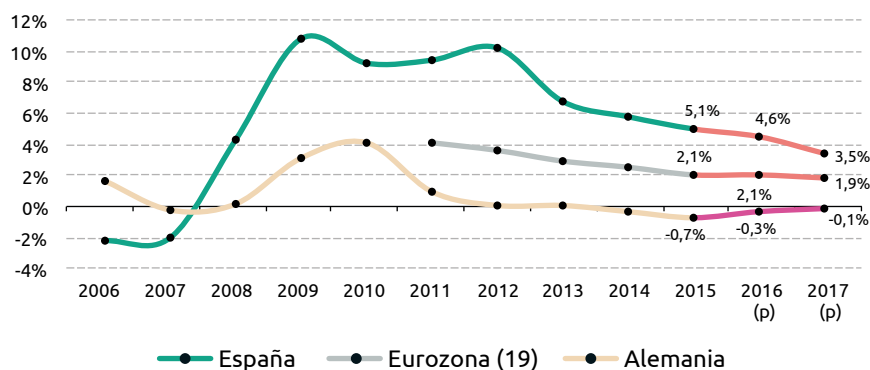
Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)



En base a las previsiones existentes para este año, en el primer semestre de 2016 las exportaciones habrían limitado su ritmo de avance como reflejo de la desaceleración de los mercados externos, tendencia que se acentuaría hasta el tercer trimestre del año para repuntar en el último, aunque el sector exterior mantendría su pujanza como motor económico. Por su parte, la cartera de pedidos externos mostró un cierto deterioro en el inicio de este ejercicio, aunque las compras de bienes duraderos llevarían a un aumento en el último trimestre, según las previsiones.

VIII. Déficit Público

Gráfico I.13: Déficit Público



Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)

España cerró 2015 con un déficit público del 5,1%, con lo que incumplió en casi un punto el objetivo marcado por la UE. En el conjunto de la Eurozona, el déficit público disminuyó del 2,4% de media en 2013 al 2,1% en 2015. Alemania, por su parte, cumplió por segundo año consecutivo con el objetivo de no generar más endeudamiento y logra un cómodo colchón para afrontar los desafíos geopolíticos.



[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO II

Mercado del vehículo nuevo

02

La evolución de la economía española sorprendentemente buena

La evolución de la economía española en 2016 ha sido sorprendentemente buena. En el primer trimestre del año, la incertidumbre política y la falta de gobierno sembraban el pesimismo en algunos Servicios de estudios. Se auguraba una ralentización del crecimiento del PIB de medio punto por causa de este factor. En el segundo trimestre no se notaba esa desaceleración, pero el gobierno y los organismos internacionales apuntaban a un crecimiento en el entorno del 2,5% para el conjunto de año. En estos momentos existe ya un amplio acuerdo entre analistas de que el Producto Interior Bruto (PIB) superará el 3% en 2016. En concreto, el último Consenso de previsiones que elabora la Fundación FUNCAS refleja una tasa del 3,1%.

A la hora de explicar este resultado hay que hablar, en primer lugar, de los llamados “vientos de cola”. La política monetaria extraordinariamente expansiva del Banco central Europeo, el precio del petróleo, o el excelente comportamiento del sector turístico, gracias en parte a la inestabilidad política que afecta a algunos de nuestros competidores, son elementos cuantitativamente muy importantes. En segundo lugar, las elecciones y la interinidad del ejecutivo central han propiciado una política fiscal claramente expansiva. Las rebajas impositivas de corte electorista y la falta de medidas de ajuste presupuestario sobre la marcha van a hacer que el déficit de 2016 sea similar al de 2015, a pesar del elevado crecimiento de la economía española. En tercer lugar, familias y empresas están gastando e invirtiendo más de lo que se aguardaba. A pesar de la incertidumbre política, unos y otras están concretando decisiones de gasto que habían sido paralizadas por la recesión. Y ello, en un contexto acceso al crédito claramente

favorable, sobre todo si se compara con la situación de “credit crunch” que nos atenazaba hace apenas un par de años; sin olvidar tampoco la mejora en las rentas familiares por la caída del paro. Finalmente, las empresas españolas están demostrando que son mejores de lo que algunos argumentaban. En un contexto de recesión económica interna, su apertura al exterior en el último quinquenio ha sido extraordinaria y exitosa. La economía española está ganando cuota de mercado a escala mundial y supone ya el 2% de los flujos exportadores.

¿Qué pasará en 2017? Todo apunta que las cosas no irán tan bien. El Consenso de FUNCAS lo sintetiza en una tasa de crecimiento del PIB que cae hasta el 2,3%. Este empeoramiento tiene que ver, sobre todo, con el agotamiento de alguno de los factores que favorecieron el crecimiento del consumo de los hogares (fundamentalmente la caída de los precios del petróleo y las rebajas en el IRPF); con una consolidación fiscal perentoria y que deberá aplicarse en 2017; en fin, con unas perspectivas menos favorables para los mercados a los que exporta España.

Cuando descendemos de nivel en el análisis y nos centramos en los dos vectores en los que los hogares concentran su capacidad de compra (vivienda y automoción), se impone la asimetría en el diagnóstico, tanto en el corto plazo como en el largo.

En el corto plazo, las cifras son claramente favorables en el sector de la automoción. Ventas y matriculaciones a niveles pre-crisis, flotas de coches en alquiler en aumento, y una demanda de vehículos de media y alta gama en reactivación reflejan la plena recuperación del sector e invitan al optimismo a cor-

to plazo. La mejora en las condiciones financieras, la obsolescencia relativamente rápida de los automóviles y el propio auge del turismo extranjero ayudan a explicar estos datos. En contraste, el sector inmobiliario está todavía en una fase de ajuste. Se registran incrementos de precios y de operaciones de compraventa, pero de manera muy desigual en las diferentes Comunidades Autónomas. Es verdad que se nota el impulso de la demanda extranjera de inmuebles, pero el exceso de obra edificada en el boom y la larga vida útil de las viviendas hace que las perspectivas de corto plazo en lo que atañe a nueva construcción sean todavía muy modestas.

En el largo plazo, la asimetría cambia. El horizonte para el sector de la automoción es más incierto, con tendencias de largo plazo que pueden alterar radicalmente el escenario actual. En lo que atañe a la compra de vehículos y en general la movilidad, la economía colaborativa modifica los parámetros tradicionales y deslinda los conceptos de uso y propiedad, aprovechando de forma más eficiente el parque de automóviles. Es muy probable que una fracción creciente de la población pase a estar dispuesta a asumir fórmulas distintas a la propiedad plena del automóvil que caracterizó el siglo XX. Alquileres puntuales o multipropiedades se irán consolidando sin pausa. Un cambio que puede acelerarse en el momento en el que se consolide y difunda el coche sin conductor: para disponer de un servicio similar hará falta menos vehículos por familia o por empresa. No obstante, esta difusión debe ir de la mano de unas infraestructuras tecnológicas (5G), urbanas y viarias muy exigentes y que va a costar desplegar en los países emergentes. Teniendo en cuenta además el peso demográfico en declive de los países hoy líderes (los europeos seremos poco más del 5% de la población mundial en un par de décadas, por ejemplo) y el incremento en la capacidad adquisitiva de los países emergentes, encabezados por China e In-



dia, el desplazamiento geográfico de los mercados centrales en lo que atañe a venta de automóviles parece inevitable. La paradoja puede ser que mientras la venta se deslocaliza, la producción retorna a los países más desarrollados. La industria 4.0 promete una relevancia decreciente de los costes laborales y, en cambio, exigencias crecientes en capital humano e infraestructuras que pueden ser mejor atendidas en los países líderes.

Santiago Lago Peñas

Catedrático de Economía y Director de GEN
(Universidad de Vigo)

I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. Evolución y previsión del Parque Total

Tabla II.1: Evolución y previsión del parque total

	2010		2011		2012		2013		2014	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	24.518.000	7,0%	24.726.683	0,9%	24.633.467	-0,4%	24.483.794	-0,6%	24.643.532	0,7%
Población	46.257.974	0,5%	46.196.278	-0,1%	46.609.652	0,9%	45.995.460	-1,3%	45.891.111	-0,2%
Densidad (veh/1000 hab)	531	6,6%	535	0,9%	529	-1,1%	532	0,6%	537	0,9%

	2015		2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	25.067.471	1,7%	25.443.483	1,5%	25.659.242	0,8%	25.866.704	0,8%	26.065.145	0,8%
Población	45.783.180	-1,4%	45.671.239	-0,2%	45.555.252	-0,3%	45.435.456	-0,3%	45.312.312	-0,3%
Densidad (veh/1000 hab)	548	2,9%	557	1,7%	563	1,1%	569	1,1%	575	1,0%

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

El parque automovilístico español mantuvo en 2015 el avance iniciado en el ejercicio precedente y superó los 25 millones de vehículos (crecimiento anual del 1,7%). La población española registró el descenso más acusado del último lustro (-1,4%) por lo que la densidad de vehículo por habitante aumentó casi tres puntos porcentuales y contabilizó 548 coches por cada 1.000 ciudadanos. Las previsiones para los próximos años refuerzan esta tendencia, que llevará al parque a superar los 26 millones de vehículos en 2019 mientras que el número de habitantes continuará reduciéndose.

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

Total	2015		2016 (p)		2017(p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	1.740.311	2,8%	1.996.875	14,7%	2.016.390	1,0%	2.030.091	0,7%	2.048.288	0,9%
Particulares	22.931.963	1,6%	23.092.071	0,7%	23.287.890	0,8%	23.481.384	0,8%	23.656.281	0,7%
Rent-a-car	395.197	5,4%	512.019	29,6%	513.779	0,3%	515.331	0,3%	521.907	1,3%

Parque de empresa	2015		2016 (p)		2017(p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	424.336	6,6%	489.234	15,3%	498.048	1,8%	505.493	1,5%	510.843	1,1%
Resto empresas	1.315.975	1,7%	1.507.641	14,6%	1.518.342	0,7%	1.524.598	0,4%	1.537.445	0,8%

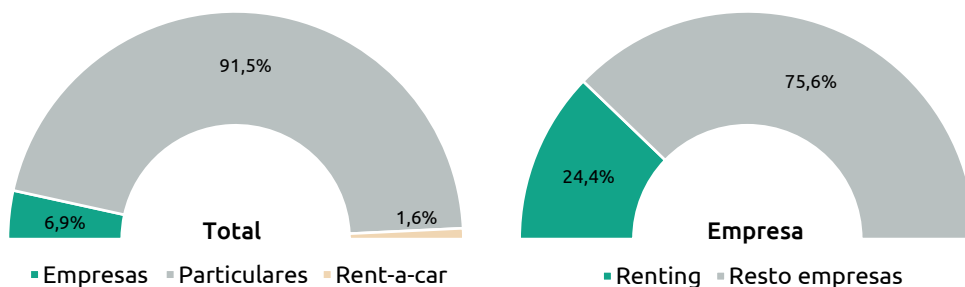
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Proyecciones (p) MSI

Los vehículos de alquiler se anotaron la mayor subida porcentual el pasado año (5,4%), aunque los pertenecientes al resto de segmentos también presentaron números positivos que se mantendrán en los ejercicios venideros. El renting registró un aumento del 6,6% en el parque de empresa y superará el medio millón de vehículos a partir de 2018.



B. Distribución del parque por canal de distribución

Gráfico II.1: Distribución del parque en 2015 por canal de distribución (Total y Empresa)

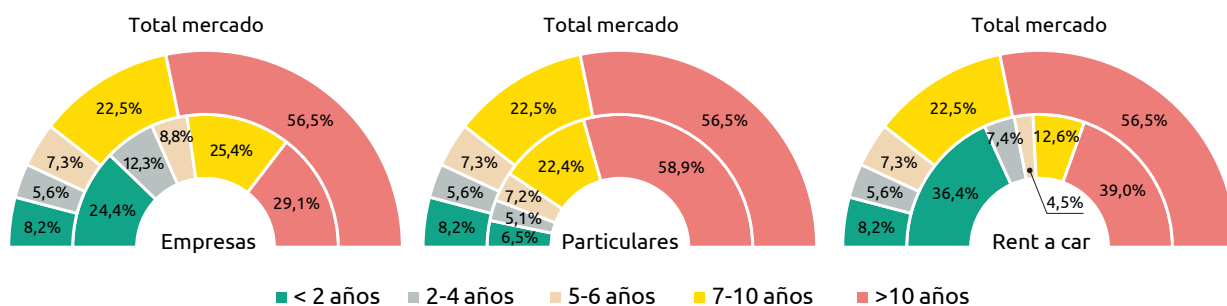


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El protagonismo del parque de vehículos en España corresponde a los particulares, que se mantiene en los porcentajes de los últimos años (91,5%). En lo referente al parque corporativo, el renting avanzó 0,9 puntos porcentuales en 2015 y suma el 24,4% 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

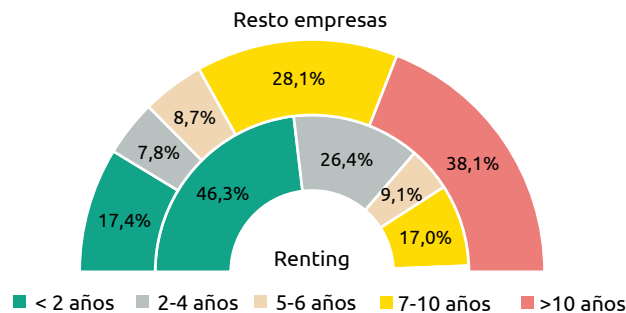


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El envejecimiento del parque automovilístico español es evidente. Más de la mitad de los vehículos que circulan por las carreteras españolas (56,5%) supera la década de vida y el 79% tiene más de siete años. No obstante, los coches con menos de dos años crecieron 1,4 puntos porcentuales en 2015 y suman el 8,2% del total.

El segmento de alquiler cuenta con el mayor número de vehículos nuevos, ya que el 36,4% de los mismos cuenta con menos de dos años y el 43,8% no supera los cuatro. En lo que se refiere a los coches de empresa casi la mitad (45,5%) cuenta con menos de seis años de vida, mientras que los particulares copan los modelos más antiguos (58,9%) y sólo el 6,5% cuenta con un vehículo de reciente adquisición.

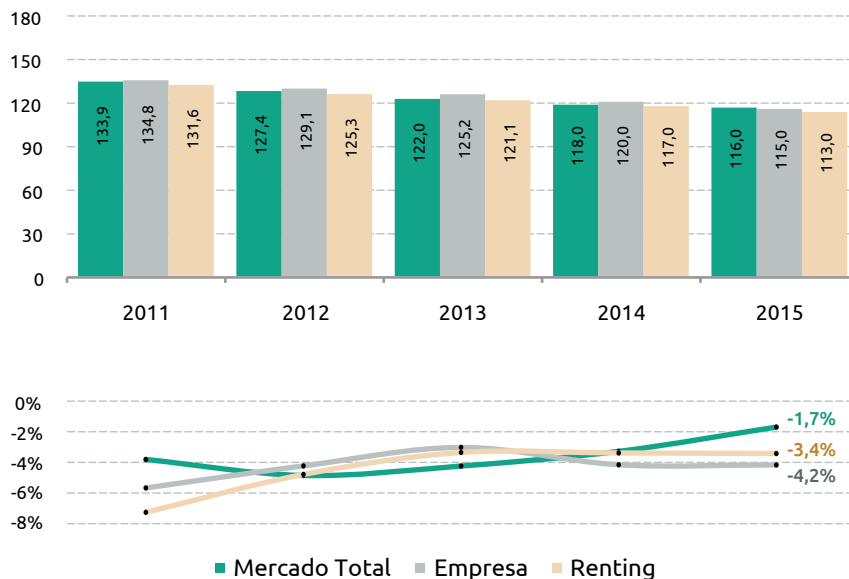
Gráfico II.3: Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

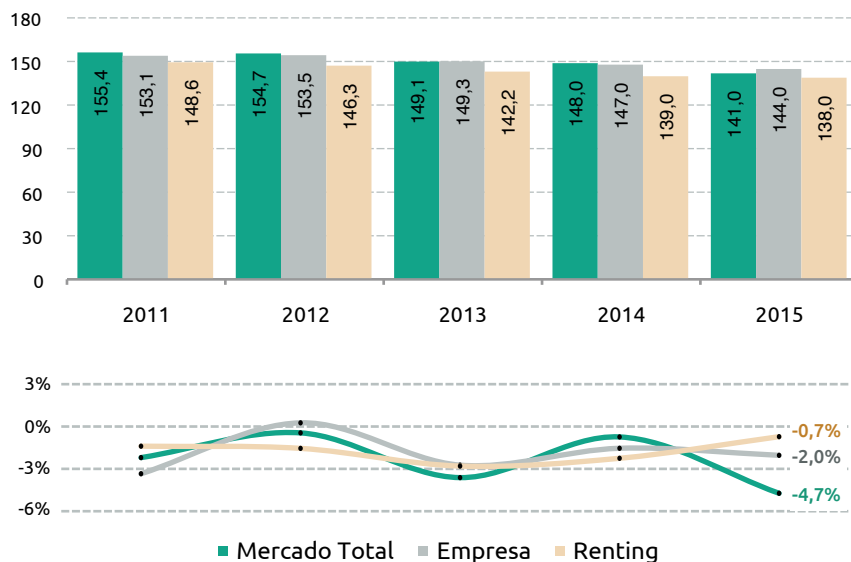
En lo que se refiere al canal de empresas, el renting se mantiene como el segmento con el parque más actualizado, ya que el 46,3% de la flota de esta modalidad tiene menos de dos años, mientras que casi el 66,2% del resto de vehículos corporativos cuenta con antigüedades superiores a los seis años.

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 continúan con el descenso registrado en los últimos años. En 2015 se situaron en 116 gramos por kilómetro, un 1,7% menos en términos interanuales. Los vehículos de renting vuelven a colocarse por debajo de la media general con 113 gramos, mientras que el canal de empresa alcanzó los 115 gramos.

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

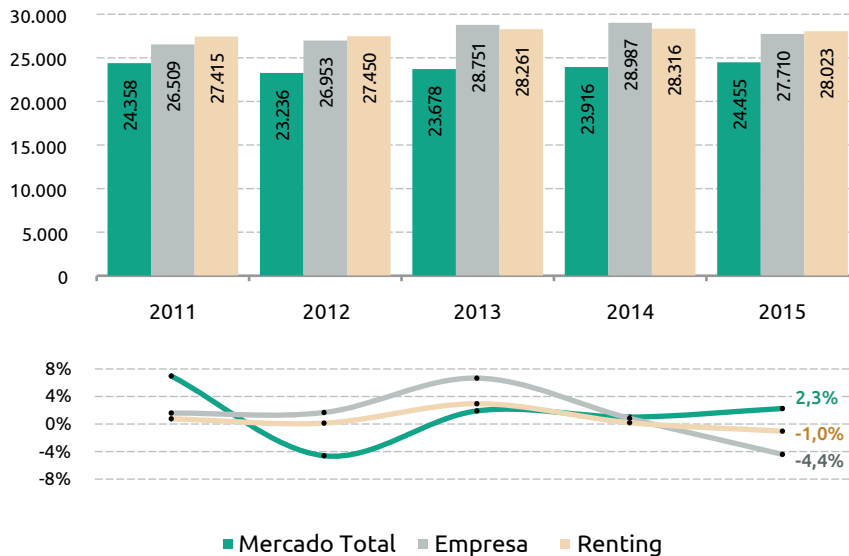
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La flota comercial también sumó un nuevo año de descenso de sus emisiones medias de CO₂, al reducir las mismas un 4,7% con respecto a 2014. La media del canal de renting se mantiene por debajo del resto del mercado en tres gramos por kilómetro, mientras que las emisiones del canal de empresa se rebajaron un 2% respecto a las del año anterior.



E. Distribución del parque por precio medio del vehículo

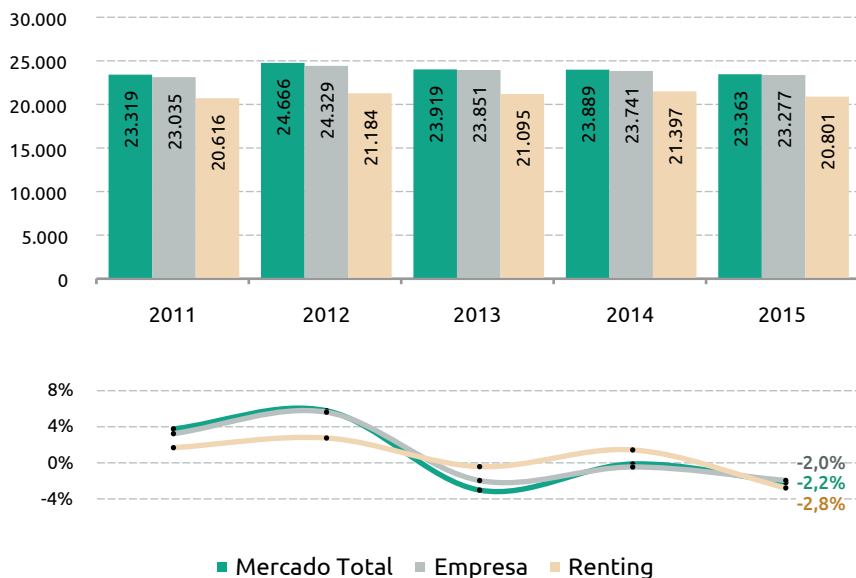
Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El precio medio del turismo (precio de venta a público pvp) que circula por las carreteras españolas alcanzó en 2015 los 24.455 euros y vuelve a crecer (2,3%) por tercer año consecutivo, con lo que se sitúa en el rango más alto desde 2011. Por el contrario, el precio medio del turismo destinado al canal de empresa se situó en 27.710 euros, lo que motivó que la inversión para adquirir un vehículo descendiera el 4,4%, mientras que los dedicados al renting rebajaron su coste medio un 1%, hasta los 28.023 euros, siendo los de mayor valía a pesar del descenso.

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

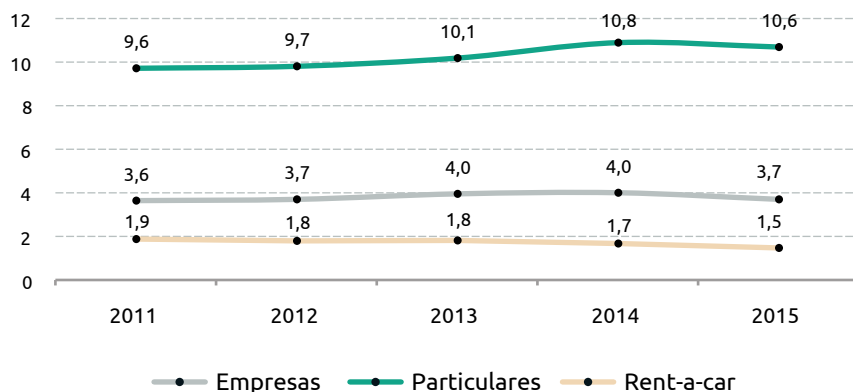


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el segmento de los comerciales el precio medio volvió a retroceder y se situó en 23.363 euros. Los comerciales dedicados al renting alcanzaron un coste medio de 20.801 euros, lo que supone una rebaja del 2,8%, mientras que la media del canal de empresa quedó cifrada en 23.277 euros, con lo que todos los segmentos se acercan a los precios medios registrados en el año 2011.

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

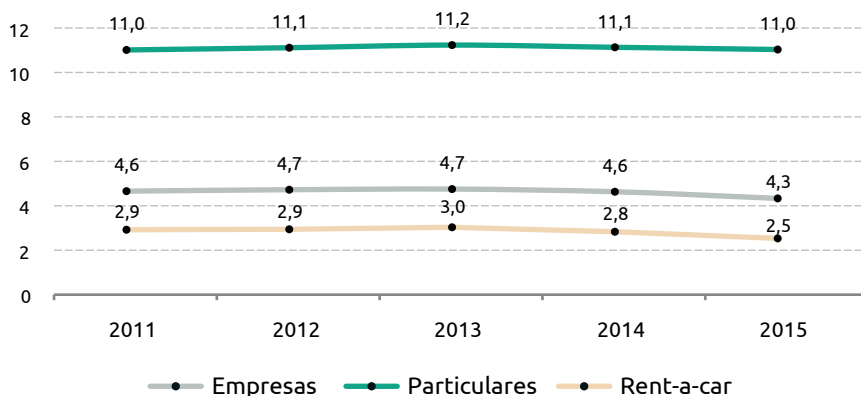
Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos



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

El tiempo medio de posesión de los vehículos descendió en 2015 en todos los segmentos. La edad de renovación de los coches pertenecientes a particulares se rebajó en dos décimas porcentuales, mismo lapso que para los de alquiler, que alcanzan los 1,5 años de media y supone la franja más baja desde el inicio de la década. Por su parte, las empresas vuelven a situar, al igual que en 2012, en los 3,7 años de media la renovación de sus vehículos.

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

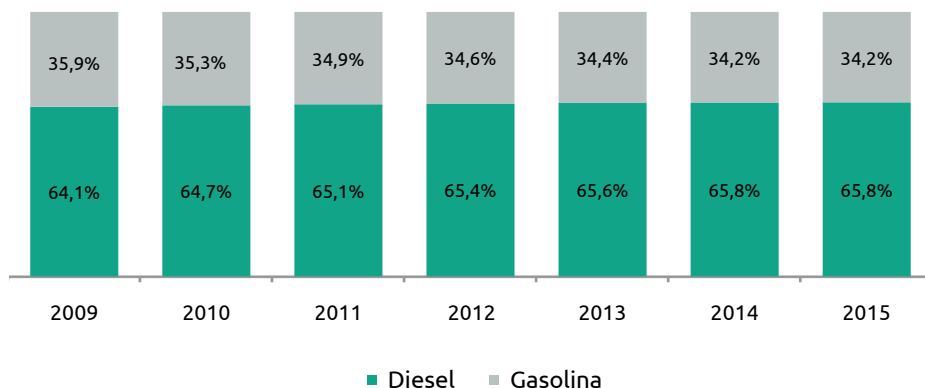


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*) En empresas se han filtrados las automatrículas y Kms 0

Los vehículos comerciales mantienen el equilibrio del último lustro, aunque los dedicados al alquiler son los que mayor variación (a la baja) han registrado en el tiempo medio de posesión, que se situó en 2,5 años en 2015. Para los de empresa la media de renovación desciende hasta los 4,3 años, la más baja desde el inicio de la década. En el caso de los particulares, la media se mantiene en los 11 años, siendo el canal más lento en rebajar la edad media de posesión.

G. Distribución por tipo de combustible

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

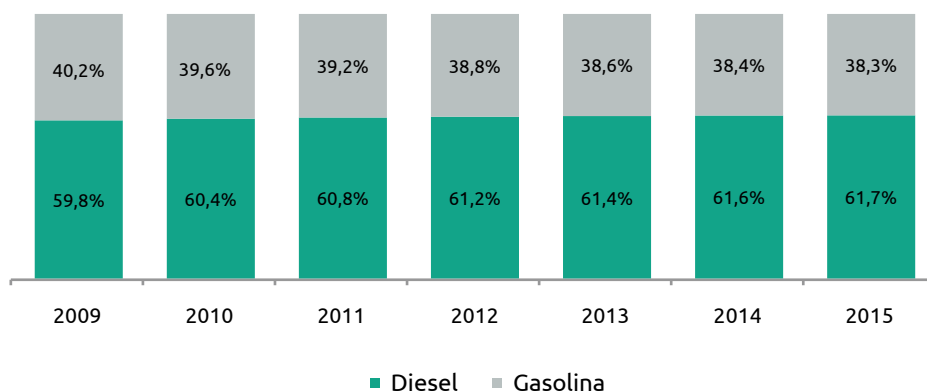


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



Los vehículos diésel mantienen la hegemonía en España, con una cuota de mercado del 65,8%, mismo porcentaje que el ejercicio precedente, frente al 34,2% que utiliza 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.

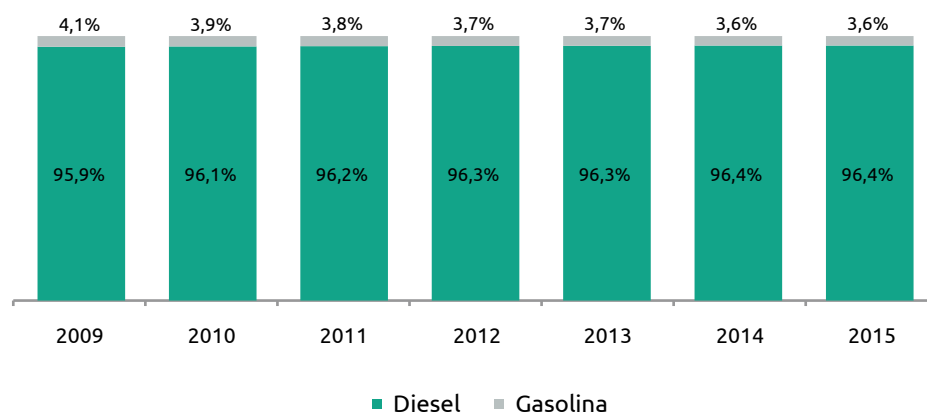
Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos



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 0,1 puntos porcentuales, con lo que consiguen el 61,7% del total de la cuota de mercado, frente al 38,3% de la otra alternativa.

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



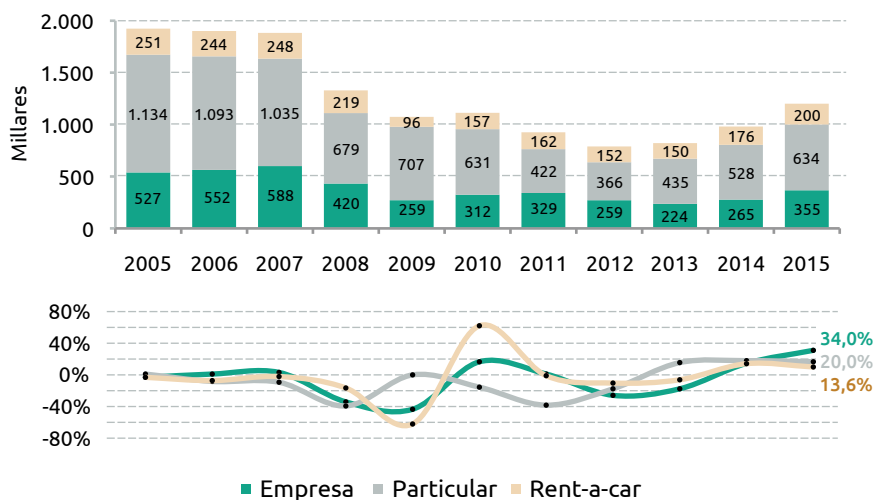
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La motorización diésel sigue sin competencia en el parque comercial y calcó el pasado año los porcentajes alcanzados en 2014, con un 96,4% de cuota, mientras que las mecánicas de gasolina se mantienen 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)

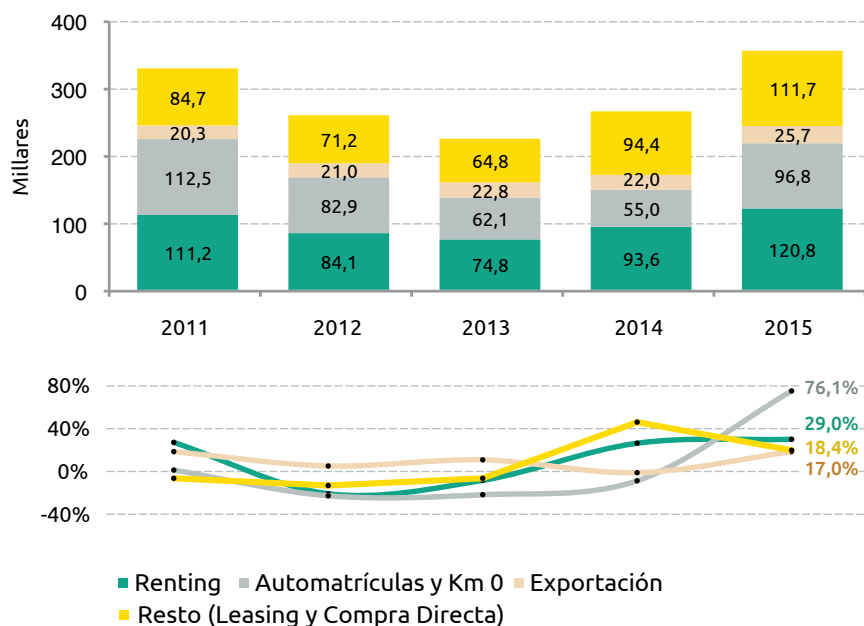


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El impulso de los planes PIVE, Pima Aire y Pima Transporte, la recuperación económica, la mayor confianza de los consumidores y el esfuerzo comercial de los concesionarios y marcas permitieron que el mercado de las cuatro ruedas superara el millón de unidades después de cinco años y registrara el mayor crecimiento de los principales mercados europeos. El canal de distribución de las empresas fue el principal protagonista del incremento al aumentar un 34%.



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

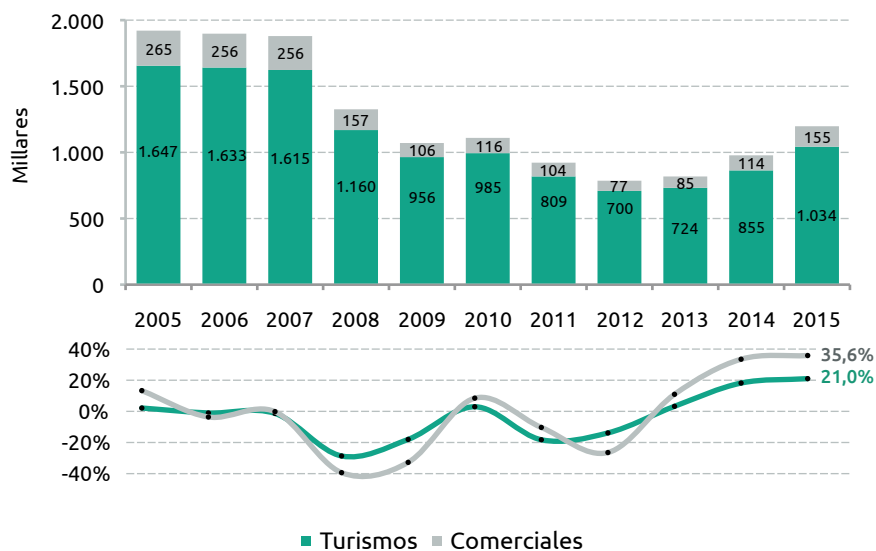


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las compañías de renting mantuvieron en 2015 la pujanza en las matriculaciones recuperada en 2014 y aumentaron en casi 121.000 unidades las nuevas placas, por lo que se situaron como el segmento más activo, seguido de la suma del leasing y la compra directa, que superó también con holgura la barrera de las 100.000 unidades. Automatrículas y kilómetro 0 también recuperaron terreno y se anotaron el mayor aumento desde 2011, al igual que el canal de exportación, que creció un 17%.



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

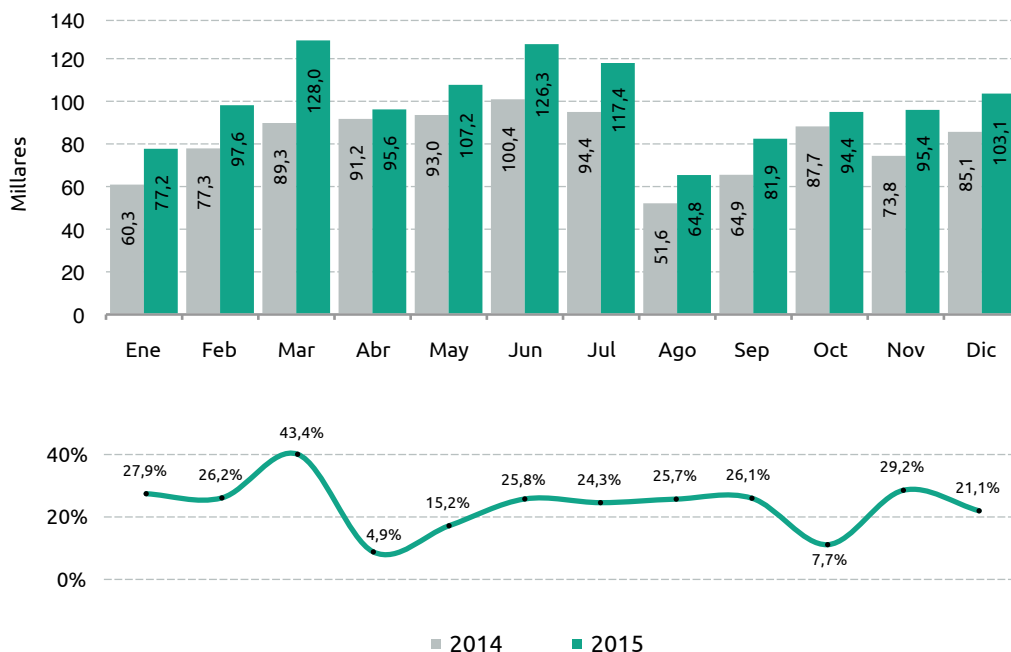


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Tanto el segmento de turismos como el de vehículos comerciales experimentaron una notable evolución de sus matriculaciones, lo que les permitió superar el millón de unidades por primera vez desde 2010. La flota comercial creció en 2015 el 35,6%, mientras que los turismos nuevos avanzaron el 21%.

B. Matriculaciones mensuales

Gráfico Il. 16: Matriculaciones mensuales 2015 y 2014 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2015 Vs. 2014 en líneas)

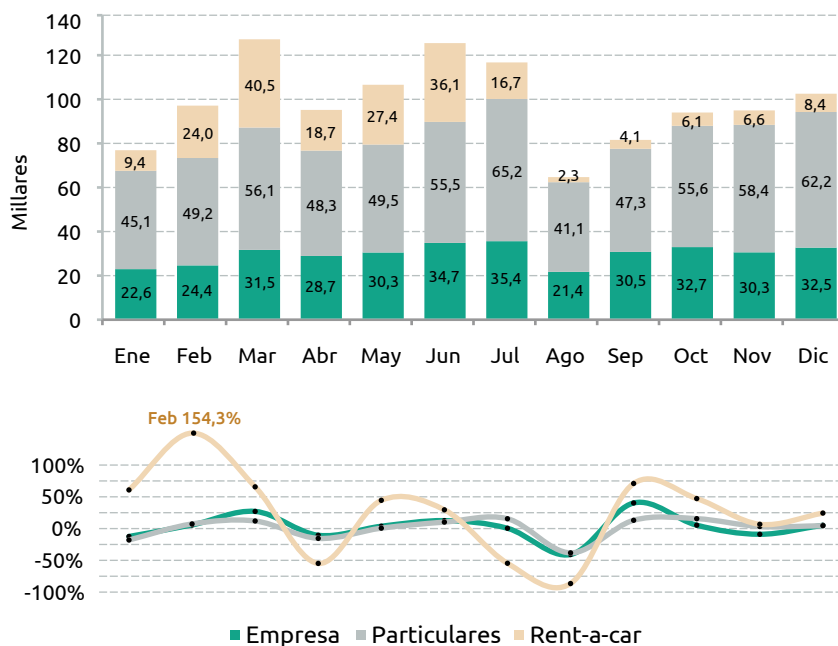


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En todos los meses de 2015 se superaron las matriculaciones registradas en el mismo periodo del ejercicio precedente. La primera mitad del año acumuló los mejores registros, con marzo, 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 2015 - Total Mercado (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución mensual en líneas)

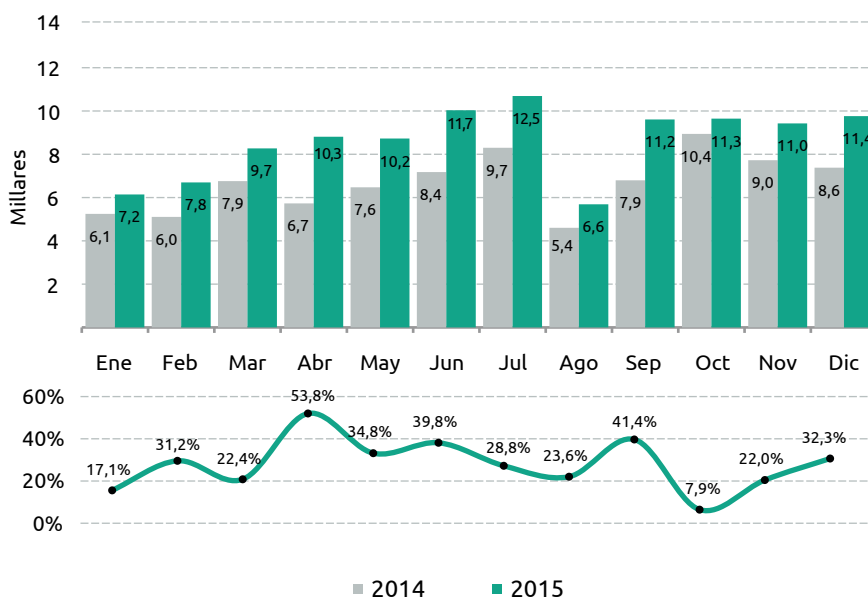


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El grueso de matriculaciones en 2015 se realizó en la primera mitad del ejercicio, con un destacado mes de marzo que superó las 120.000 unidades, en gran parte impulsado por el canal del alquiler, que renovó sus flotas por la cercanía de la Semana Santa. Los seis dígitos se volvieron a superar en junio, mes previo a las vacaciones veraniegas. La extensión de los planes de ayuda gubernamentales permitió repuntes en los meses finales del año, en los que destacaron las compras de los particulares.



Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2015 y 2014 - Renting (cifras en miles)
(absolutos en barras y evolución 2015 Vs. 2014 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 2015 en consonancia con la mejora de la coyuntura económica y en especial del auge del pequeño y mediano empresario. La flota de renting tuvo en junio y julio a los meses más activos.

D. Matriculaciones por segmento de vehículos

Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado

TURISMOS	2015	
	Volumen	Evol 15-14
Micro	62.519	37,6%
Pequeño	237.420	13,1%
Medio	244.867	17,6%
Medio Alto	95.878	17,3%
Alto	10.235	-4,0%
Lujo	2.632	-0,5%
Monovolumen Compacto	146.519	14,6%
Monovolumen Estándar	20.178	14,7%
Deportivos	2.089	36,4%
Todo Terreno Bajo	154.052	42,5%
Todo Terreno Medio	45.721	39,6%
Todo Terreno Alto	12.116	41,4%
Otros	145	70,6%
Total	1.034.371	21,0%

COMERCIALES	2015	
	Volumen	Evol 15-14
Comerciales	1.936	2,0%
Derivados Turismos	89.740	31,2%
Microvan	214	7,5%
(<2 Tn.)	2.448	277,2%
(2 a < 2,7 Tn)	6.386	37,3%
(2,7 a < 3,5 Tn)	24.701	42,9%
(3,5 Tn.)	20.496	31,9%
Pick-up	5.252	28,0%
Otros Comerciales	3.358	173,7%
Total	154.531	35,6%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los modelos medios se sitúan como el segmento que más vehículos matricula con 244.867 unidades por delante de los pequeños, que en los últimos años encabezaron la estadística y que quedan relegados a la segunda posición con 237.420 unidades. El todo terreno bajo (154.052) y el monovolumen compacto (146.519) volvieron a superar la barrera de las 100.000 unidades anuales, mientras que los deportivos recuperaron el terreno perdido en otros ejercicios con un avance del 36,4%.

Los vehículos comerciales, por su parte, sumaron el tercer año consecutivo de aumentos. Destaca el importante incremento del 277,2% registrado en el segmento de menos de dos toneladas, que pasa de matricular 648 vehículos a 2.448, lo que supone dos años de un crecimiento sin precedentes.

Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa

TURISMOS	2015		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 15-14
Micro	12.741	20,4%	77,0%
Pequeño	44.324	18,7%	26,9%
Medio	64.148	26,2%	31,5%
Medio Alto	44.401	46,3%	25,4%
Alto	6.227	60,8%	-5,5%
Lujo	1.306	49,6%	5,1%
Monovolumen Compacto	36.357	24,8%	30,6%
Monovolumen Estándar	5.898	29,2%	22,8%
Deportivos	1.057	50,6%	44,8%
Todo Terreno Bajo	30.492	19,8%	48,4%
Todo Terreno Medio	19.503	42,7%	40,6%
Todo Terreno Alto	8.622	71,2%	39,8%
Otros	82	56,6%	86,4%
Total	275.158	26,6%	32,2%

COMERCIALES	2015		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 15-14
Comerciales	1.883	97,3%	3,5%
Derivados Turismos	43.726	48,7%	37,1%
Microvan	210	98,1%	10,5%
(< 2 Tn.)	1.762	72,0%	322,5%
(2 a < 2,7 Tn)	3.681	57,6%	38,6%
(2,7 a < 3,5 Tn)	12.187	49,3%	49,8%
(3,5 Tn.)	11.523	56,2%	45,9%
Pick-up	4.235	80,6%	28,1%
Otros Comerciales	629	18,7%	33,8%
Total	79.836	51,7%	40,6%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El canal empresa también tiene al turismo de gama media como el más requerido por las firmas, con 64.148 adquisiciones en 2015, lo que supone un aumento del 31,5% con respecto a 2014, seguido por la gama media alta con 44.401 matriculaciones. En este canal se registraron ascensos en todos los segmentos en relación al ejercicio precedente (32,2%), con la excepción de los vehículos de gama alta, que cayeron un 5,5%.

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, estos incrementaron sus ventas un 40,6% de forma global, con los derivados de turismos como modalidad más requerida (43.726 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	2015		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 15-14
Micro	1.491	11,7%	23,4%
Pequeño	15.593	35,2%	12,9%
Medio	26.523	41,3%	31,4%
Medio Alto	21.670	48,8%	22,0%
Alto	2.419	38,8%	-5,6%
Lujo	256	19,6%	18,5%
Monovolumen Compacto	11.283	31,0%	46,5%
Monovolumen Estándar	1.655	28,1%	10,7%
Deportivos	85	8,0%	3,7%
Todo Terreno Bajo	6.386	20,9%	44,4%
Todo Terreno Medio	6.866	35,2%	44,2%
Todo Terreno Alto	2.842	33,0%	58,7%
Otros			
Total	97.069	35,3%	27,7%

COMERCIALES	2015		
	Volumen	% sobre el total	Evol. 15-14
Comerciales	1.385	73,6%	14,3%
Derivados Turismos	15.699	35,9%	29,8%
Microvan	3	1,4%	-78,6%
(< 2 Tn.)	363	20,6%	967,6%
(2 a < 2,7 Tn)	1.025	27,8%	60,4%
(2,7 a < 3,5 Tn)	2.521	20,7%	48,9%
(3,5 Tn.)	1.549	13,4%	42,5%
Pick-up	1.101	26,0%	39,2%
Otros Comerciales	49	7,8%	-14,0%
Total	23.695	29,7%	34,5%

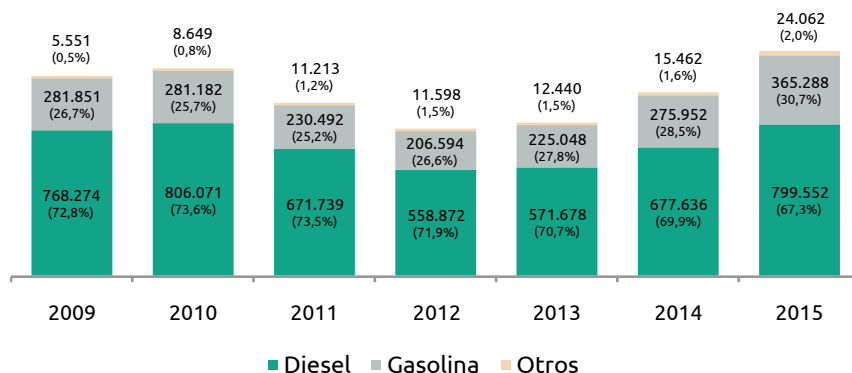
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El número de matriculaciones de vehículos para renting creció el 27,7% en relación con 2014. Los turismos de gama media y media alta volvieron a ser los más demandados, con 26.523 y 21.670 ejemplares respectivamente, con los de lujo y deportivos de nuevo como los menos demandados. Entre los comerciales, los derivados de turismos mantienen la preferencia del mercado y aumentaron su número en 15.699 ejemplares, un 29,8% más de lo que lo hizo en 2014. Destaca el descenso de la gama de microvan, que cayó un 78,6% y de la que sólo se solicitaron tres unidades frente a las 14 de 2014.



E. Matriculaciones por tipo de combustible

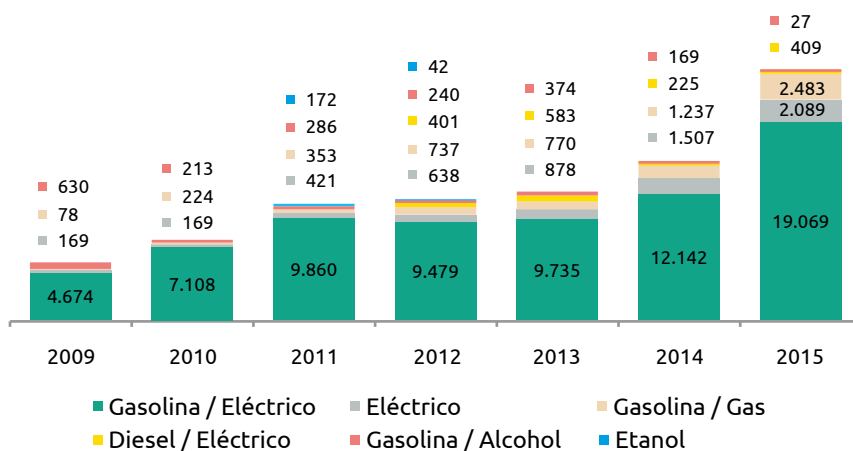
Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Todos los segmentos por tipo de carburante crecieron en 2015, con las motorizaciones diésel de nuevo a la cabeza con casi 800.000 unidades y una cuota del 67,3%, frente a las 365.288 unidades de los vehículos propulsados por gasolina, que se anotaron los mejores números desde 2009.

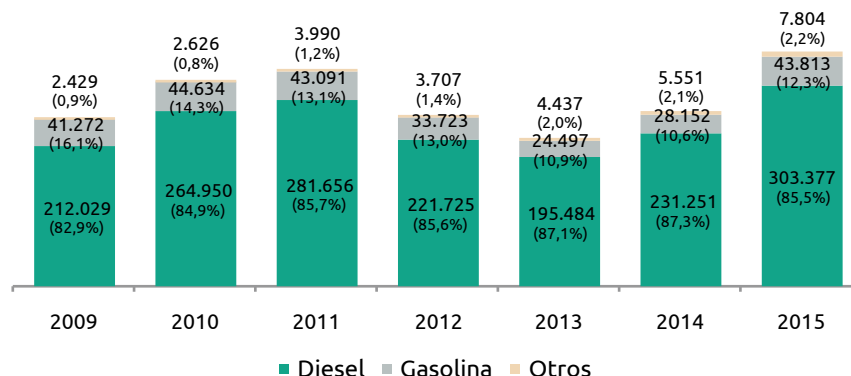
Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado



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 se quedó a menos de un millar de unidades de las 20.000 matriculaciones, tras alcanzar 19.069 placas. El coche eléctrico mantiene el avance continuado de los últimos ejercicios aunque es superado por los que combinan gasolina y gas, que sumaron 2.483 unidades.

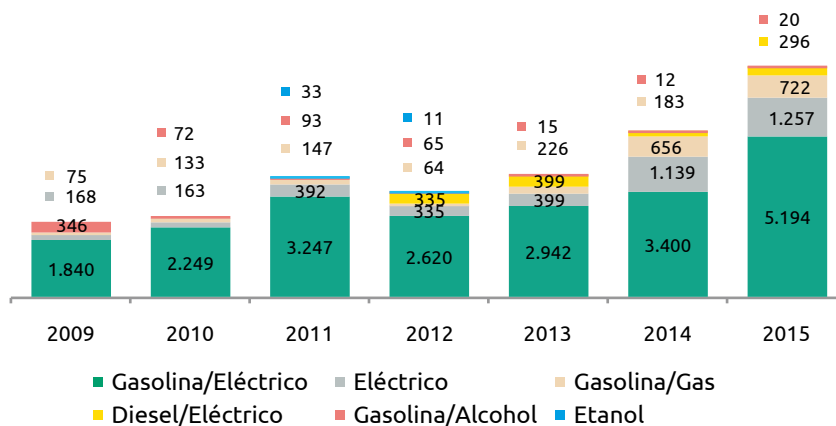
Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel se mantiene como la opción favorita en el canal empresa, con el 85,5% de las matriculaciones en 2015, lo que supone un incremento de 72.126 placas con esta motorización. Los de gasolina ganan algo de cuota (12,3%) y crecen en 15.661 unidades.

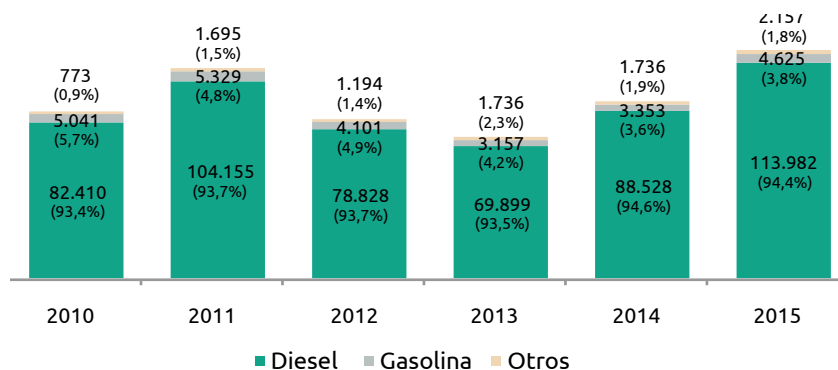
Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La senda iniciada en 2013 se mantuvo el pasado ejercicio y las empresas volvieron a incrementar el número de vehículos eficientes. La combinación de gasolina y motor eléctrico es la predilecta, con un total de 5.194 matriculaciones. El coche eléctrico también creció, aunque lejos del gran ascenso registrado en 2014.

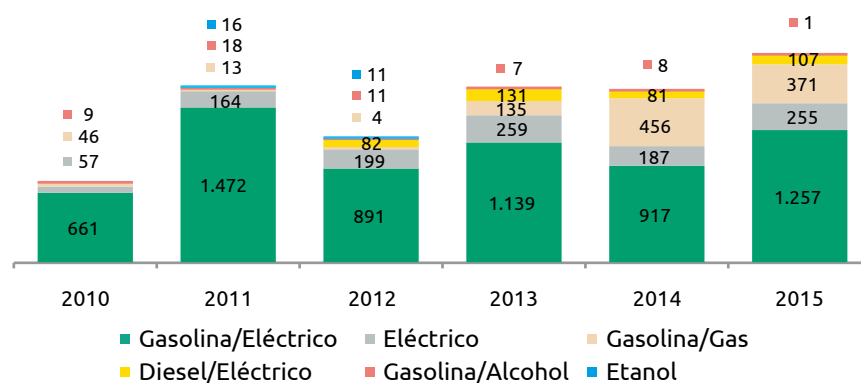
Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting



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 94,4% del total de vehículos adquiridos en 2015. Las compras de coches de gasoil superaron los seis dígitos y ascendieron a 113.982 unidades.

Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting

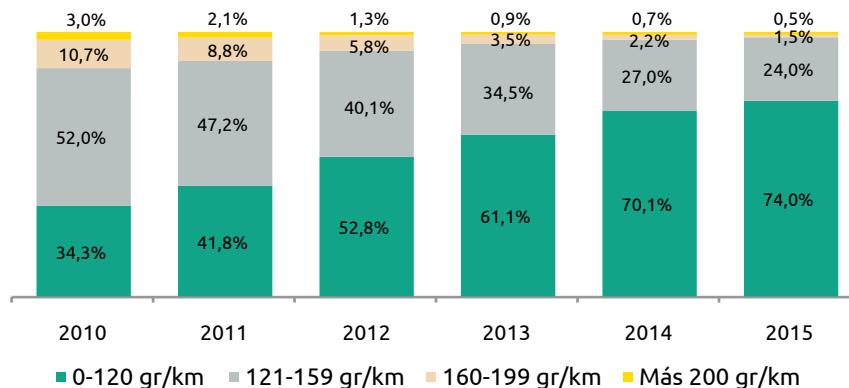


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El renting mantuvo la adquisición de motores movidos por combustibles alternativos en 2015. La combinación de electricidad y gasolina volvió a ser la más demandada con 1.257 matriculaciones, mientras que los eléctricos recuperaron el terreno perdido en 2014 y sumaron 255 unidades. La combinación de gasolina y gas se mantuvo con 371 unidades y la de diésel y eléctrico avanzó 107 unidades, sin apenas presencia del resto de modalidades.

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

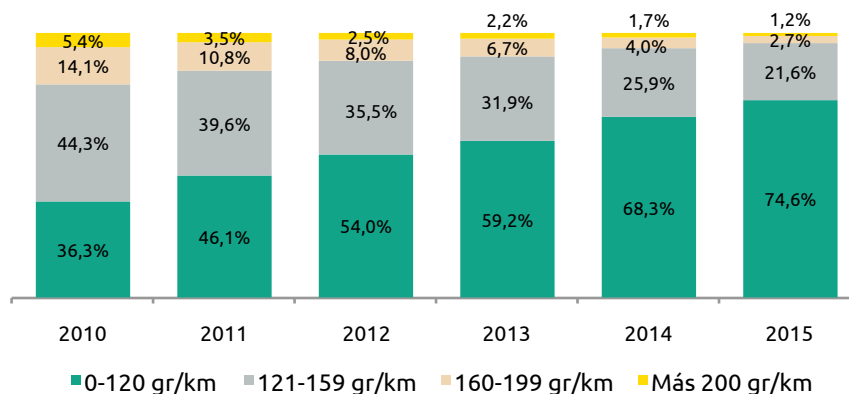
Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

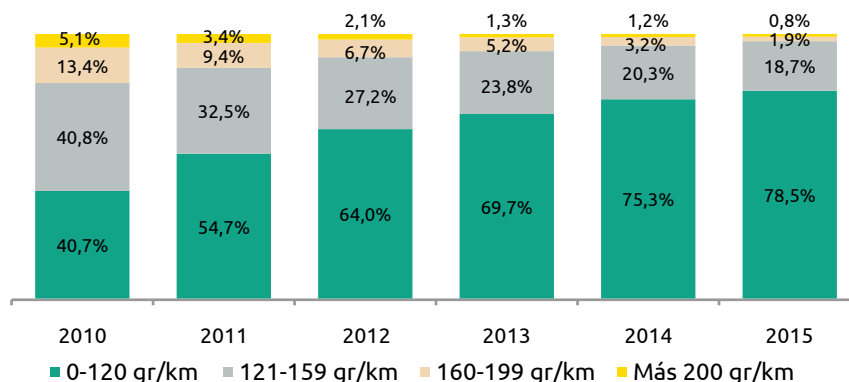
La tendencia a la reducción de las emisiones de CO₂ continúa su avance impulsada por unas normativas cada vez más restrictivas. La cuota de vehículos con emisiones entre cero a 120 gr/km ya supone el 74% del total de matriculaciones de turismos, mientras que los que lanzan entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera redujeron su cuota hasta el 24%. Los más contaminantes apenas representan ya un 0,5% del total.

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



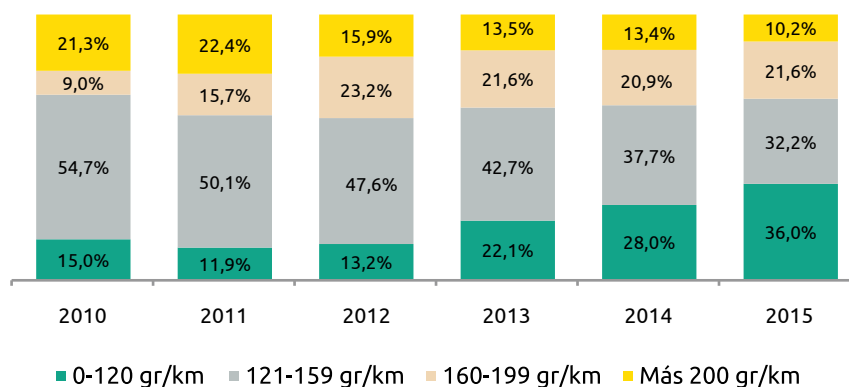
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El peso de los vehículos menos contaminantes ya es superior en el canal de empresa (74,6%) que en el total del mercado. Las medidas adoptadas por las principales ciudades españolas en las tasas impositivas para favorecer su compra y la mayor optimización del combustible que deparan 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

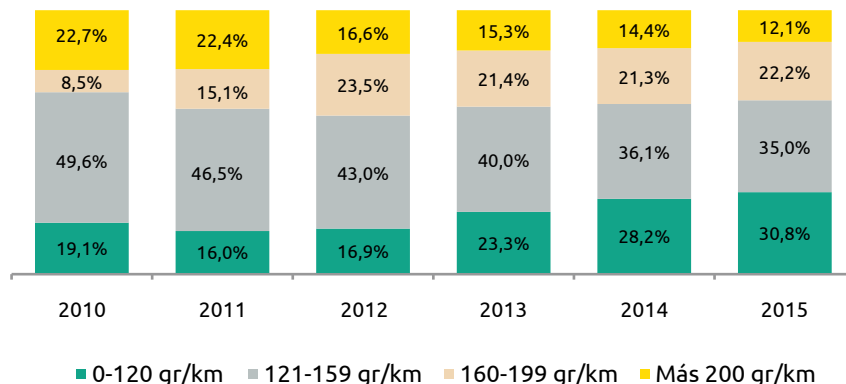
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El sector del renting supera en porcentaje de vehículos con menores emisiones de CO₂ al del resto de canales, ya que el 78,5% de sus matriculaciones corresponden al rango menos contaminante.

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

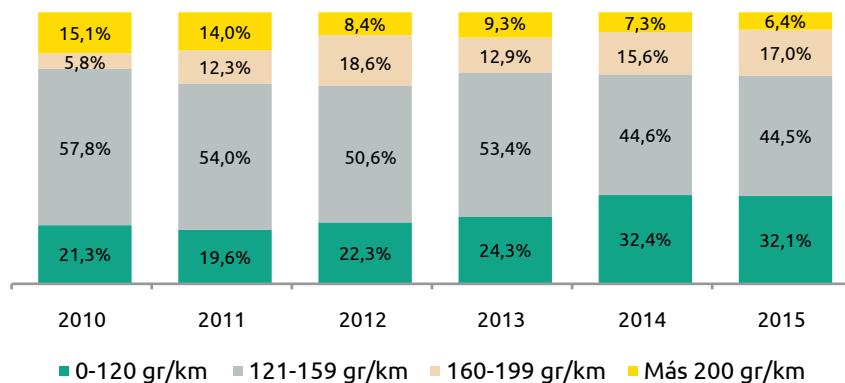
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que se refiere a los comerciales, el 68,2% de las matriculaciones del total del mercado corresponde a vehículos con emisiones entre 0 y 159 gr/km. Las placas de matrícula de la gama menos contaminante crecieron ocho puntos porcentuales para situarse con un peso del 36%.

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 2,6 puntos porcentuales en relación al año anterior, mientras que se redujeron algo más de un punto porcentual 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

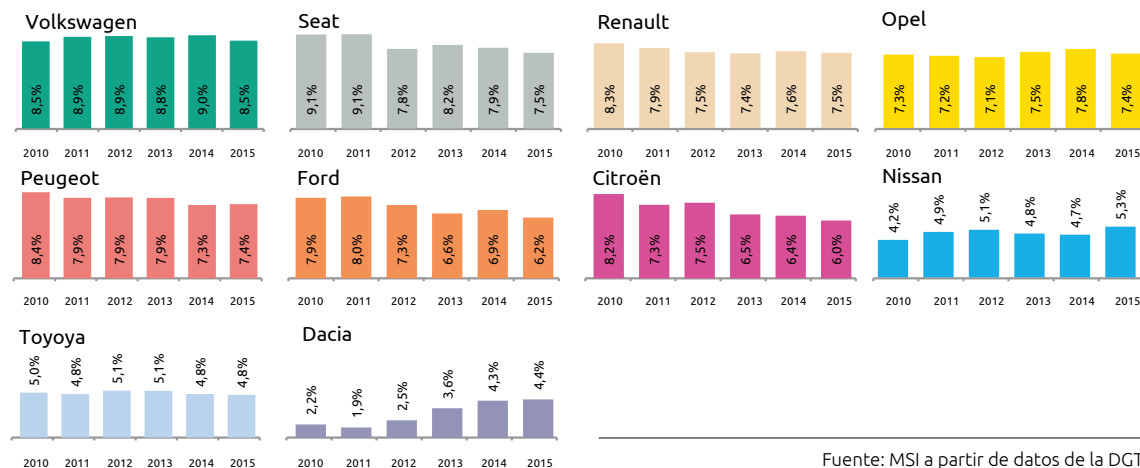
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal del renting los porcentajes son muy similares a los registrados en el ejercicio anterior. El número de matriculaciones en el rango menos contaminante se mantienen por encima del 32%, mientras que los modelos que emiten entre 121 y 159 gr/km suman el 44,5%.



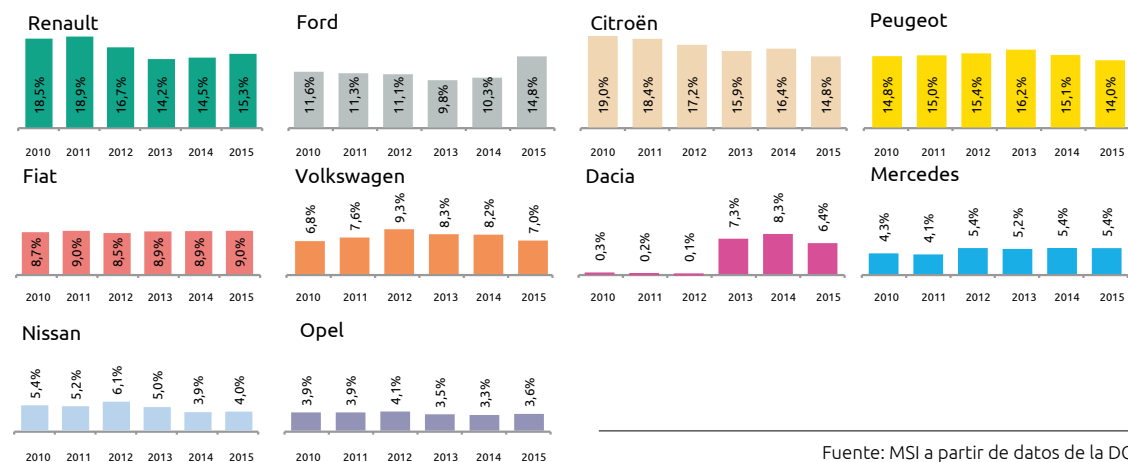
G. Matriculaciones por marca del fabricante

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



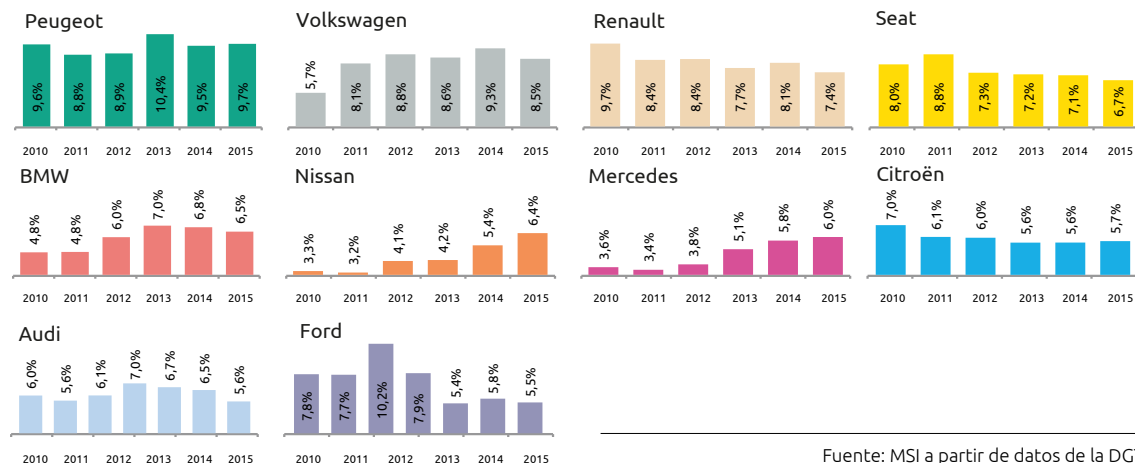
Volkswagen volvió a liderar la cuota del mercado de turismos en España por cuarto año consecutivo con un porcentaje sobre el total algo inferior al año anterior (8,5%). Seat se mantuvo en segundo lugar, aunque cedió cuatro décimas porcentuales, hasta el 7,5%, por lo que es alcanzado por Renault, con el mismo porcentaje, mientras que Opel perdió una posición e iguala con Peugeot, ambas marcas con el 7,4% de cuota. Ford cedió siete décimas porcentuales (6,2%), mientras que Citroën perdió cuatro (6%).

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



Renault recuperó la posición de privilegio en el caso de los comerciales (15,3%) en detrimento de Citroën, que perdió 1,6 puntos porcentuales y cayó hasta al tercer lugar igualado con Ford, ambos con un 14,8% de cuota. Peugeot volvió a ceder un punto porcentual y bajó al cuarto puesto mientras que Fiat prácticamente repitió los números previos. Volkswagen cayó algo más de un punto porcentual. Mercedes mantuvo la misma cuota que en 2014.

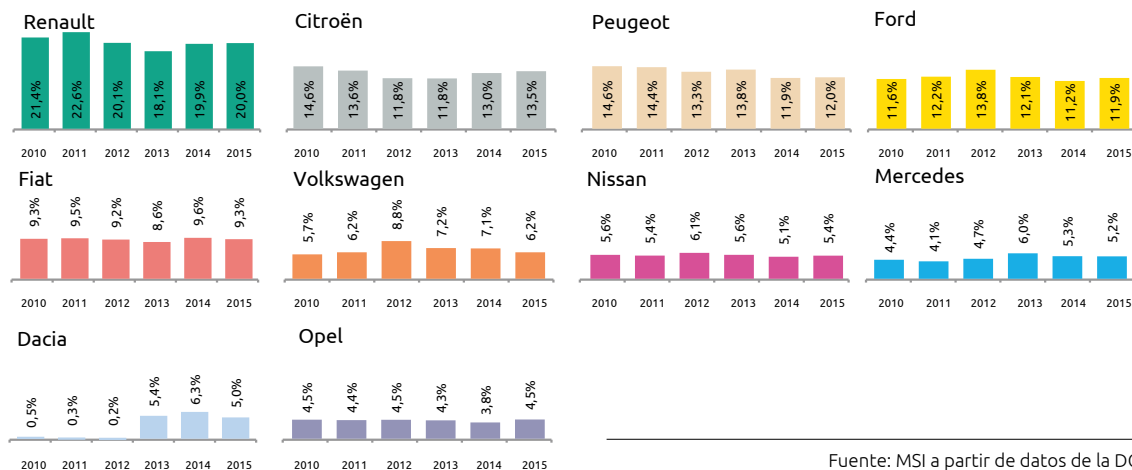
Gráfico II.33: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que respecta a los turismos, Peugeot volvió a repetir como la marca más demandada en el canal empresa tras ganar dos décimas porcentuales (9,7%) seguida por Volkswagen (8,5%), mientras que Renault completó el mismo podio del año anterior pese a perder algo de cuota por delante de Seat, que también cedió terreno. BMW también se anotó una leve caída, mientras que Nissan, Mercedes y Citroën mejoraron sus porcentajes.

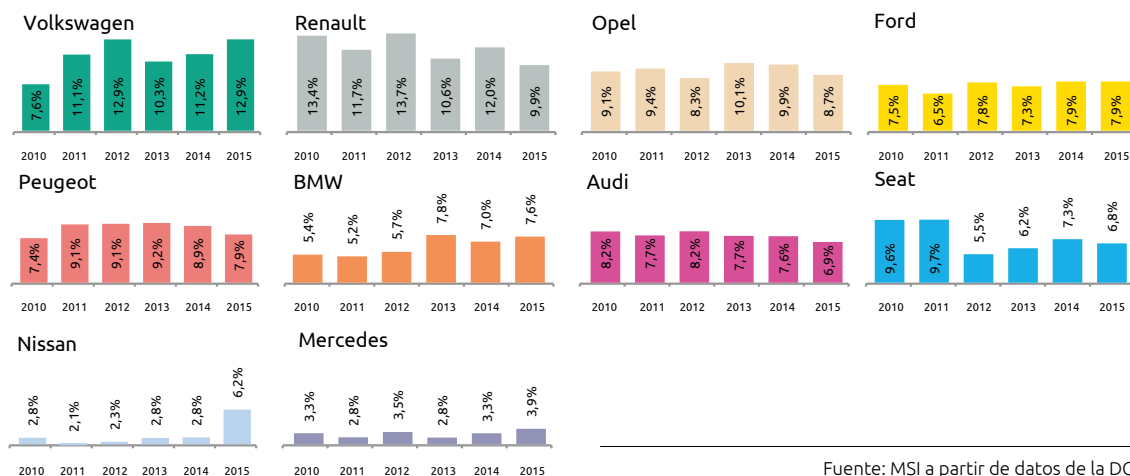
Gráfico II.34: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

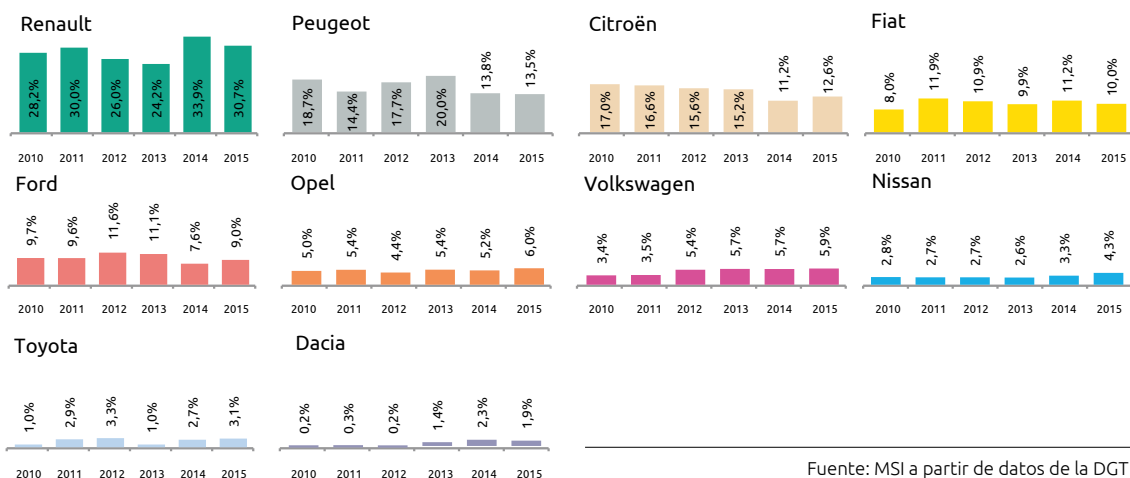
Renault volvió a ocupar en 2015 el primer puesto en comerciales corporativos con una cuota similar a la del anterior ejercicio (20%). Citroën también repitió como segunda opción en este segmento y alcanzó el 13,5% de cuota, mientras que Peugeot y Ford registraron porcentajes similares (12%) seguidos por Fiat, con un 9,3%.

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



Volkswagen fue la marca de turismos más matriculada en el sector del renting con un 12,9% de cuota por delante de Renault, que perdió más de dos puntos porcentuales. Opel (8,7%), Ford y Peugeot, ambas con 7,9%, BMW (7,6%), Audi (6,9%), Seat (6,8%) y Nissan (6,2%) y Mercedes (3,9%) completan la decena de marcas más matriculadas con destino renting.

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 el 30,7% de la cuota total de matriculaciones en 2015, seguido por Peugeot (13,5%) y Citroën (12,6%) para completar el trío de marcas más demandadas. Fiat (10%) cedió terreno, al contrario que Ford (9%) y Opel (6%). Volkswagen (5,9%), Nissan (4,3%), Toyota (3,1%) y Dacia (1,9%) completan el orden de preferencias.

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

Top 10 Modelos Turismos 2015 - TOTAL MERCADO	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Seat Leon</i>	33.267	3,2%
<i>Seat Ibiza</i>	31.374	3,0%
<i>Volkswagen Golf</i>	25.528	2,5%
<i>Dacia Sandero</i>	25.335	2,4%
<i>Volkswagen Polo</i>	25.127	2,4%
<i>Nissan Qashqai</i>	23.834	2,3%
<i>Renault Clio</i>	23.078	2,2%
<i>Renault Megane</i>	21.806	2,1%
<i>Opel Astra</i>	20.741	2,0%
<i>Opel Corsa</i>	20.718	2,0%

Top 10 Modelos Turismos 2015 - CANAL EMPRESA	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Seat Leon</i>	9.668	3,5%
<i>Peugeot 308</i>	8.397	3,1%
<i>Nissan Qashqai</i>	8.104	2,9%
<i>Volkswagen Golf</i>	7.647	2,8%
<i>Renault Clio</i>	6.875	2,5%
<i>Volkswagen Passat</i>	6.029	2,2%
<i>Seat Ibiza</i>	5.437	2,0%
<i>Peugeot 208</i>	5.418	2,0%
<i>Renault Megane</i>	4.864	1,8%
<i>Peugeot 2008</i>	4.471	1,6%

Top 10 Modelos Turismos 2015 - RENTING	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Volkswagen Golf</i>	4.674	4,8%
<i>Renault Clio</i>	4.262	4,4%
<i>Volkswagen Passat</i>	4.229	4,4%
<i>Seat Leon</i>	3.903	4,0%
<i>Nissan Qashqai</i>	3.584	3,7%
<i>Opel Insignia</i>	2.984	3,1%
<i>Peugeot 308</i>	2.880	3,0%
<i>Opel Astra</i>	2.725	2,8%
<i>Renault Megane</i>	2.721	2,8%
<i>Ford Focus</i>	2.684	2,8%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Seat León volvió a superar un año más al Ibiza como el turismo más vendido en 2015 por algo menos de 1.900 unidades y sumó 33.267. A los modelos de Seat les siguieron el Volkswagen Golf (25.528) y el Dacia Sendero (25.335). El Seat León también repitió como el vehículo más solicitado por las empresas (9.668 unidades), por delante del Peugeot 308 (8.397) y el Nissan Qashqai (8.104).

En el sector del renting el Volkswagen Golf (4.674) superó al Renault Clio (4.262) por poco más de 400 unidades como el coche que encabezaba el ranking de matriculaciones, seguido por el Volkswagen Passat (4.229). El Seat León rozó las 4.000 unidades seguido por el Nissan Qashqai.

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

Top 10 Modelos Industriales 2015 - TOTAL MERCADO	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Citroën Berlingo</i>	16.047	10,4%
<i>Peugeot Partner</i>	15.137	9,8%
<i>Renault Kangoo</i>	14.809	9,6%
<i>Ford Tourneo</i>	11.342	7,3%
<i>Dacia Dokker</i>	9.927	6,4%
<i>Ford Transit</i>	8.078	5,2%
<i>Volkswagen Caddy</i>	5.305	3,4%
<i>Fiat Ducato</i>	4.586	3,0%
<i>Iveco Daily</i>	4.454	2,9%
<i>Renault Trafic</i>	4.314	2,8%

Top 10 Modelos Industriales 2015 - CANAL EMPRESA	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Kangoo</i>	10.643	13,3%
<i>Citroën Berlingo</i>	6.728	8,4%
<i>Peugeot Partner</i>	6.318	7,9%
<i>Ford Transit</i>	4.513	5,7%
<i>Dacia Dokker</i>	4.002	5,0%
<i>Fiat Fiorino</i>	2.491	3,1%
<i>Ford Tourneo</i>	2.466	3,1%
<i>Renault Master</i>	2.391	3,0%
<i>Fiat Doblo</i>	2.381	3,0%
<i>Volkswagen Caddy</i>	2.335	2,9%



Top 10 Modelos Industriales 2015 - RENTING	2015	
	Volumen	Cuota de Mercado
<i>Renault Kangoo</i>	5.756	24,3%
<i>Peugeot Partner</i>	2.165	9,1%
<i>Citroën Berlingo</i>	1.934	8,2%
<i>Fiat Fiorino</i>	1.298	5,5%
<i>Volkswagen Caddy</i>	935	3,9%
<i>Ford Transit</i>	885	3,7%
<i>Opel Combo</i>	705	3,0%
<i>Toyota Hi Lux</i>	676	2,9%
<i>Fiat Doblo</i>	651	2,7%
<i>Nissan NV200</i>	615	2,6%

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, el atractivo del Citroën Berlingo se mantiene y continúa a la cabeza de la tabla un año más con 16.047 unidades matriculadas, el 10,4% más, seguido de nuevo por el Peugeot Partner (15.137) y el Renault Kangoo (14.809). Los tres vehículos copan casi un tercio del mercado y desde hace una década ocupan los tres puestos del podio.

Las empresas también optaron por los tres modelos referidos en el párrafo anterior en 2015, aunque aquí fue el Renault Kangoo el más demandado (10.643 unidades), seguido del Citroën Berlingo (6.728), mientras que el Peugeot Partner sumó 6.318. El Ford Transit asciende a la cuarta posición con 4.513 unidades matriculadas.

En el caso de los comerciales en el sector renting el Renault Kangoo volvió a ser el más solicitado (5.756) aunque pierde algo de cuota de mercado (24,3% frente al 27,2% del ejercicio anterior). El Peugeot Partner con 2.165 matriculaciones, recupera algo del terreno perdido en 2014 y alcanza el 9,1% de cuota, mientras que el Citroën Berlingo aumenta su cuota (8,2%) y matriculó 1.934 unidades, 679 más que el año anterior.

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



Alemania

Ratio MTN/1k hab.: 39,73
Población actual: 80.689
Total MTN: 3.206.042
Previsión 2016 MTN: 3.267.380



Argentina

Ratio MTN/1k hab.: 10,39
Población actual: 43.417
Total MTN: 451.147
Previsión 2016 MTN: 424.914



Austria

Ratio MTN/1k hab.: 36,11
Población actual: 8.545
Total MTN: 308.555
Previsión 2016 MTN: 306.768



Bélgica

Ratio MTN/1k hab.: 44,35
Población actual: 11.299
Total MTN: 501.066
Previsión 2016 MTN: 488.094



Brasil

Ratio MTN/1k hab.: 11,81
Población actual: 207.848
Total MTN: 2.454.015
Previsión 2016 MTN: 1.886.532



Chile

Ratio MTN/1k hab.: 15,27
Población actual: 17.948
Total MTN: 274.092
Previsión 2016 MTN: 207.156



Corea del Sur

Ratio MTN/1k hab.: 31,13
Población actual: 50.293
Total MTN: 1.565.726
Previsión 2016 MTN: 1.675.528



China

Ratio MTN/1k hab.: 14,39
Población actual: 1.376.049
Total MTN: 19.807.049
Previsión 2016 MTN: 21.061.733



Dinamarca

Ratio MTN/1k hab.: 36,58
Población actual: 5.669
Total MTN: 207.389
Previsión 2016 MTN: 206.298



EE.UU.

Ratio MTN/1k hab.: 52,70
Población actual: 321.774
Total MTN: 16.956.987
Previsión 2016 MTN: 17.771.433



España

Ratio MTN/1k hab.: 22,23
Población actual: 46.525
Total MTN: 1.034.371
Previsión 2016 MTN: 1.146.957



Finlandia

Ratio MTN/1k hab.: 19,78
Población actual: 5.503
Total MTN: 108.849
Previsión 2016 MTN: 113.028



Francia

Ratio MTN/1k hab.: 29,77
Población actual: 64.395
Total MTN: 1.917.167
Previsión 2016 MTN: 1.975.849



India

Ratio MTN/1k hab.: 2,12
Población actual: 1.311.051
Total MTN: 2.780.932
Previsión 2016 MTN: 3.019.845



Italia

Ratio MTN/1k hab.: 26,47
Población actual: 59.798
Total MTN: 1.582.971
Previsión 2016 MTN: 1.692.333



Japón

Ratio MTN/1k hab.: 32,81
Población actual: 126.573
Total MTN: 4.152.918
Previsión 2016 MTN: 4.236.149



México

Ratio MTN/1k hab.: 9,75
Población actual: 127.017
Total MTN: 1.238.986
Previsión 2016 MTN: 1.439.589



Noruega

Ratio MTN/1k hab.: 28,92
Población actual: 5.211
Total MTN: 150.686
Previsión 2016 MTN: 147.639



Países Bajos

Ratio MTN/1k hab.: 26,73
Población actual: 16.925
Total MTN: 452.390
Previsión 2016 MTN: 389.947



Polonia

Ratio MTN/1k hab.: 9,25
Población actual: 10.350
Total MTN: 357.123
Previsión 2016 MTN: 369.786



Portugal

Ratio MTN/1k hab.: 17,24
Población actual: 10.350
Total MTN: 178.429
Previsión 2016 MTN: 196.256



Reino Unido

Ratio MTN/1k hab.: 40,69
Población actual: 64.716
Total MTN: 2.633.503
Previsión 2016 MTN: 2.675.999



Rusia

Ratio MTN/1k hab.: 16,30
Población actual: 143.457
Total MTN: 2.339.045
Previsión 2016 MTN: 1.308.221



Suecia

Ratio MTN/1k hab.: 35,29
Población actual: 9.779
Total MTN: 345.108
Previsión 2016 MTN: 341.107



Suiza

Ratio MTN/1k hab.: 39,01
Población actual: 8.299
Total MTN: 323.783
Previsión 2016 MTN: 311.655



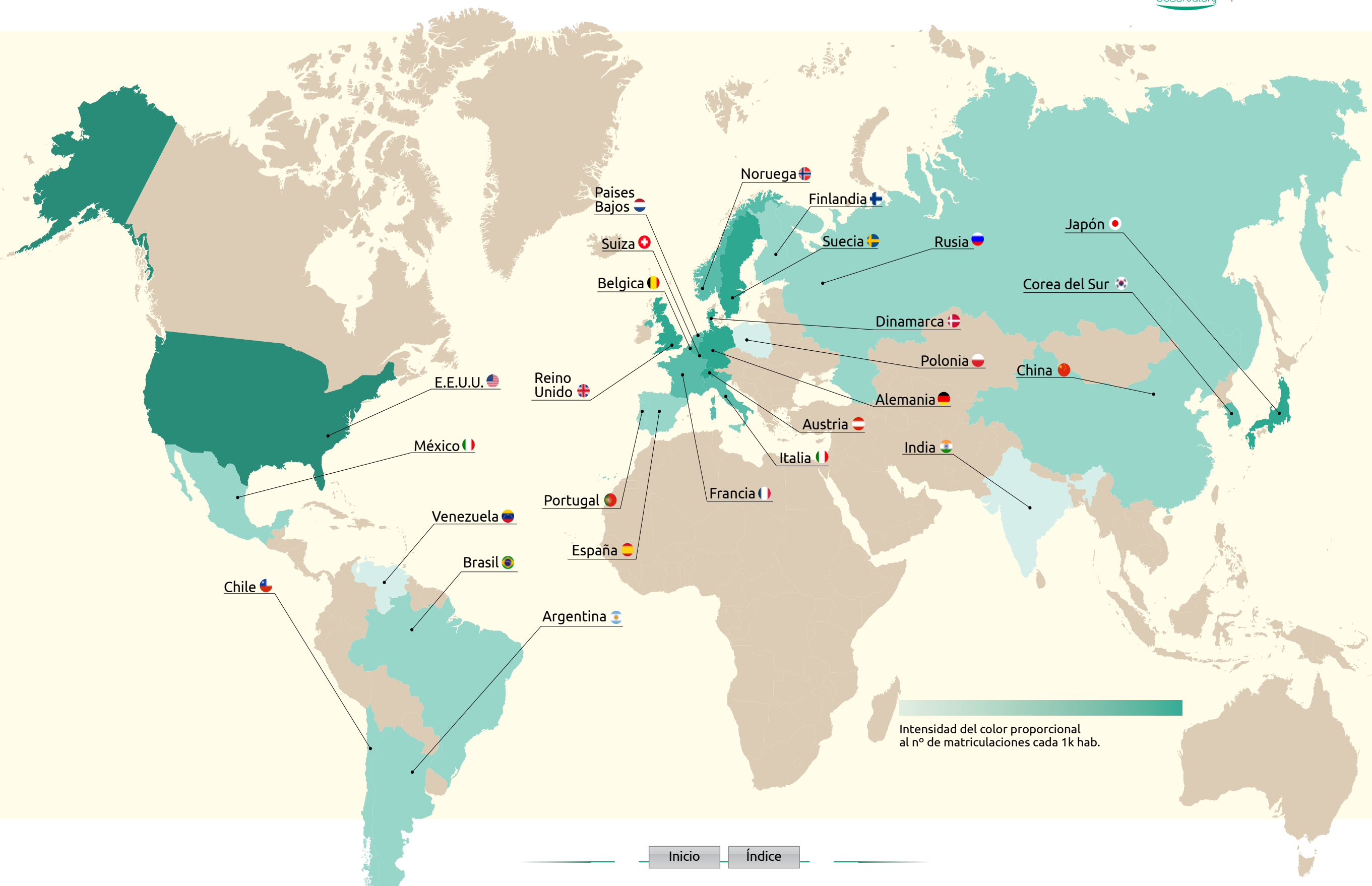
Venezuela

Ratio MTN/1k hab.: 0,86
Población actual: 31.108
Total MTN: 26.669
Previsión 2016 MTN: 10.500

Mundial

Ratio MTN/1k hab.: 10,12
Población actual: 7.256.490
Total MTN: 73.404.077
Previsión 2016 MTN: 77.677.942

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



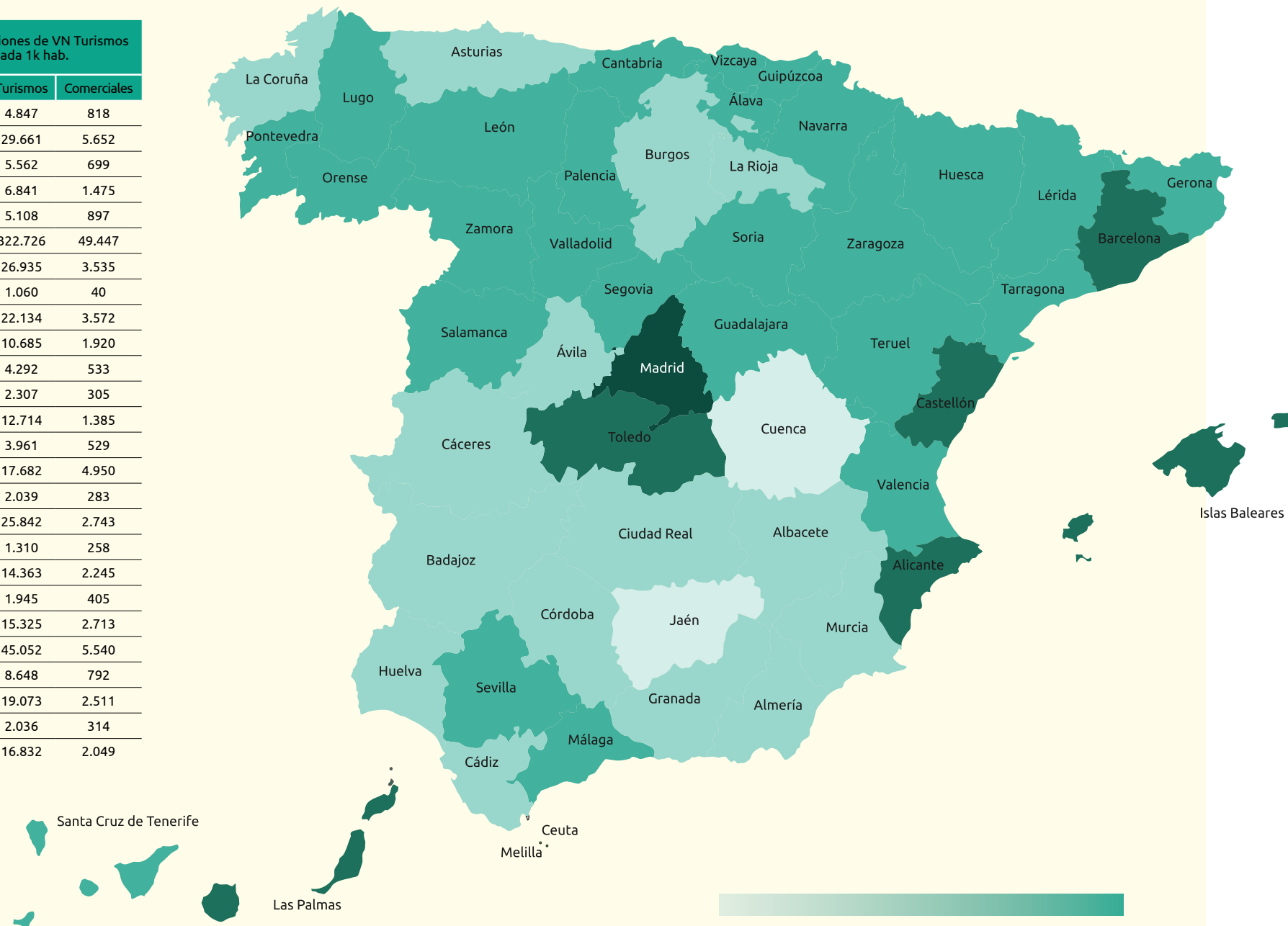
H. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes

Provincia	Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.		
	Total	Turismos	Comerciales
A Coruña	18.839	16.926	1.913
Álava	7.576	6.611	965
Albacete	4.827	4.190	637
Alicante	60.554	54.480	6.074
Almería	11.902	9.944	1.958
Asturias	18.272	16.062	2.210
Ávila	2.304	1.991	313
Badajoz	9.102	7.967	1.135
Barcelona	144.794	125.879	18.915
Burgos	6.339	5.617	722
Cáceres	5.336	4.484	852
Cádiz	18.789	17.030	1.759
Cantabria	11.112	9.757	1.355
Castellón	16.703	14.849	1.854
Ceuta	1.138	1.042	96
Ciudad Real	6.685	5.822	863
Córdoba	10.522	9.114	1.408
Cuenca	2.324	1.936	388
Girona	18.340	15.312	3.028
Granada	13.940	12.112	1.828
Guadalajara	4.756	4.303	453
Guipúzcoa	14.232	11.902	2.330
Huelva	7.140	6.371	769
Huesca	5.036	4.131	905
Islas Baleares	36.184	31.167	5.017
Jaén	7.566	6.392	1.174

Provincia	Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.		
	Total	Turismos	Comerciales
La Rioja	5.665	4.847	818
Las Palmas	35.313	29.661	5.652
León	6.261	5.562	699
Lleida	8.316	6.841	1.475
Lugo	6.005	5.108	897
Madrid	372.173	322.726	49.447
Málaga	30.470	26.935	3.535
Melilla	1.100	1.060	40
Murcia	25.706	22.134	3.572
Navarra	12.605	10.685	1.920
Ourense	4.825	4.292	533
Palencia	2.612	2.307	305
Pontevedra	14.099	12.714	1.385
Salamanca	4.490	3.961	529
S. C. Tenerife	22.632	17.682	4.950
Segovia	2.322	2.039	283
Sevilla	28.585	25.842	2.743
Soria	1.568	1.310	258
Tarragona	16.608	14.363	2.245
Teruel	2.350	1.945	405
Toledo	18.038	15.325	2.713
Valencia	50.592	45.052	5.540
Valladolid	9.440	8.648	792
Vizcaya	21.584	19.073	2.511
Zamora	2.350	2.036	314
Zaragoza	18.881	16.832	2.049

Total España

Nº de habitantes	46.524.943
Matriculaciones de VN turismos	1.034.371
Matriculaciones de VN comerciales	154.531
Matriculaciones totales de VN	1.188.902
Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab.	22,23
Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab.	3,32
Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab.	25,55



Intensidad del color proporcional al nº de matriculaciones cada 1k hab.

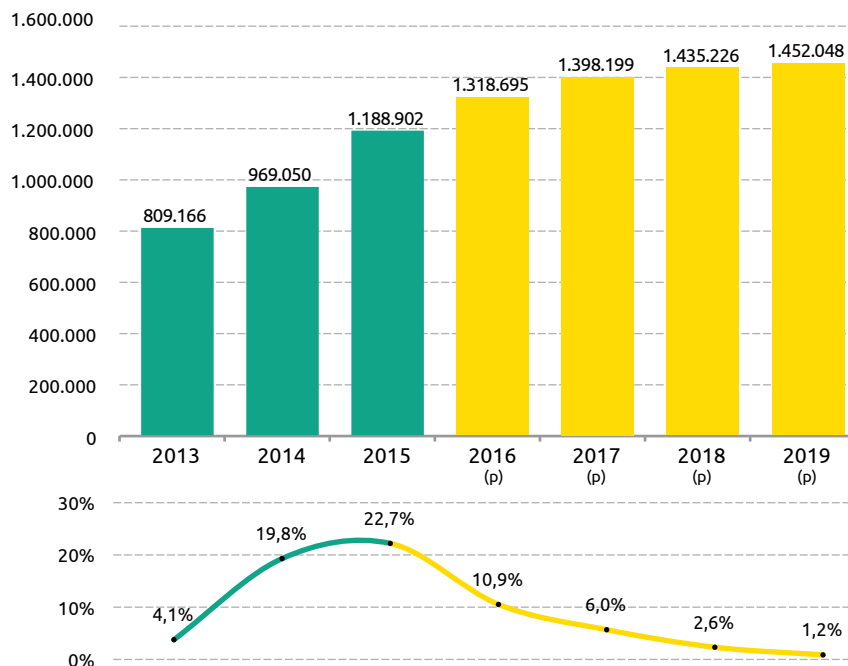
(*) 1k = 1.000

III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

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



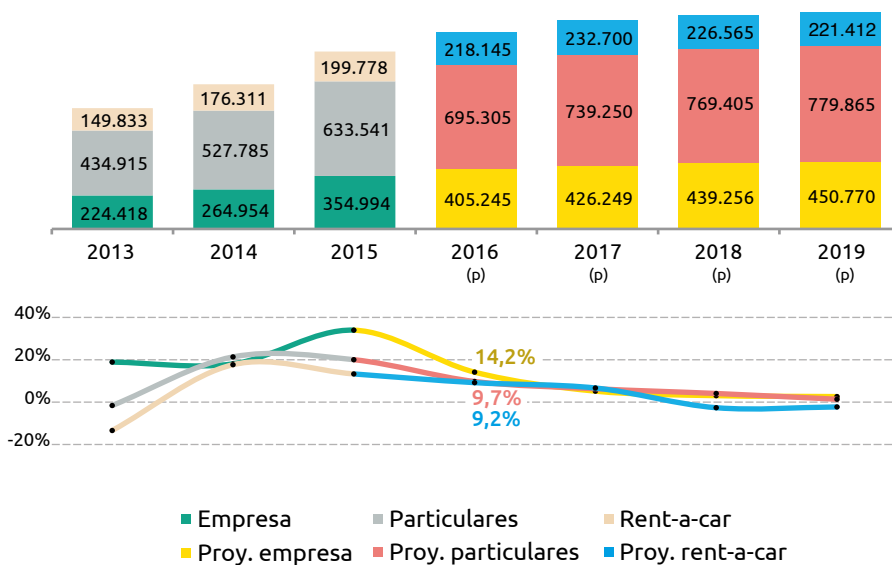
Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales)
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

La previsión de matriculaciones llevará al mercado a instalarse por encima del millón de unidades en los próximos ejercicios, apoyado en las ayudas de los planes de renovación y el efecto de la recuperación económica. Se espera que este año se alcancen los 1.318.695 vehículos con una subida del 10,9%. Los ascensos se mantendrán de forma sostenida en los ejercicios venideros.

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

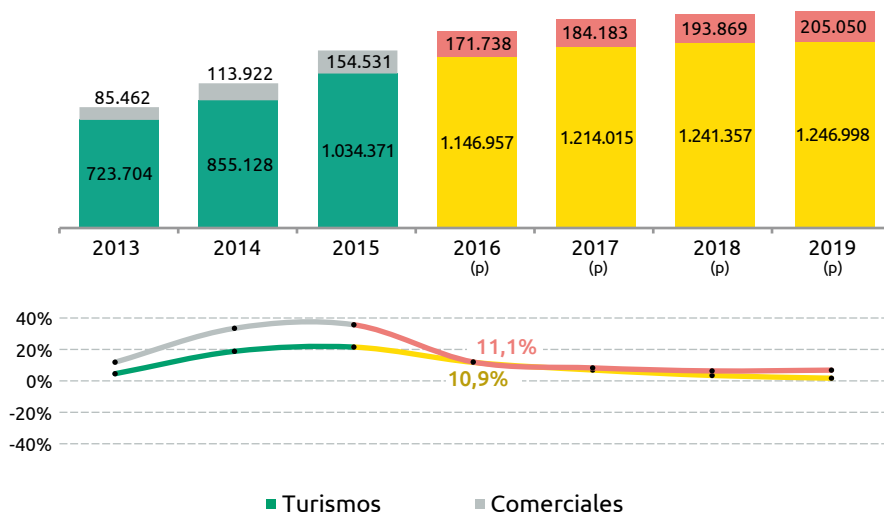


Fuente: DGT y previsiones MSI

Las estimaciones muestran que además del canal de particulares, que es el que se beneficia de los estímulos de los planes PIVE y lograría 695.305 matriculaciones nuevas este año, también crecerá el canal de empresa, con 405.245 unidades, así como las firmas de alquiler, que sumarán 218.145 vehículos en 2016. Particulares y empresas mantendrían el aumento de matriculaciones en los próximos años, mientras que el canal de alquiler alcanzaría sus mejores cifras en 2017.



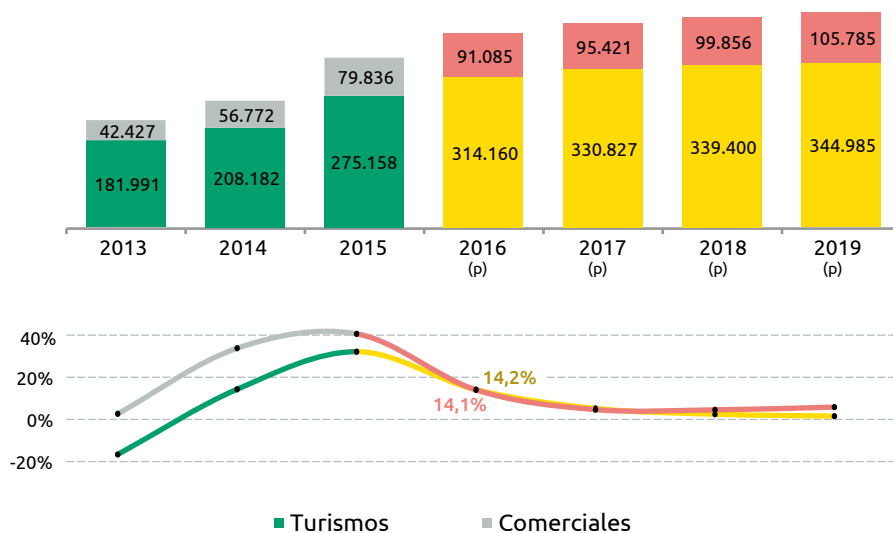
Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Por tipo de vehículo, los turismos se mantendrían por encima de la barrera del millón de unidades en los próximos años, mientras que los comerciales continuarían su ascenso y superarían las 200.000 placas en 2019.

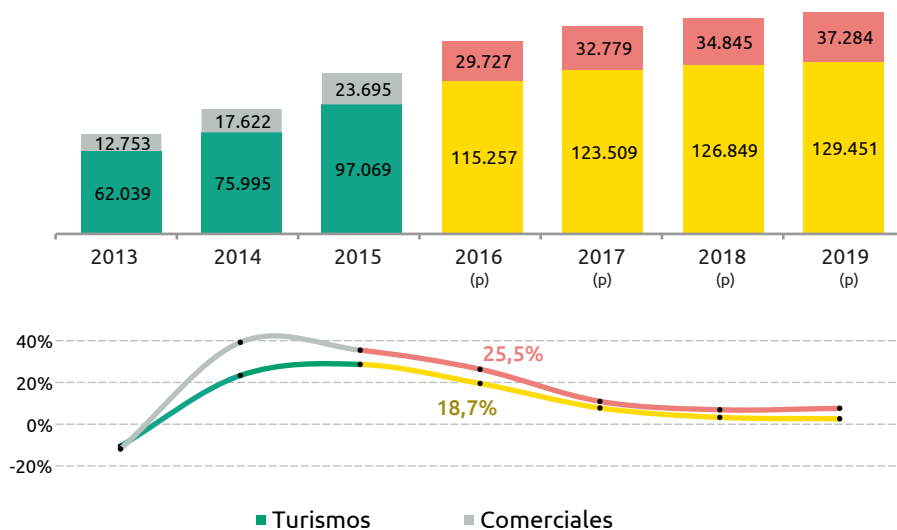
Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa
(absolutos en barras y evolución interanual en líneas)



Fuente: DGT y previsiones MSI

En el canal de empresa las matriculaciones de turismos crecerían un 14,2% en 2016 y se prevé que alcancen las 344.985 unidades en 2019. Por su parte, las matriculaciones de comerciales casi alcanzarían las 100.000 unidades matriculadas en 2018.

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 de los últimos ejercicios y se prevé que las matriculaciones crezcan por encima del 18% en el segmento de turismos y del 25% en el de comerciales. De esta forma, sumaría 115.257 nuevas unidades de turismos este año, por 29.727 de comerciales, que ganarían fuerza en los próximos años.



B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

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



MERCADO TOTAL TURISMOS	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	62.861	0,5%	67.790	7,8%	69.186	2,1%	69.525	0,5%
Pequeño	259.934	9,5%	272.161	4,7%	279.492	2,7%	281.543	0,7%
Medio	258.182	5,4%	277.158	7,3%	283.668	2,3%	284.807	0,4%
Medio Alto	104.892	9,4%	112.032	6,8%	114.288	2,0%	114.980	0,6%
Alto	11.706	14,4%	12.398	5,9%	12.563	1,3%	12.640	0,6%
Lujo	2.910	10,6%	3.069	5,5%	3.112	1,4%	3.136	0,8%
Monovolumen Compacto	159.790	9,1%	171.267	7,2%	173.615	1,4%	173.517	-0,1%
Monovolumen Estándar	22.066	9,4%	24.001	8,8%	24.913	3,8%	25.015	0,4%
Deportivos	3.256	55,9%	3.241	-0,5%	3.313	2,2%	3.333	0,6%
Todo Terreno Bajo	186.663	21,2%	193.122	3,5%	197.772	2,4%	198.473	0,4%
Todo Terreno Medio	56.700	24,0%	59.098	4,2%	60.158	1,8%	60.421	0,4%
Todo Terreno Alto	17.883	47,6%	18.545	3,7%	19.146	3,2%	19.475	1,7%
Otros	113	-22,4%	133	17,8%	131	-1,2%	131	0,0%
Total	1.146.957	10,9%	1.214.015	5,8%	1.241.357	2,3%	1.246.998	0,5%

Fuente: MSI

La mejora de la situación económica propiciará un aumento global de las matriculaciones de vehículos en 2016, que superará el 10,9% y se mantendrá por encima del millón de unidades en el próximo trienio. Los coches de pequeño y medio tamaño serán los más solicitados este año y se quedarán al borde de las 260.000 unidades, aunque destaca el aumento de demanda en los modelos de gama alta (14,4%), lujo (10,6%) y toda la serie de todo terreno, así como de los deportivos, que crecen un 55,9% después del mal ejercicio registrado en 2015.

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

CANAL EMPRESA TURISMOS	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	12.447	-2,3%	12.696	2,0%	12.959	2,1%	13.094	1,0%
Pequeño	48.448	9,3%	50.788	4,8%	52.535	3,4%	53.910	2,6%
Medio	75.305	17,4%	79.279	5,3%	81.618	3,0%	83.016	1,7%
Medio Alto	48.425	9,1%	51.643	6,6%	52.585	1,8%	53.240	1,2%
Alto	7.162	15,0%	7.604	6,2%	7.709	1,4%	7.780	0,9%
Lujo	1.516	16,0%	1.585	4,6%	1.596	0,7%	1.611	0,9%
Monovolumen Compacto	40.694	11,9%	43.024	5,7%	43.868	2,0%	44.435	1,3%
Monovolumen Estándar	6.578	11,6%	7.041	7,0%	7.307	3,8%	7.398	1,3%
Deportivos	1.546	46,2%	1.523	-1,5%	1.528	0,3%	1.523	-0,3%
Todo Terreno Bajo	35.563	16,6%	37.363	5,1%	38.530	3,1%	39.173	1,7%
Todo Terreno Medio	24.137	23,8%	25.254	4,6%	25.710	1,8%	26.054	1,3%
Todo Terreno Alto	12.267	42,3%	12.949	5,6%	13.379	3,3%	13.676	2,2%
Otros	72	-12,7%	78	8,8%	75	-3,7%	75	0,0%
Total	314.160	14,2%	330.827	5,3%	339.400	2,6%	344.985	1,6%

Fuente: MSI

Dentro del canal empresa los vehículos medios volverán a ser los más requeridos y cerrarán el ejercicio con 75.305 unidades matriculadas, un 17,4% más. El mayor aumento lo registrará el deportivo, que crecerá un 46,2%, similar al todo terreno alto, que sumará 12.267 unidades, un 42,3% más.



Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos – Renting



RENTING TURISMOS	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	2.010	34,8%	2.100	4,5%	2.133	1,6%	2.159	1,2%
Pequeño	18.451	18,3%	18.982	2,9%	19.539	2,9%	20.074	2,7%
Medio	31.090	17,2%	34.041	9,5%	35.299	3,7%	36.143	2,4%
Medio Alto	23.346	7,7%	25.274	8,3%	25.776	2,0%	26.251	1,8%
Alto	2.642	9,2%	2.924	10,7%	2.942	0,6%	2.958	0,5%
Lujo	350	36,7%	366	4,6%	369	0,9%	377	1,9%
Monovolumen Compacto	14.450	28,1%	15.456	7,0%	15.746	1,9%	16.051	1,9%
Monovolumen Estándar	1.983	20,0%	2.118	6,8%	2.185	3,1%	2.213	1,3%
Deportivos	204	140,5%	188	-8,1%	196	4,5%	203	3,6%
Todo Terreno Bajo	7.998	25,2%	8.569	7,1%	8.849	3,3%	8.973	1,4%
Todo Terreno Medio	8.307	21,0%	8.846	6,5%	8.954	1,2%	9.023	0,8%
Todo Terreno Alto	4.426	55,7%	4.646	5,0%	4.860	4,6%	5.026	3,4%
Otros								
Total	115.257	18,7%	123.509	7,2%	126.849	2,7%	129.451	2,1%

Fuente: MSI

En el caso del renting el segmento medio volverá a ser el más solicitado y sumará 31.090 unidades, seguido por el medio alto, que se consolida con un ascenso del 17,2%, hasta los 23.346 vehículos. El deportivo es el segmento que más crecerá en porcentaje y doblará sobradamente las cifras del ejercicio precedente tras sumar 204 matriculaciones.

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

MERCADO TOTAL COMERCIALES	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	2.157	11,4%	2.267	5,1%	2.375	4,8%	2.400	1,0%
Derivados Turismos	98.457	9,7%	104.969	6,6%	108.117	3,0%	115.304	6,6%
Microvan	230	7,5%	239	3,8%	250	4,9%	267	6,8%
< 2 Tn	2.694	10,0%	2.954	9,6%	2.908	-1,5%	3.121	7,3%
2 a < 2,7 Tn	6.984	9,4%	8.265	18,3%	8.764	6,0%	9.184	4,8%
2,7 a < 3,5 Tn	26.149	5,9%	28.213	7,9%	29.763	5,5%	31.479	5,8%
3,5 Tn	22.722	10,9%	24.112	6,1%	26.405	9,5%	27.044	2,4%
Otros Comerciales	12.345	43,4%	13.165	6,6%	15.287	16,1%	16.251	6,3%
Total	171.738	11,1%	184.183	7,2%	193.869	5,3%	205.050	5,8%



Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, los derivados de turismos continúan como los más representativos del mercado y crecerán un 9,7% que los llevará a rozar las 98.500 unidades, superando la barrera de los 100.000 de forma holgada en los próximos años. Los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas mantienen el crecimiento de las últimas campañas y aumentarán el parque en 26.149 unidades, aunque el mayor ascenso porcentual se lo anotan los otros comerciales, que crecen un 43,4%.

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

CANAL EMPRESA COMERCIALES	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	1.977	5,0%	2.233	13,0%	2.197	5,9%	2.296	4,5%
Derivados Turismos	46.818	7,1%	49.333	5,4%	51.596	5,3%	54.585	5,8%
Microvan	191	-8,9%	191	-0,2%	190	0,1%	201	5,9%
< 2 Tn	2.131	21,0%	2.252	5,7%	2.297	2,7%	2.444	6,4%
2 a < 2,7 Tn	5.165	40,3%	5.353	3,7%	5.612	5,6%	5.956	6,1%
2,7 a < 3,5 Tn	15.002	23,1%	15.430	2,9%	16.187	5,7%	17.084	5,5%
3,5 Tn	14.146	22,8%	14.828	4,8%	15.528	5,5%	16.481	6,1%
Otros Comerciales	5.656	16,3%	5.802	2,6%	6.251	5,6%	6.738	7,8%
Total	91.085	14,1%	95.421	4,8%	99.856	5,4%	105.785	5,9%

Fuente: MSI

El canal empresa mantiene la pauta de los comerciales y optará también por los derivados de turismos como segmento más solicitado con 46.818 vehículos. En este canal también recupera importancia el segmento de menos de dos toneladas, que crece un 21,0%, y el que comprende de 2 a 2,7 toneladas, que suma un 40,3%. Los vehículos de mayor tamaño registran ascensos superiores al 22%.

Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting



RENTING COMERCIALES	2016 (p)		2017 (p)		2018 (p)		2019 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	1.576	13,8%	1.754	11,3%	1.871	6,7%	1.984	6,0%
Derivados Turismos	19.391	23,5%	21.395	10,3%	22.754	6,4%	24.350	7,0%
Microvan	3	-0,9%	3	8,6%	3	-4,5%	4	27,4%
< 2 Tn	606	67,1%	652	7,6%	732	12,2%	783	7,0%
2 a < 2,7 Tn	1.617	57,8%	1.737	7,4%	1.833	5,5%	1.976	7,8%
2,7 a < 3,5 Tn	3.211	27,4%	3.612	12,5%	3.857	6,8%	4.139	7,3%
3,5 Tn	2.224	43,5%	2.432	9,4%	2.606	7,2%	2.763	6,0%
Otros Comerciales	1.100	-4,4%	1.193	8,5%	1.189	-0,4%	1.286	8,2%
Total	29.727	25,5%	32.779	10,3%	34.845	6,3%	37.284	7,0%

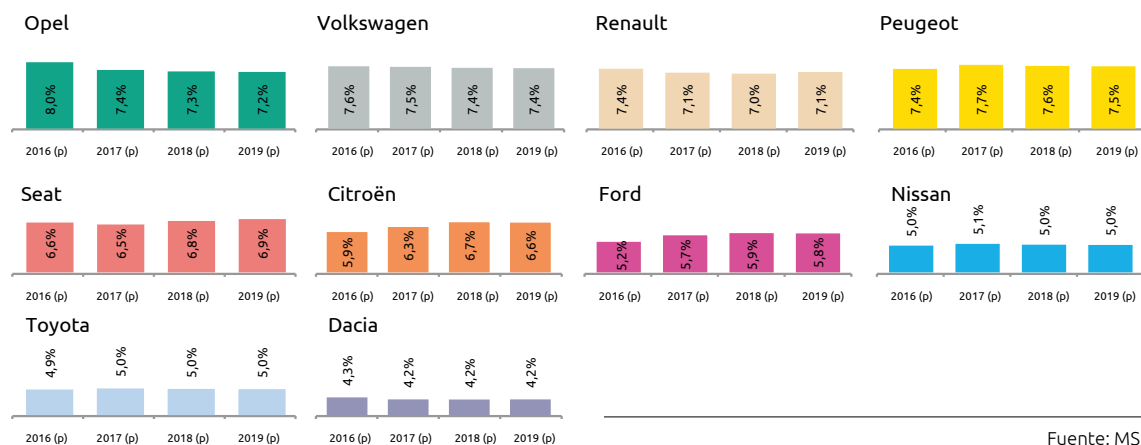
Fuente: MSI

Respecto a los vehículos de renting, los derivados de turismos se mantienen como el segmento más demandado con 19.391 unidades, seguido de los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que suman 3.211. El conjunto del sector crecerá este año un 25,5%.



C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante

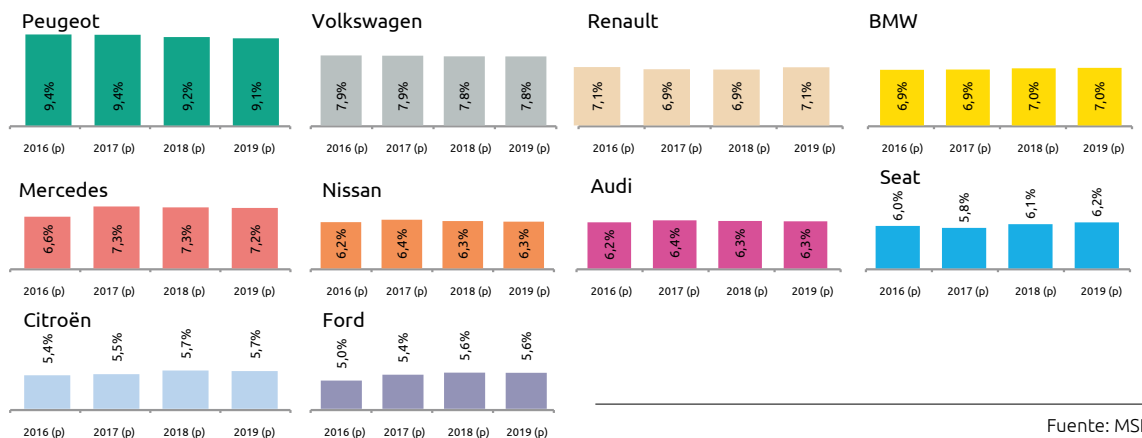
Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado



2016 traerá como novedad que Opel superará a Volkswagen como el fabricante que más turismos matricule. 2016 lo cerrará con un 8% de las nuevas matriculaciones, cayendo por debajo del 7,5% en los siguientes años. Volkswagen se mantendrá estable sobre niveles en torno al 7,5%, muy similar a los porcentajes que alcanzará Peugeot, mientras que Renault se acercará al 7% con el paso de los ejercicios. Seat y Citroën mantendrán cuotas superiores al 6% a lo largo de los próximos años.

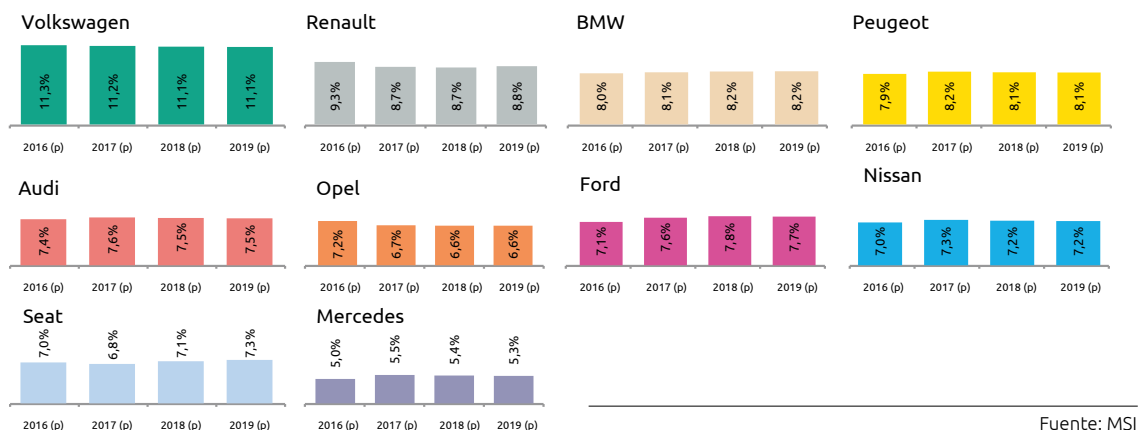


Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa



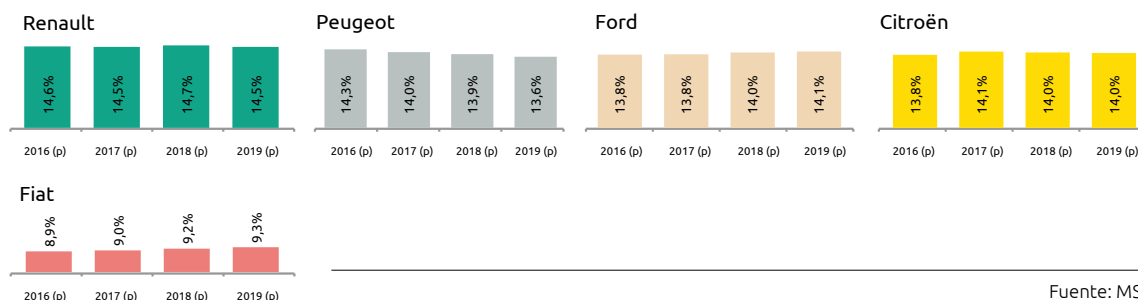
En el canal empresa Peugeot se mantendrá en cuotas cercanas al 9% en los próximos años, mientras que Volkswagen supondrá el 7,9% del crecimiento en matriculaciones del canal empresas. Renault experimentará un leve descenso en 2017 y 2018 para remontar hasta el 7,1% en 2019, mientras que BMW crecerá una décima porcentual en 2018 hasta alcanzar el 7,0% de cuota en 2019.

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



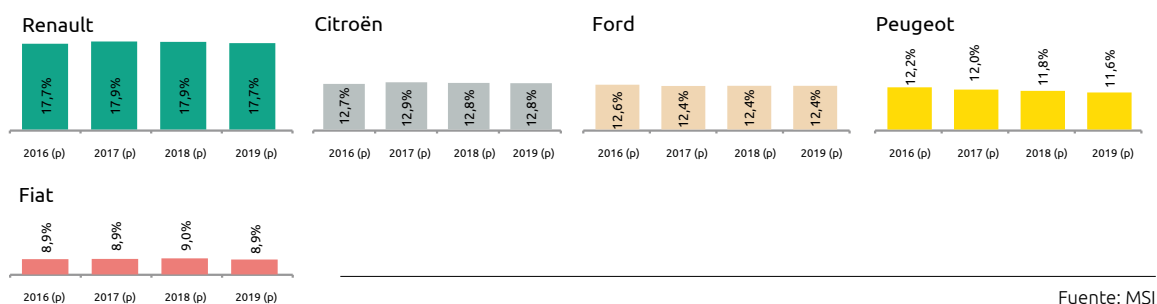
Volkswagen destaca como el fabricante más solicitado en el canal de renting con cuotas superiores al 11%. Renault y BMW superarán en el cuatrienio estudiado el 8% de cuota, mientras que Peugeot completará el cuarteto de los más demandados con porcentajes que oscilan sobre el 8%. Ford incrementará su cuota y alcanzará el 7,8% en 2018.

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



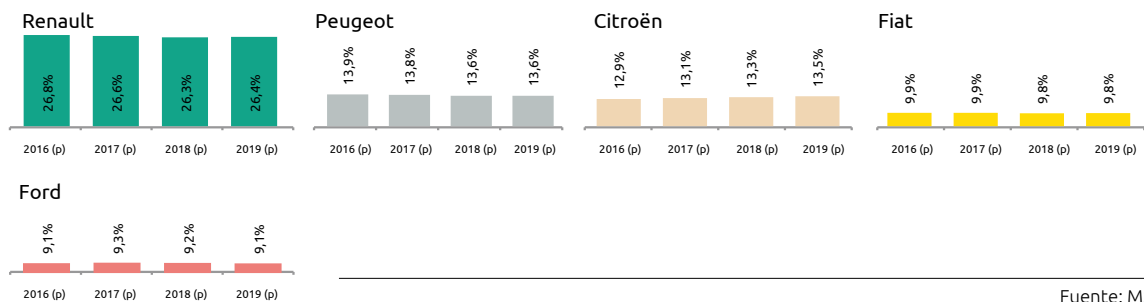
En el caso de los comerciales, Renault volverá a repetir como marca más vendida en 2016 (14,6%), seguida por Peugeot (14,3%), Ford y Citroën con el mismo porcentaje (13,8%).

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



En el canal de empresa Renault no tiene competencia (17,7%) en 2016, seguido por Citroën (12,7%) y Ford (12,6%). Completarán el quinteto de más vendidos Peugeot (12,2%) y Fiat (8,9%).

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



Renault (26,8%) también domina las preferencias en el mercado de comerciales de renting en 2016, con Peugeot (13,9%) y Citroën (12,9%) a ambos lados del podio. Fiat (9,9%) y Ford 9,1%) completan el quinteto de marcas más solicitadas.

Sociedad cambiante...

Pocos podían imaginar hace cinco años cuando la fabricación de vehículos había caído por debajo de los dos millones y cuando el mercado español marcaba uno de los registros más bajos de la historia reciente, que el automóvil sería hoy en día la punta de lanza de la industria y de la economía española. Sin embargo, a día de hoy, así es. Crecemos en producción, mantenemos la tendencia al alza en el mercado y la presencia en el mercado de las nuevas tecnologías se ha multiplicado por cinco en los últimos cinco años.

España, como país importante para la industria del automóvil, presenta un buen punto de partida hacia la conquista del horizonte cambiante que nos demanda la sociedad actual. La sociedad cambia a ritmos acelerados y tenemos que ser capaces de captar las tendencias globales para adelantarnos a las necesidades de la nueva sociedad.

Es un momento lleno de oportunidades y de desafíos. Fabricamos toda la gama de vehículos del mercado, hacemos coches tecnológicamente muy avanzados, estamos presentes en las nuevas propulsiones, vehículos híbridos, eléctricos, de gas, diésel, gasolina, etc. y además los exportamos a más de 120 países. El automóvil representa el 17% de las exportaciones totales del país y durante los tres últimos años, el sector del automóvil ha obtenido un superávit comercial de más de 16.000 millones de euros anuales, el equivalente al gasto de nuestro país en la compra de petróleo durante casi dos años.

Para mantener este escenario, debemos seguir avanzando en los aspectos que inciden directamente en la competitividad industrial. Temas como la formación, el contrato de relevo, la logística, la fiscalidad, la I+D+i, el desarrollo de un mercado interno más potente, etc., serán pieza clave en los próximos años.

Los fabricantes de vehículos ya no son tales, son proveedores de movilidad. Tenemos que atender a todas esas nuevas generaciones que nos solicitan soluciones de movilidad y una movilidad más eficiente, más segura, en definitiva, más sostenible. Por ello, nuestro mercado en los próximos años evolucionará hacia un mercado más eficiente. Ya lo está haciendo hoy en día, pero los cambios que se avecinan serán más perceptibles a medida que consigamos rejuvenecer el parque e introducir todas esas nuevas tecnologías que incorporan los nuevos vehículos.

Conducción autónoma, coches conectados, big data, etc., son términos que se manejan hoy en día de manera muy habitual. Por ello, es hoy más que nunca necesario poner los mimbres para tener un mercado más grande, pero también más sostenible. Los Planes como el PIVE están siendo un elemento crucial para que no se eleve aún más la edad media de nuestro parque, pero al ritmo que vamos hasta el año 2020 no empezará a descender la antigüedad del parque circulante. Una fiscalidad más acorde con la situación de un país fabricante de vehículos unido a la continuidad de Planes de Rejuvenecimiento y Planes de impulso al Vehículo



Alternativo, con una duración mayor que el actual, nos daría un nuevo paso de gigante hacia delante en la reconquista de la reindustrialización del país, situando a nuestro país de nuevo a la vanguardia de las soluciones de movilidad.

Y mucha gente se pregunta, ¿por qué el automóvil y no otro sector? Pues bien, el efecto transversal y multiplicador que tiene el automóvil no lo tiene casi ningún sector en la economía española. Al menos doce sectores productivos de primer nivel, como el transporte, el químico, el plástico, el caucho, etc., están direc-

tamente influenciado por los avatares de la industria del automóvil. Dando ese paso, también estaremos conquistando el futuro de nuestras generaciones, aportando un valor añadido y una formación que después desembocará en un empleo, proporcionando estabilidad y generando riqueza a la sociedad española.

Mario Armero

Vicepresidente ejecutivo de ANFAC para el
Observatorio del Vehículo de Empresa



[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO III

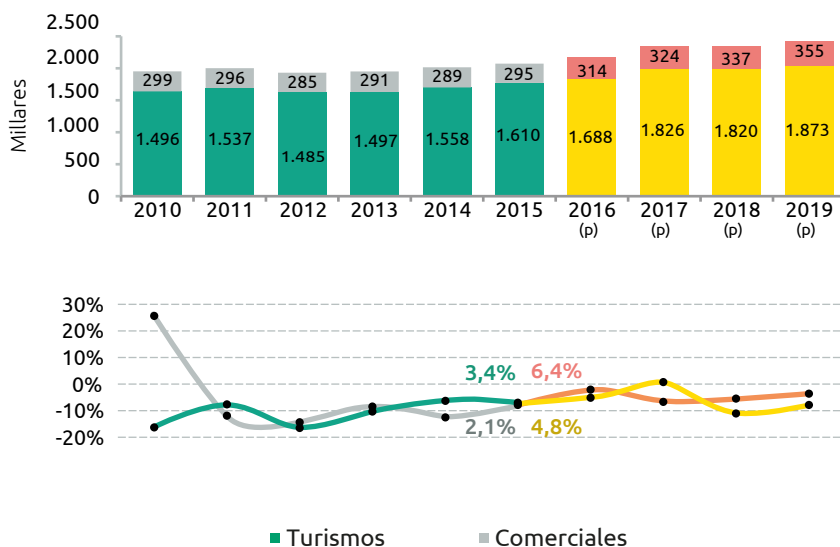
Mercado del vehículo de ocasión

03

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN

A. Evolución y previsión de las Ventas de VO

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



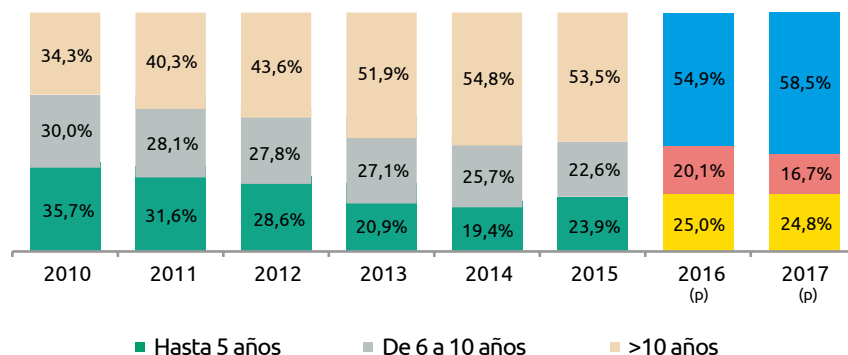
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las ventas de vehículos de ocasión (VO) mantuvieron en 2015 la pauta ascendente iniciada en los ejercicios precedentes y la subida total de 58.000 unidades deja al sector a las puertas de superar los dos millones de unidades vendidas. De nuevo el segmento de los turismos fue el motor del avance, al aumentar las ventas en 52.000 vehículos (3,4%), mientras que las de los comerciales crecieron un 2,1% y sumaron 6.000 unidades.

Las previsiones indican que 2016 mantendrá el incremento de las ventas del VO, que superarán por escaso margen la barrera de los dos millones de vehículos vendidos por primera vez desde el inicio de la crisis. Esta tendencia se mantendrá al alza durante los próximos ejercicios.

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

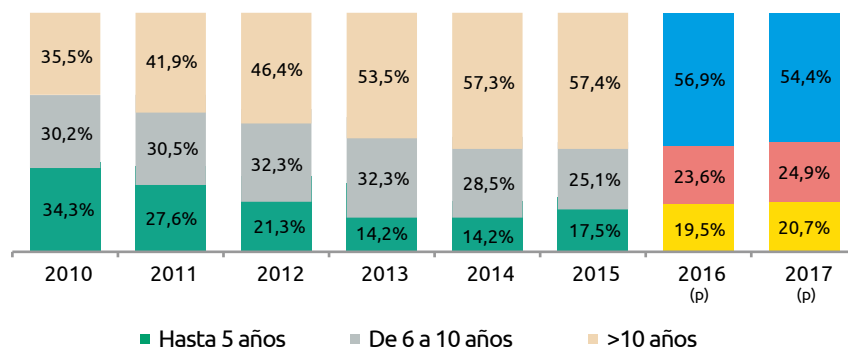
Gráfico III.2: Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El turismo de ocasión con una antigüedad superior a los diez años descendió ligeramente su peso dentro de las ventas de VO de su segmento en 2015, aunque se mantuvo como la opción preferida por los compradores, ya que representó el 53,5% del total, por el 22,6% de los vehículos de seis a diez años y el 23,9% de los que no supera el lustro de vida. Sin embargo, el retroceso es puntual y el envejecimiento del parque de turismos de ocasión volverá a crecer durante este año. En 2017 los vehículos más antiguos casi alcanzarán el 59% de las ventas.

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

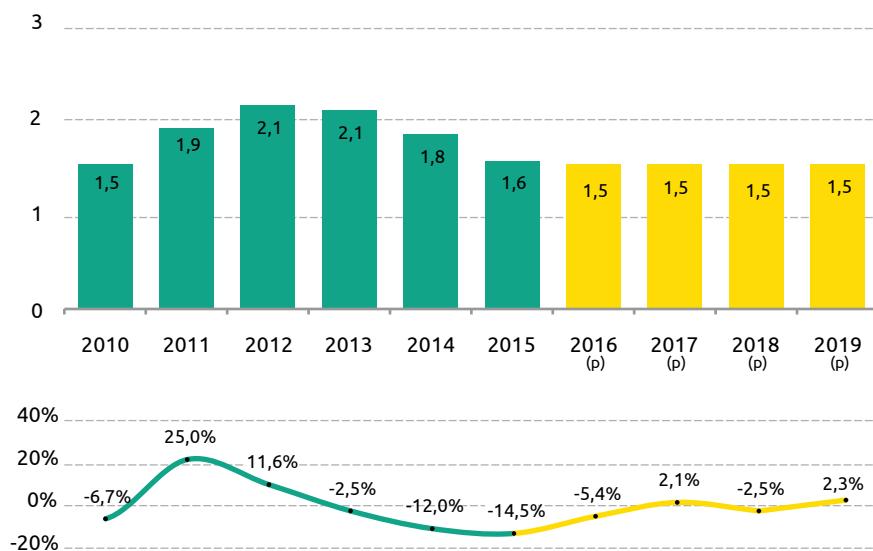


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

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 57,4% del total en 2015, números similares al ejercicio precedente. Las previsiones apuntan a un leve descenso de este porcentaje en 2016 y 2017, mientras que aumentarán las ventas de los vehículos menores de cinco años.

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo

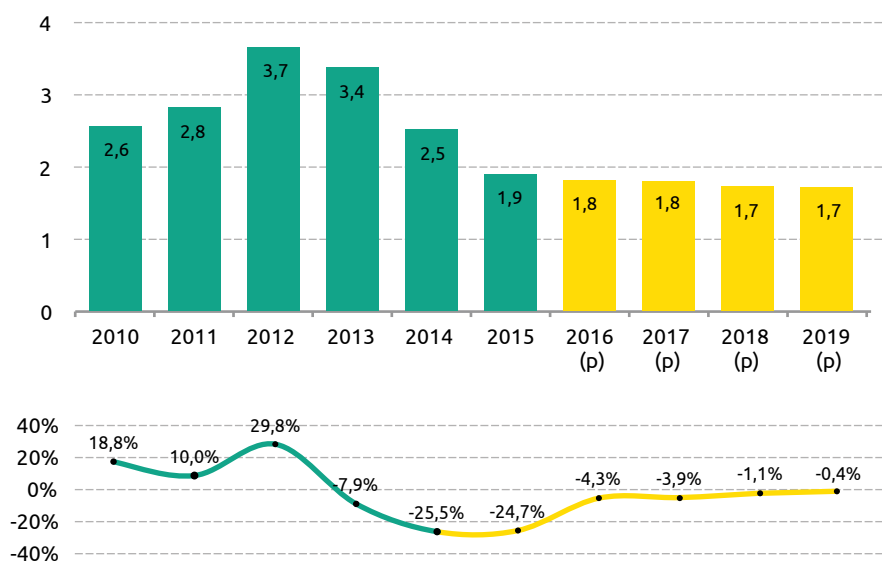
Gráfico III.4: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo – Turismos
(ratio en barras y evolución interanual en línea)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El aumento de la ratio del VO vs VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos provocada por la crisis, por lo que cada vez había más vehículos de ocasión por cada vehículo nuevo, se vio frenada en 2013 y el pasado ejercicio certificó esta tendencia, al bajar la ratio anual un 14,5% y situarse en un valor de 1,6. En las próximas campañas la ratio del VO/VN se estabilizará en 1,5 vehículos de ocasión por cada nueva unidad.

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 de la ratio VO vs VN en el caso del vehículo comercial se mantiene a la baja y en 2015 marcó una ratio de 1,9, es decir, por cada vehículo comercial nuevo matriculado hicieron lo propio 1,9 vehículos de ocasión. Las previsiones apuntan a que a partir de 2016 la ratio se estabilizará en un valor de 1,8 / 1,7.





D. Ventas de VO por tipo de combustible

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

	2015		2016 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	614.588	38,3%	669.588	35,5%	2,8%
Diesel	989.439	61,7%	1.122.672	64,5%	6,0%
Totales	1.604.669		1.687.635		

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. En 2016 la brecha entre ambas modalidades aumentará un poco más. Las previsiones sitúan muy cerca de 1,7 millones las ventas finales del año.

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

	2015		2016 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	8.093	2,7%	9.475	3,0%	17,1%
Diesel	287.037	97,3%	304.516	97,0%	6,1%
Totales	295.130		313.991		

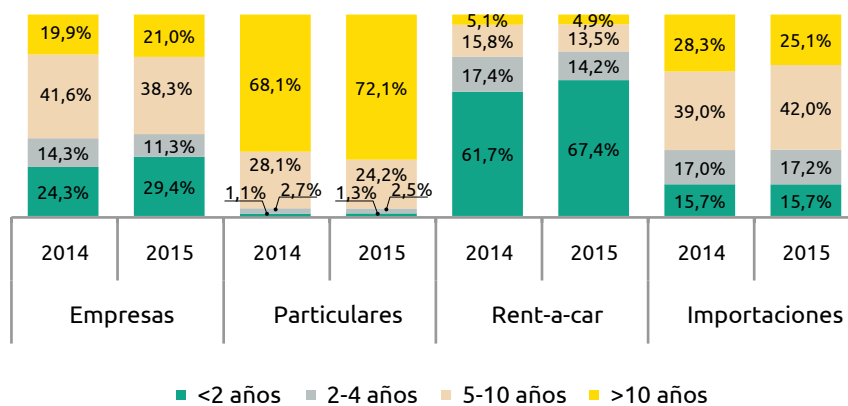
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los VO comerciales el uso de automóviles que no utilizan motores diésel continúa siendo anecdótico. En 2015 se vendieron 287.037 vehículos con esta motorización, lo que supone el 97,3% del mercado del VO en el segmento comercial. Para 2016 se prevé un nuevo aumento de las ventas de los diésel (6,1%), mientras que las de gasolina caerán un 17,1%.



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

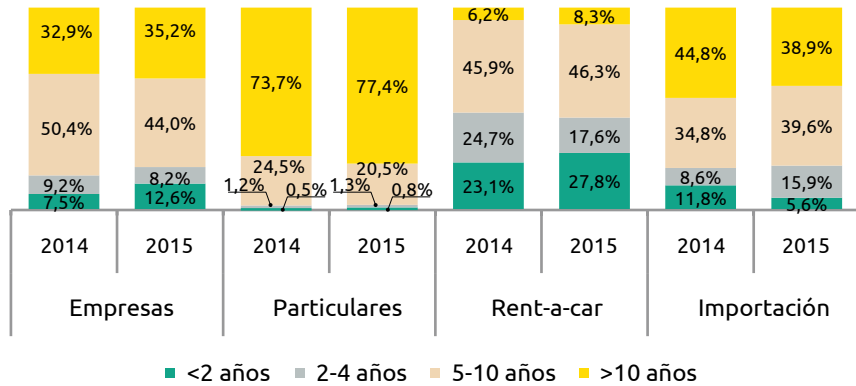
Gráfico III.6: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos



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 entre 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 el 72% de los VO que vendieron contaban con más de diez años, cuatro puntos porcentuales más que en 2014. Rent a car se encuentra en el lado opuesto. Sólo el 4,9% 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, que sumaron algo menos de siete 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 77,4% de VO vendidos procedentes de particulares tiene más de diez años y apenas se venden los modelos más modernos (0,8%), mientras que los de importación más antiguos alcanzan el 38,9%.

F. Evolución de las ventas de VO por segmento

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

	2015		2016		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Micro	76.841	4,8%	84.044	5,0%	9,4%
Pequeño	344.953	21,4%	359.871	21,3%	4,3%
Medio	456.284	28,3%	471.188	27,9%	3,3%
Medio Alto	289.957	18,0%	300.568	17,8%	3,7%
Alto	61.223	3,8%	63.455	3,8%	3,6%
Lujo	7.538	0,5%	8.337	0,5%	10,6%
Monovolumen Compacto	145.807	9,1%	156.297	9,3%	7,2%
Monovolumen Estándar	39.776	2,5%	41.128	2,4%	3,4%
Deportivos	26.697	1,7%	26.833	1,6%	0,5%
Todo Terreno Bajo	81.887	5,1%	88.938	5,3%	8,6%
Todo Terreno Medio	43.989	2,7%	49.954	3,0%	13,6%
Todo Terreno Alto	32.056	2,0%	35.272	2,1%	10,0%
Otros	3.145	0,2%	1.750	0,1%	-44,4%
TOTAL	1.610.153		1.687.635		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El podio en ventas VO según el segmento lo componen un año más los de tamaño medio, con 456.284 vehículos vendidos (28,3% del mercado), los de pequeño tamaño, con 344.953 transacciones (21,4%) y los de medio alto, que acumula 289.957 coches (18%) del total de mercado de ocasión. Estos segmentos mantienen casi sin cambios los porcentajes de cuota del año anterior.

Las previsiones para 2016 indican que las ventas del todo terreno medio serán las que registren un mayor incremento, al elevar sus peticiones un 13,6%, seguidas por el coche de lujo (10,6%), los todo terreno alto (10,0%) y los vehículos más pequeños y aptos para ciudad o micro (9,4%). Ningún segmento, a excepción de 'otros', empeorará sus números a lo largo de 2016.

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

	2015		2016 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Comerciales	5.798	2,0%	6.661	2,1%	14,9%
Derivados Turismos	134.912	45,7%	145.190	46,2%	7,6%
Microvan	261	0,1%	273	0,1%	4,7%
< 2 TN	3.014	1,0%	3.423	1,1%	13,6%
2 a < 2,7 TN	34.242	11,6%	35.625	11,3%	4,0%
2,7 Tn a < 3,5Tn	51.121	17,3%	56.361	18,0%	10,3%
3,5 Tn	42.291	14,3%	46.596	14,8%	10,2%
Otros	23.491	8,0%	19.862	6,3%	-15,4%
TOTAL	295.130		313.991		

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 134.912 unidades, lo que supone el 45,7% del mercado del VO, una cuota algo inferior 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 (14,3%), ambos sin cambios en su cuota de mercado. Las previsiones para 2016 mantienen la misma tendencia.



G. Evolución de las ventas de VO por cilindrada

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

	2015		2016 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	44.966	2,8%	50.369	3,0%	12,0%
1001 - 2000 cc	1.334.472	82,9%	1.393.240	82,6%	4,4%
2001 - 3000 cc	200.290	12,4%	210.754	12,5%	5,2%
3001 - 4000 cc	20.267	1,3%	21.161	1,3%	4,4%
4001 - 5000 cc	8.547	0,5%	9.264	0,5%	8,4%
> 5000 cc	2.311	0,1%	2.846	0,2%	23,2%
TOTAL	1.610.153		1.687.635		

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 82,9% de los VO vendidos en 2015, la misma cuota que los últimos ejercicios y la previsión para 2016 apenas 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 algo más de 1,5 millones de VO entre 1.001 y 3.000 cc.

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

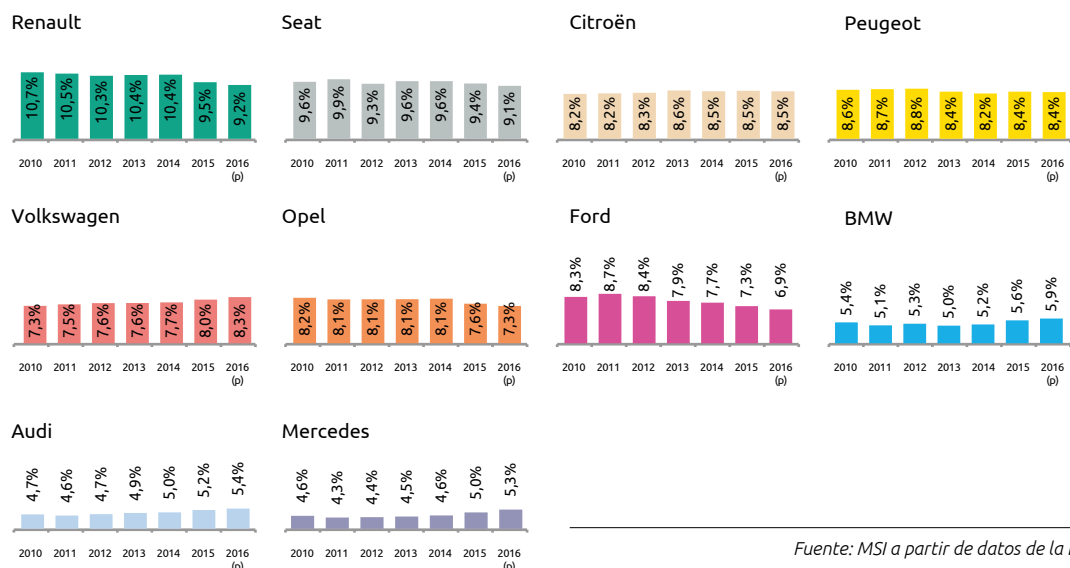
	2015		2016 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
0 - 1000 cc	1.609	0,5%	1.532	0,5%	7,0%
1001 - 2000 cc	187.512	63,5%	198.138	63,1%	7,3%
2001 - 3000 cc	105.468	35,7%	113.652	36,2%	4,5%
3001 - 4000 cc	538	0,2%	659	0,2%	6,8%
4001 - 5000 cc	3	0,0%	10	0,0%	5,0%
TOTAL	295.130		313.991		

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 (63,5%) y los de 2.001 a 3.000 cc (35,7%). En 2016 se estima un mayor crecimiento del segmento de entre 1.001 y 2.000 cc (7,3%), seguido por el de 0 a 1.000 (7,0%).

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

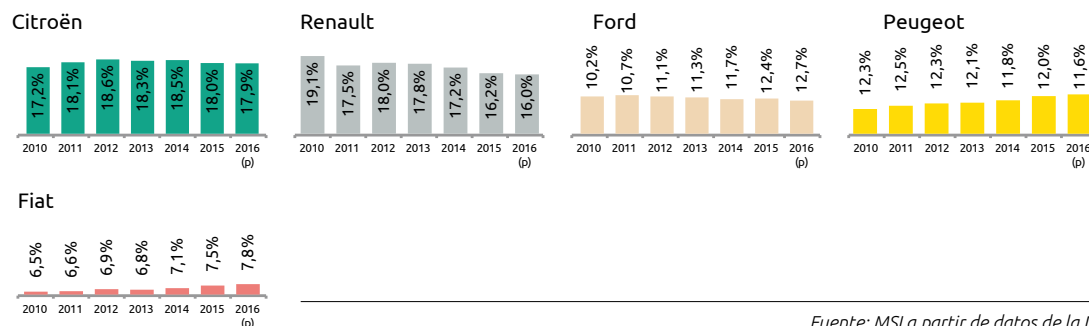
Gráfico III.8: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Renault y Seat se mantuvieron en 2015 como las marcas que más vehículos de ocasión vendieron, ambas con cuotas que rondan el 9,5%. Renault cedió casi un punto porcentual con respecto a 2014, y la previsión para 2016 es que pierda algunas décimas. Seat también continuará con la leve cesión de cuota en 2016. Citroën y Peugeot se situaron cerca del 8,5% en 2015 y Volkswagen alcanzó el 8%, mientras que Opel y Ford continúan 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



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los VO comerciales, las dos marcas predominantes son un año más Citroën, con un 18% de las ventas, y Renault con el 16,2%. Peugeot (12,4%) y Ford (12%) se sitúan a continuación en el ranking mientras que Fiat queda por debajo de los dos dígitos (7,5%) aunque aumenta el porcentaje respecto de 2014.

En 2016 las posiciones en el ranking se mantienen estables, aunque Renault y Ford perderán unas décimas de cuota en beneficio de Peugeot y Fiat.





[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO IV

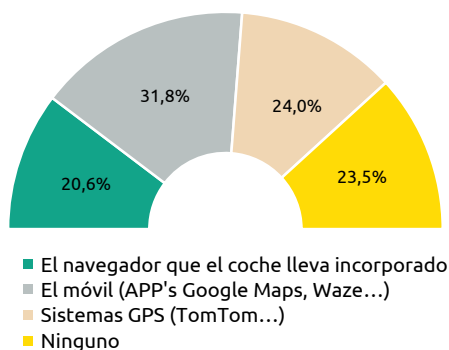
Equipamientos

04

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas

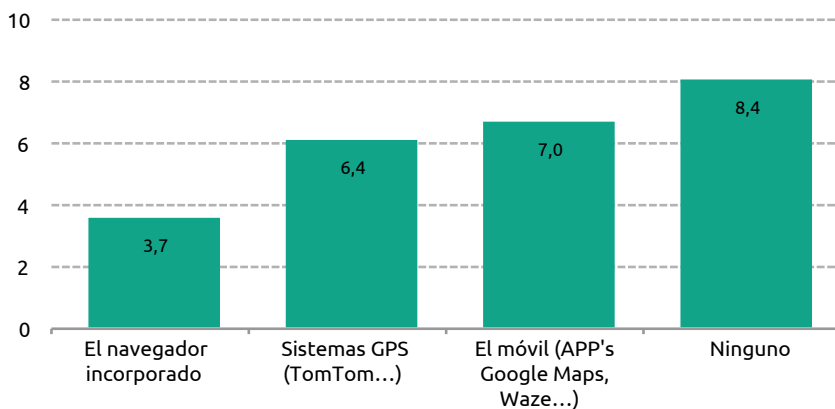
Gráfico IV.1: Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas



Fuente: CVO

El teléfono móvil destaca como el complemento preferido por los usuarios de vehículos de empresa para diseñar y optimizar las rutas, al ser utilizado por casi un 32% de los conductores. Los sistemas de navegación no integrados son usados en el 24% de los coches, mientras que sólo el 20,6% de los vehículos cuenta con navegador integrado de serie.

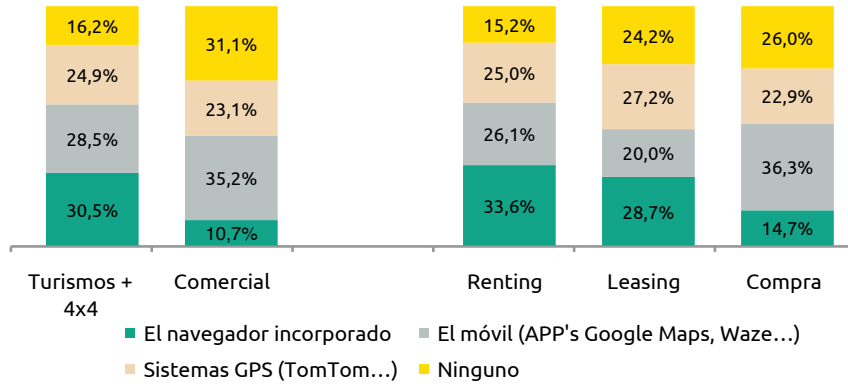
Gráfico IV.2: Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas



Fuente: CVO

La edad media de los vehículos muestra con claridad la evolución de los sistemas de navegación. Así, los que no cuentan con ningún sistema superan los 8 años de edad media, frente a los 3,7 años de antigüedad de los que llevan el navegador de serie (integrado). Los vehículos donde se llevan equipos externos, bien sean teléfonos móviles o sistemas GPS (Tom Tom o similares) rondan los siete años de edad.

Gráfico IV.3: Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas por tipología de vehículo y método de financiación

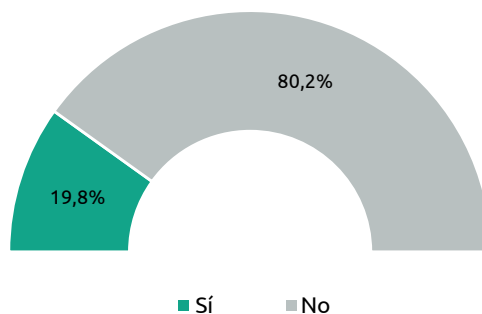


Fuente: CVO

Los turismos y los 4x4 son los vehículos en los que está más implantado el navegador, un 30,5% lo tiene integrado y un 53,4% lo utiliza como equipo externo (GPS o aplicaciones móviles). Solo un 16,2% no lo utiliza, frente al 31,1% que no lo usa en el caso de los vehículos comerciales. Si se toma como referencia el tipo de financiación, los vehículos de renting son los que en mayor medida tienen instalados de serie sistemas de GPS (33,6%), seguido muy de cerca por los vehículos en leasing (28,7%). Los que han sido comprados por la propia compañía presentan el menor porcentaje de integración (14,7%), sin embargo son los que en mayor medida usan dispositivos externos (59,2%).

B. Dispositivos telemáticos

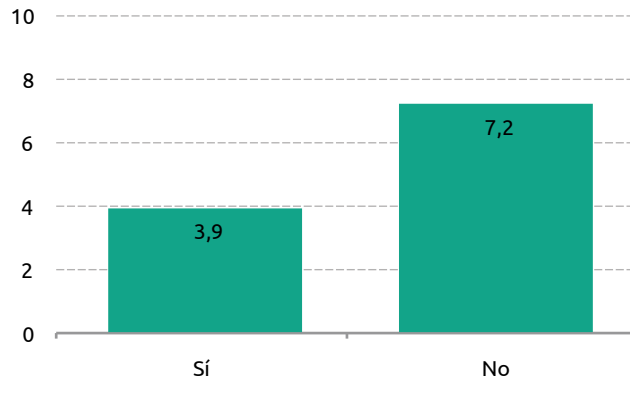
Gráfico IV.4: Implantación de dispositivo telemático



Fuente: CVO

La implantación de dispositivos telemáticos, que aportan servicios de valor añadido según las necesidades del usuario y permiten construir tarifas de seguro adaptadas, de momento sólo están implantadas en el 19,8% de los vehículos.

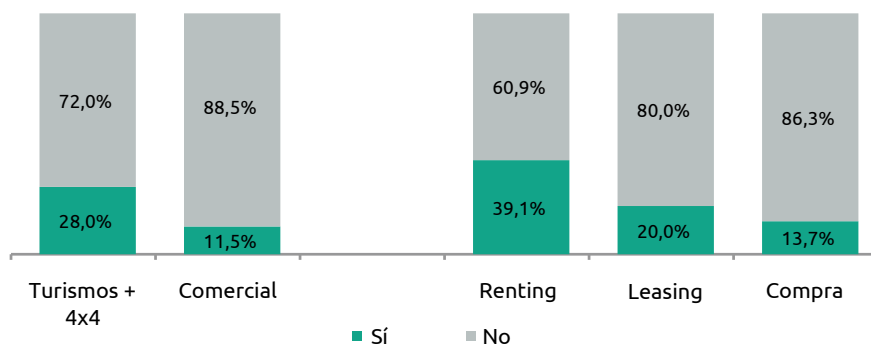
Gráfico IV.5: Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático



Fuente: CVO

La implantación del sistema telemático es más habitual en los vehículos que cuentan con una media de edad inferior a los cuatro años. Los automóviles más longevos, con una antigüedad superior a siete años, no suelen utilizar este tipo de tecnología, relativamente novedosa.

Gráfico IV.6: Implantación de dispositivo telemático por tipología de vehículo y método de financiación

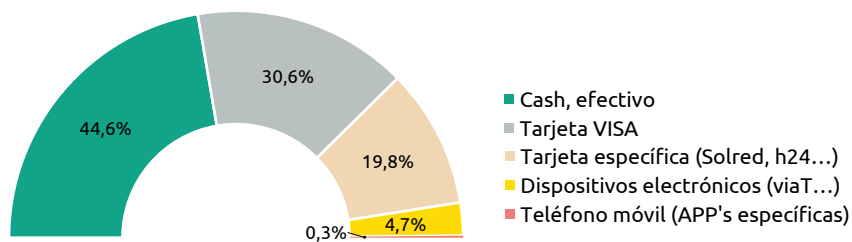


Fuente: CVO

La opción del dispositivo telemático es casi inexistente en los vehículos comerciales, mientras que esta tecnología abarca el 28% de turismos y todoterreno. En relación al método de financiación, el renting (39,1%) es la modalidad que incorpora en mayor medida este tipo de dispositivos tecnológicos, mientras que en el leasing alcanza el 20% y en la compra directa apenas llega al 13,7% de las unidades.

C. Medios de pago

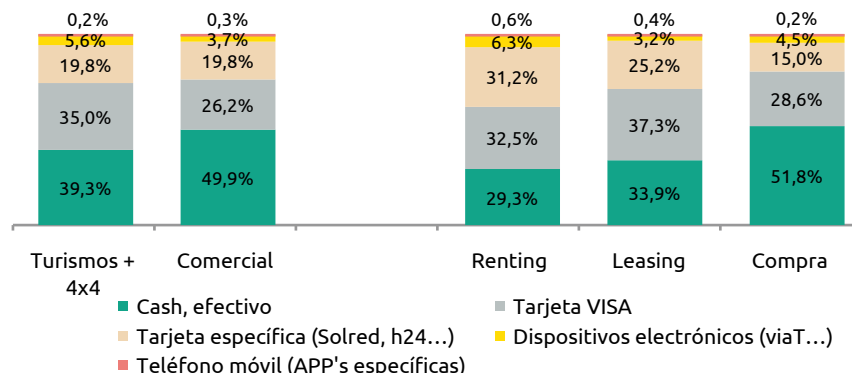
Gráfico IV.7: Medios de pago usados en los servicios relacionados con la movilidad en los vehículos



Fuente: CVO

El pago en efectivo, al igual que en el resto de sectores de la sociedad, es la principal opción a la hora de hacer frente a los gastos de los servicios relacionados con la movilidad de los vehículos. La tarjeta bancaria es la segunda elección, al acumular el 30,6% de las transacciones, seguidas por las tarjetas corporativas o privadas (19,8%) y los dispositivos específicos (4,7%).

Gráfico IV.8: Medios de pago usados en los servicios relacionados con la movilidad en los vehículos por tipología de vehículo y método de financiación



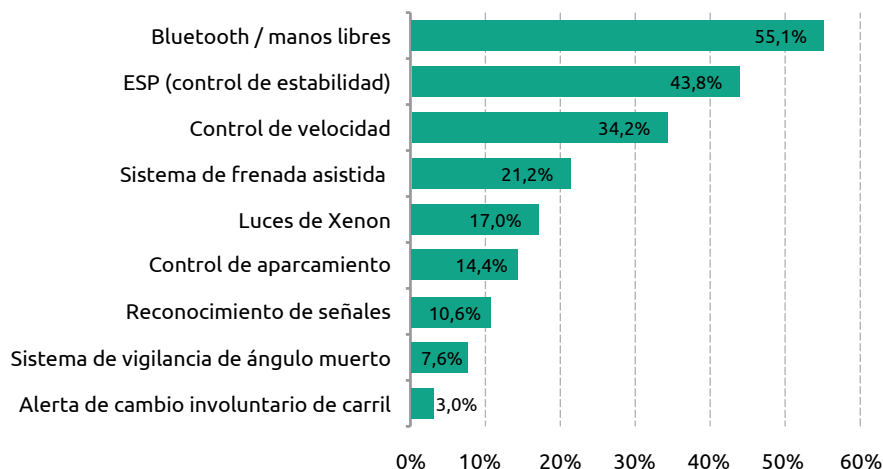
Fuente: CVO

La mitad de los usuarios de vehículos comerciales se decantan por el efectivo para el pago de los servicios de movilidad, porcentaje que desciende hasta el 39,3% en los turismos y todoterreno. El pago con tarjeta bancaria es más utilizado por estos últimos (35%), mientras que el uso de tarjetas privadas es idéntico en ambos casos. En lo que se refiere al método de financiación, los vehículos adquiridos de forma directa son los que más utilizan el cash, seguidos de los de leasing (33,9%) y renting (29,3%), siendo estos últimos los que utilizan en mayor medida los medios de pagos más específicos (tarjetas específicas tipo Solred, h24, etc.) y más tecnológicos (dispositivos electrónicos y teléfonos móviles).

II. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD

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

Gráfico IV.9: Integración de equipos de seguridad en el vehículo

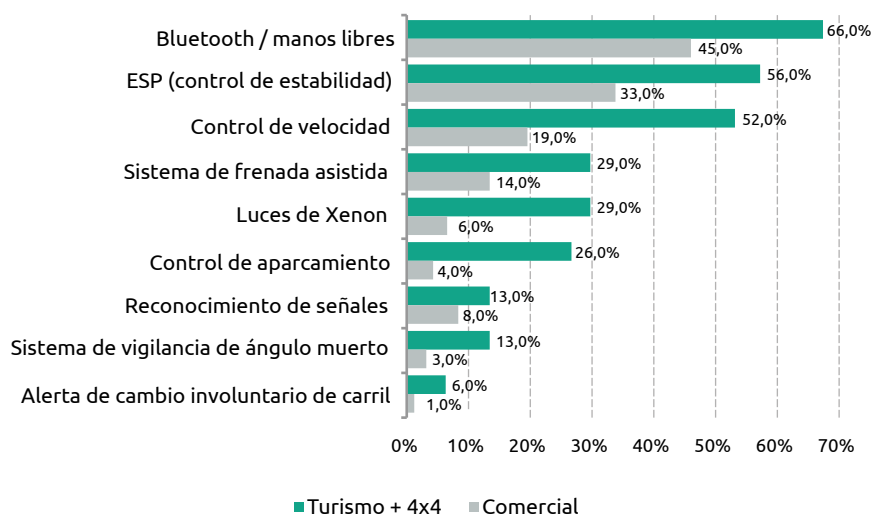


Fuente: CVO

La necesidad de estar comunicado y a la vez no perder atención en la conducción se refleja en la implantación de dispositivos de manos libres, que alcanza al 55,1% de los vehículos, por delante del control de estabilidad (43,8%) y el control de velocidad (34,2%), que conforman el trío de equipamientos de seguridad más demandados. El sistema de frenada asistida (21,2%), las luces de Xenon (17%), el control de aparcamiento (14,4%) y el reconocimiento de señales (10,6%) son otros de los elementos más representativos, mientras que el sistema de vigilancia del ángulo muerto (de 4,8% en 2015 a 7,6% en 2016) y la alerta de cambio involuntario de carril (del 1,9% en 2015 al 3% en 2016) son opciones que ganan peso con el paso de los años.

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

Gráfico IV.10: Integración de equipos de seguridad por tipología de vehículo



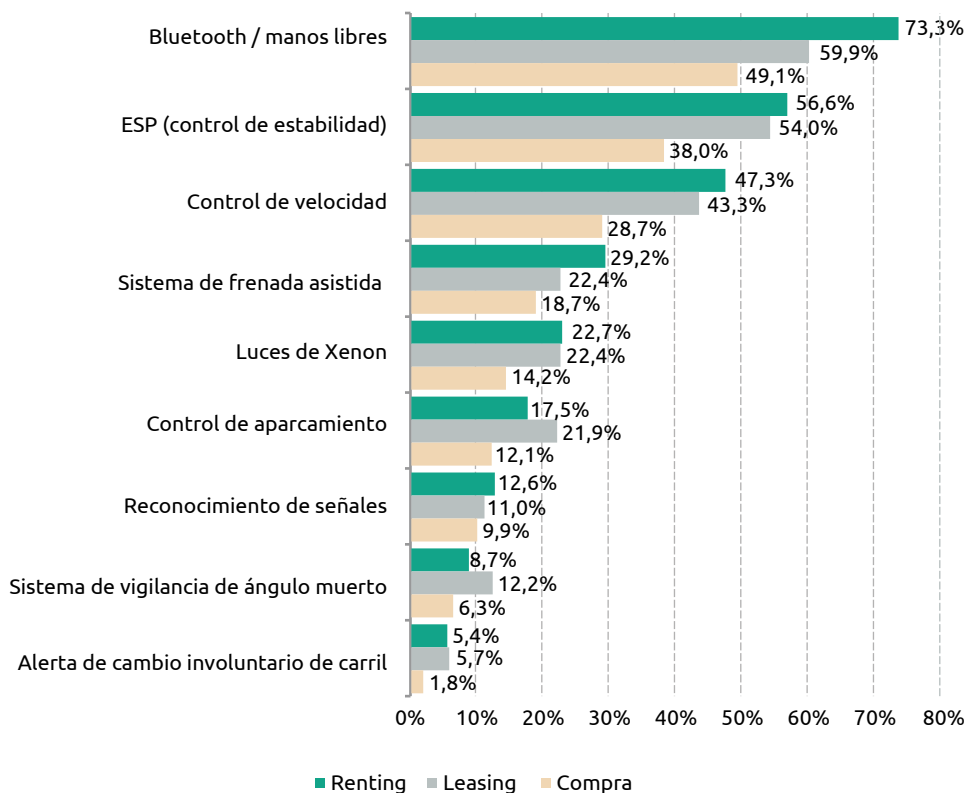
Fuente: CVO

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 y los controles de estabilidad y velocidad. Estos elementos también son los más requeridos en los comerciales, pero en porcentajes muy inferiores.



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

Gráfico IV.11: Integración de equipos de seguridad por método de financiación



Fuente: CVO

Los vehículos de renting superan al resto de modalidades de financiación en los sistemas más demandados como el manos libres (73,3%), control de estabilidad (56,6%), control de velocidad (47,3%) y sistema de frenada asistida (22,4%). Los coches de leasing optan en mayor medida que los demás por el control de aparcamiento (21,9%), y el sistema de vigilancia del ángulo muerto (12,2%). Los coches de compra directa son los que cuentan en menor medida con las diferentes opciones de seguridad.



[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO V

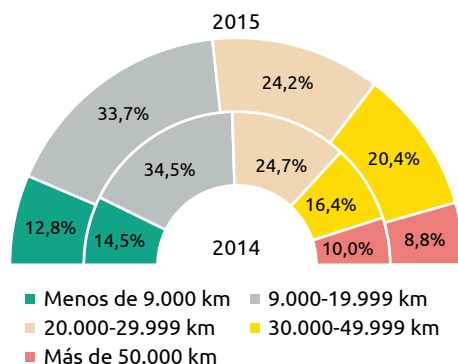
Mantenimiento

05

I. INTRODUCCIÓN

A. Kilometraje anual

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2015 vs 2014

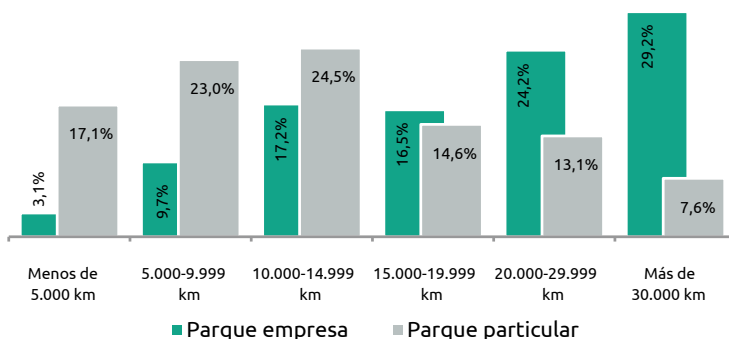


Fuente: CVO

El parque de vehículos de empresa tiene en la horquilla comprendida entre 9.000 y 20.000 kilómetros anuales (33,7%) el tramo medio más habitual, seguido del tramo entre 20.000 y 30.000 kilómetros anuales (24,2%).

En comparación con el año 2014, el kilometraje anual recorrido por los vehículos de empresa se ha reducido en todos los tramos reseñados con excepción de aquellos vehículos que han recorrido entre 30.000 y la frontera con los 50.000 kilómetros anuales, único tramo en el que ha aumentado el porcentaje, que pasa a ser el 20,4% del total, frente al 16,4% del año anterior.

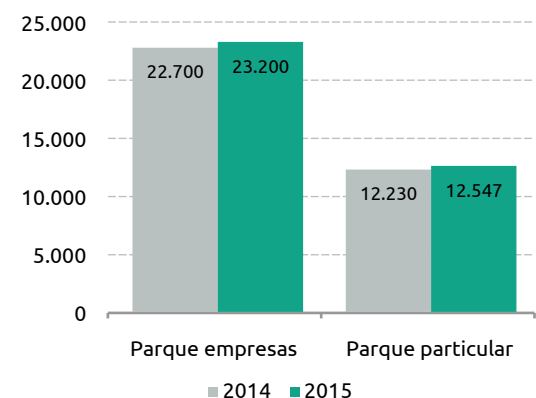
Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular



Fuente: CVO

El principal uso del automóvil por parte del usuario privado vuelve a situarse un año más por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, lo que indica una menor intensidad de utilización en este segmento. A partir de este volumen de uso 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 2015 y 2014



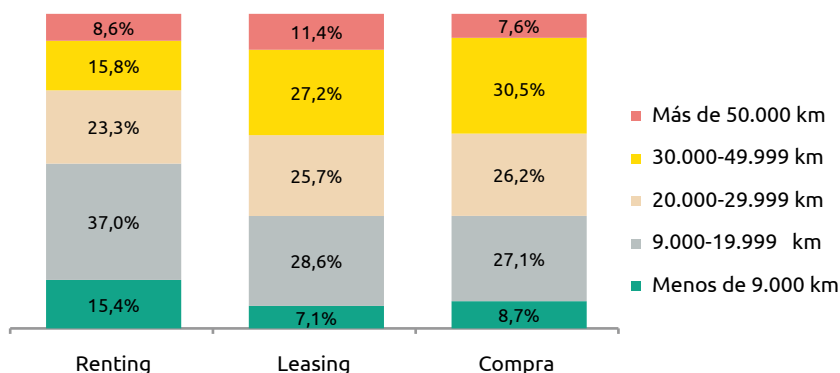
Fuente: CVO

El kilometraje medio anual de los vehículos que circulan por las carreteras españolas varió al alza de forma leve en comparación con el ejercicio precedente. En el parque de empresas se sumaron 23.200 kilómetros de media, 500 kilómetros más que el año anterior, mientras que en los vehículos particulares aumentó poco más de 300 kilómetros, para situar la media en el entorno de los 12.500 kilómetros anuales.

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



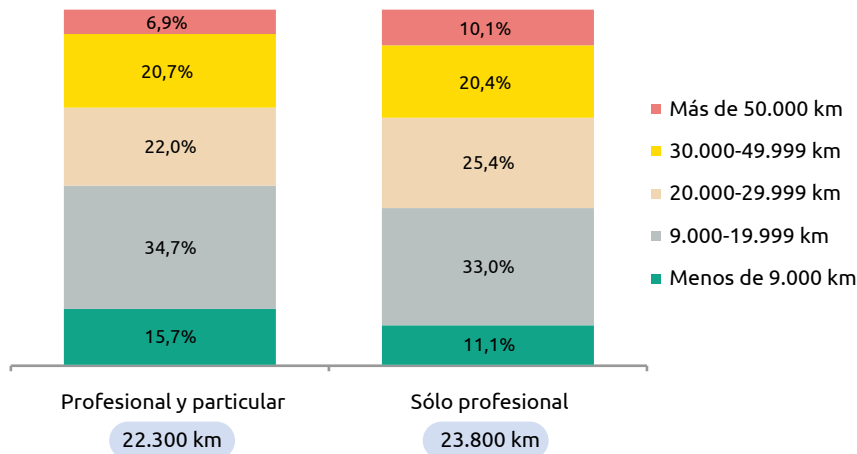
Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación



Fuente: CVO

La franja comprendida entre 9.000 y menos de 20.000 kilómetros anuales es la que prevalece en los vehículos financiados mediante renting (37%) y leasing (28,6%), mientras que los automóviles adquiridos por compra directa circulan más en la horquilla que comprende entre los 30.000 y el límite con los 50.000 kilómetros anuales (30,5%). Más de la mitad de los vehículos adquiridos mediante renting (52,4%) no superaron en 2015 los 30.000 kilómetros de media.

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



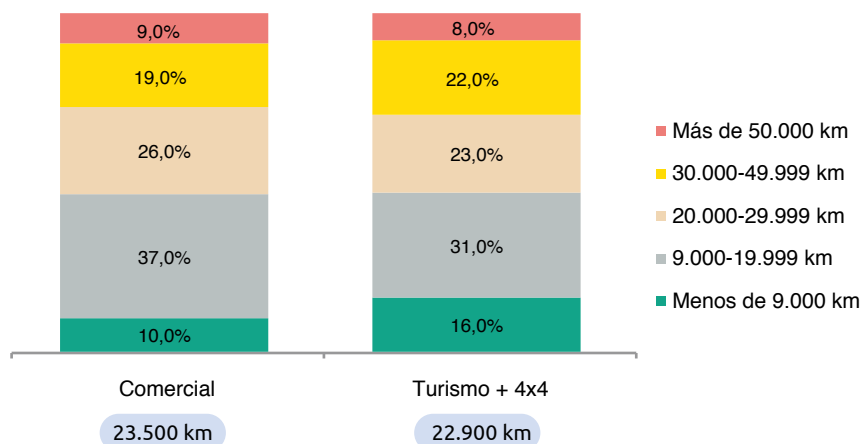
Fuente: CVO

El uso exclusivamente profesional del vehículo prevalece sobre el que combina la utilización tanto para trabajar como para actos privados. El uso profesional cuenta con un kilometraje medio anual de 23.800 kilómetros, frente a los 22.300 de uso mixto.



C. Kilometraje anual por tipo de vehículo

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

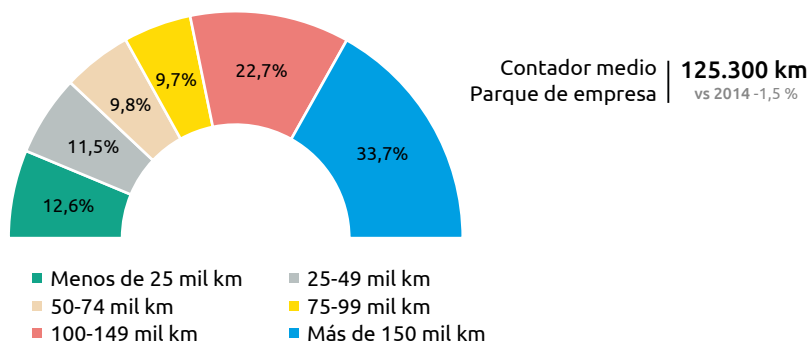


Fuente: CVO

En lo que se refiere al kilometraje anual por tipo de vehículo, un año más los comerciales son los que más kilómetros recorren, con 23.500 kilómetros de media, frente a los turismos y todoterreno, con 22.900 kilómetros. En ambos casos la franja entre 9.000 y 19.999 kilómetros es la más común, y destaca que el número de kilómetros totales recorrido creció un 5% en 2015 con relación al año anterior.

D. Kilometraje en el contador

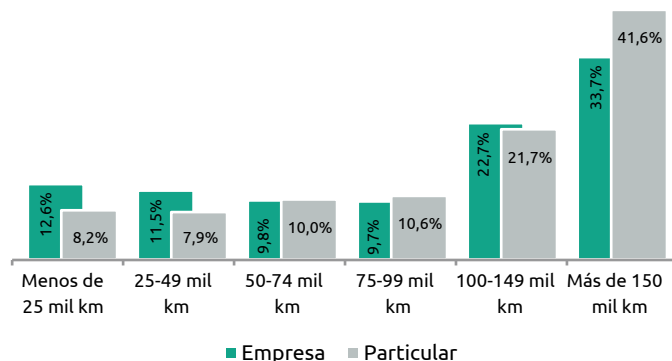
Gráfico V.7: Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa



Fuente: CVO

Los vehículos de empresa redujeron levemente el kilometraje acumulado. El contador marcó el pasado año una media de 125.300 kilómetros, con lo que se redujo un 1,5% en un año. Lo que no varía es que más de un tercio de estos vehículos supera los 150.000 kilómetros, y más de la mitad del parque total (56,4%) suma más de 100.000.

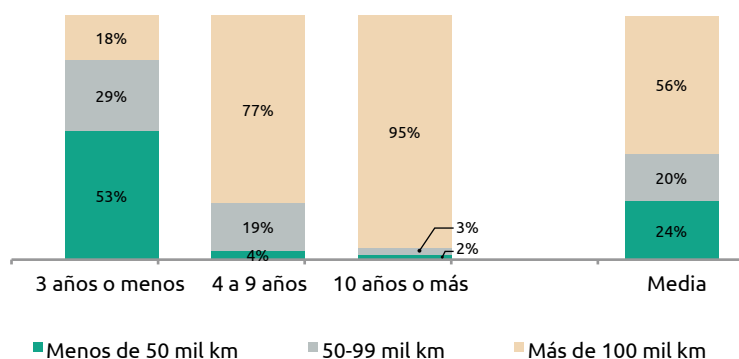
Gráfico V.8: Kilometraje acumulado parque empresas Vs. parque particular



Fuente: CVO

Los vehículos pertenecientes a usuarios particulares mantienen un kilometraje acumulado medio superior en comparación con los de empresa, ya que la rotación es menor por lo que se alarga más el tiempo de vida del vehículo. El 63,3% supera los 100.000 kilómetros, frente al 56,4% ya reseñado en el punto anterior del parque de empresas. En las franjas más bajas de kilometraje acumulado el vehículo de empresa se impone, aunque a partir de 75.000 kilómetros el protagonismo corresponde a los particulares, con la excepción de la horquilla comprendida entre 100.000 y 149.000 kilómetros.

Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo

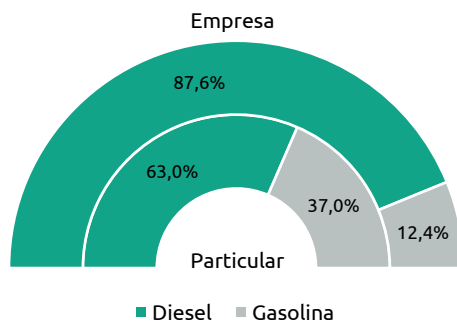


Fuente: CVO

España tiene un parque de vehículos envejecido, con una edad media que supera los 11 años y donde más de la mitad de los vehículos (56%) cuenta con más de 100.000 kilómetros recorridos, porcentaje que se acrecienta a partir de los cuatro años de antigüedad (77%).

E. Tipo de motor

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

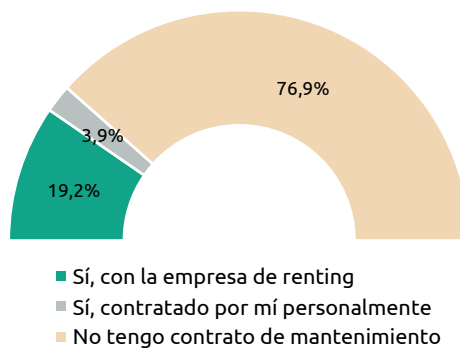


Fuente: CVO

El vehículo con motorización de gasolina es casi una excepción en el parque de empresas, ya que las firmas se decantan mayoritariamente por vehículos diésel (87,6%). La proporción varía en el caso de los particulares, donde algo más de un tercio (37%) opta por los coches de gasolina.

F. Contrato de mantenimiento

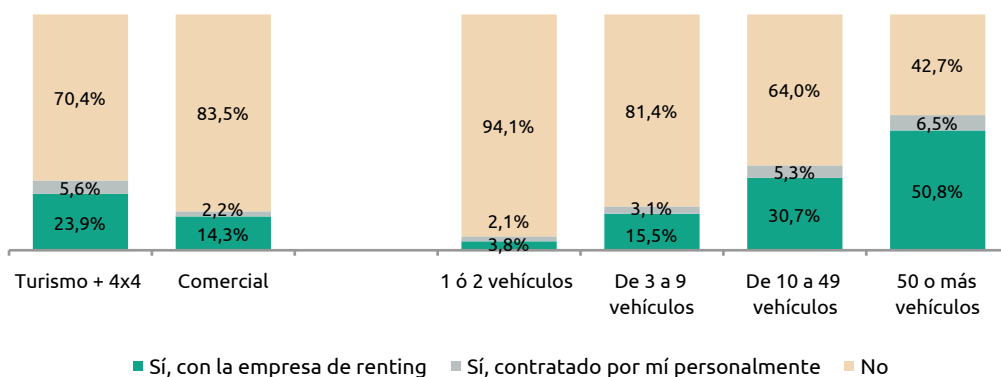
Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento



Fuente: CVO

El contrato de mantenimiento del vehículo es descartado por una amplia mayoría de los usuarios (76,9%). El 19,2% opta por suscribirlo con la empresa de renting, mientras que un 3,9% decide contratarlo a título individual.

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



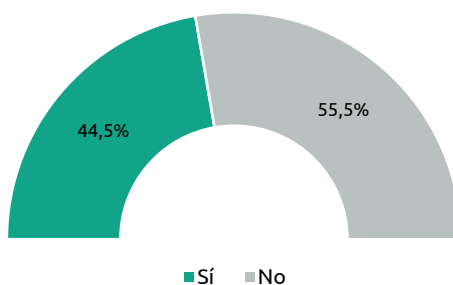
Fuente: CVO

La contratación de servicios de mantenimiento es una práctica más usual en las grandes empresas. La mitad de las firmas con más de 50 vehículos lo suscribe, mientras que las que cuentan con menos de nueve automóviles desisten de su suscripción en un 81,4% de los casos (94,1% en el caso de los que cuentan con 1 o 2 vehículos). Estas opciones son más requeridas para turismos y todoterreno (23,9%) que entre los comerciales (14,3%).

II. NEUMÁTICOS

A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2015

Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2015

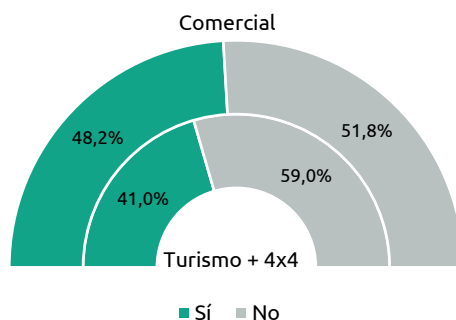


Fuente: CVO

Los porcentajes de coches que han efectuado un cambio de neumáticos en 2015 apenas han variado en relación al ejercicio anterior. El 44,5% de los vehículos de empresa realizó un cambio de neumático el pasado año, frente al 55,5% que los mantuvo.

B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo

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

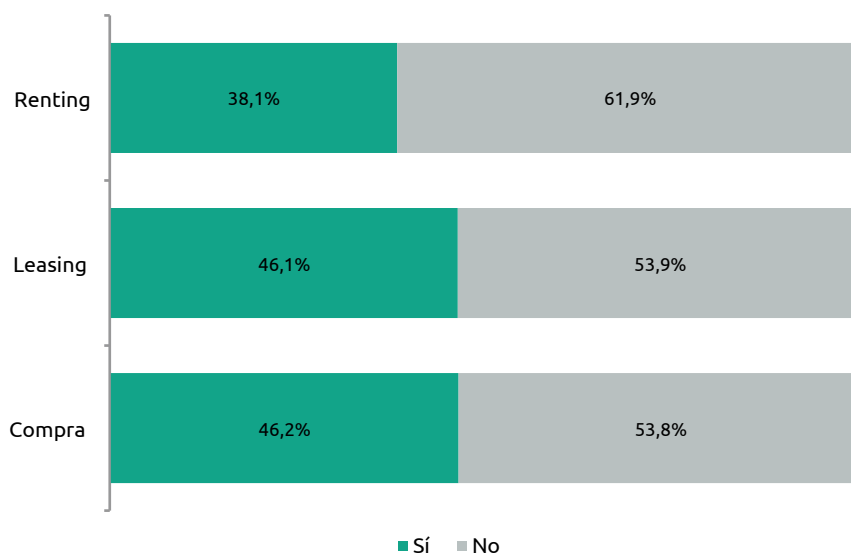


Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, el 48,2% de los comerciales cambió sus neumáticos, frente al 41% de los turismos y todoterreno, en parte explicado por el mayor número de kilómetros que realizan los primeros.

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

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



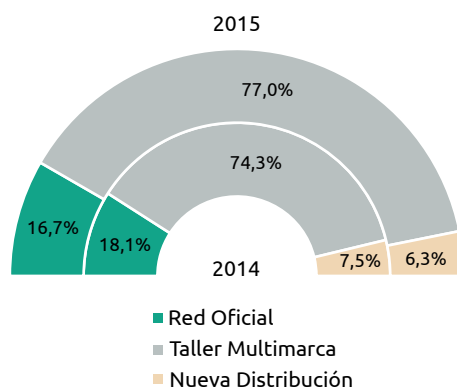
Fuente: CVO



Si se toma en cuenta el método de financiación, los vehículos adquiridos a través de leasing y compra directa fueron los que acudieron en mayor medida al taller para cambiar los neumáticos, con porcentajes prácticamente idénticos (46,1% y 46,2% respectivamente).

D. Lugar de reparación

Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2015 vs. 2014



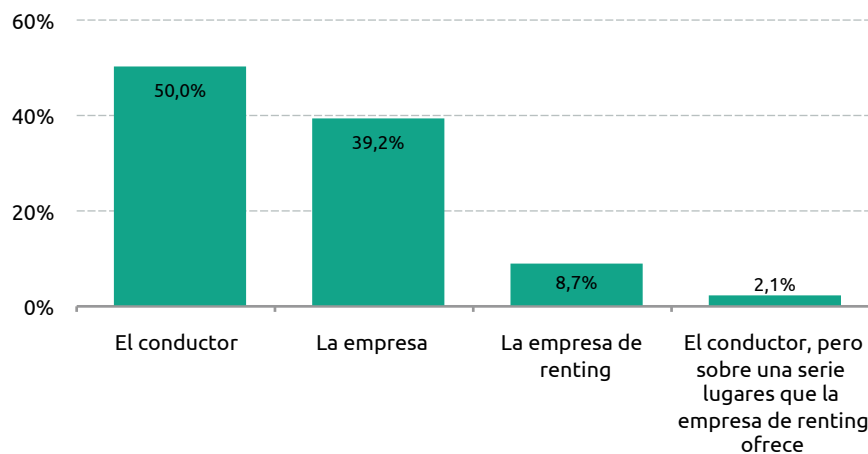
Fuente: CVO

El predominio de los talleres multimarca como centro de reparación preferido para el cambio de neumáticos volvió a crecer en 2015, ya que este tipo de centros fue visitado por el 77% de los vehículos. La red oficial cede terreno pero se mantiene en segundo lugar por orden de preferencia con el 16,7%, al igual que la nueva distribución, que cae hasta el 6,3%.



E. Decisión de la elección del taller

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

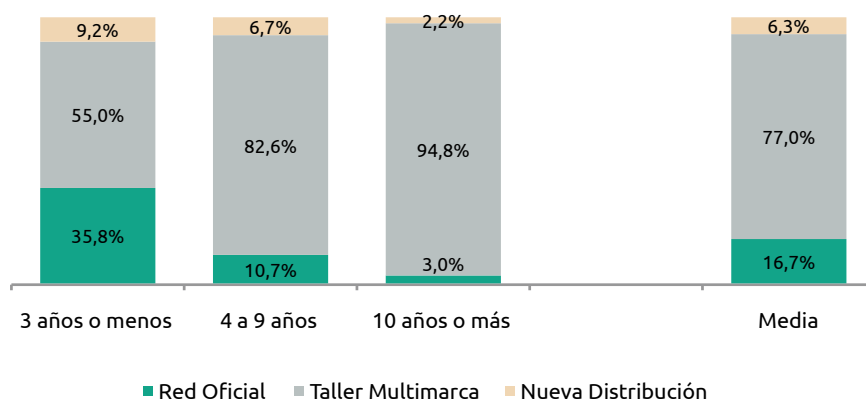


Fuente: CVO

El conductor decide en la mitad de las ocasiones el taller en el que efectúa el cambio de neumáticos, mientras que la empresa lo hace en un 39,2% de las veces. Las empresas de renting son las que deciden en un 8,7% de las ocasiones y ofrecen opciones al usuario en el 2,1% restante.

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

Gráfico V.18: Centro de reparación según antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento



Fuente: CVO

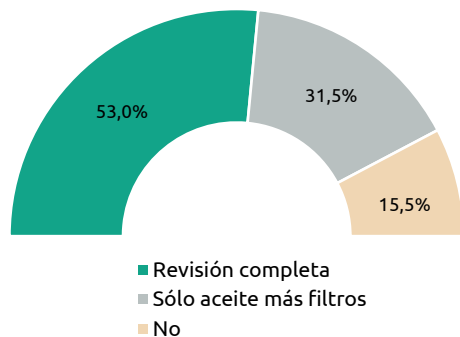
Los talleres multimarca son los preferidos para el cambio de neumáticos con independencia de la antigüedad del vehículo, ya que son utilizados por un 77% de los coches, aunque crece su utilización a medida que aumenta la edad del mismo. Los últimos vehículos en incorporarse al mercado son los que más optan por talleres oficiales para cambiar sus neumáticos (35,8%). De media, la red oficial recibe el 16,7% de los vehículos y sólo el 6,3% opta por las últimas modalidades.



III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2015

Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2015

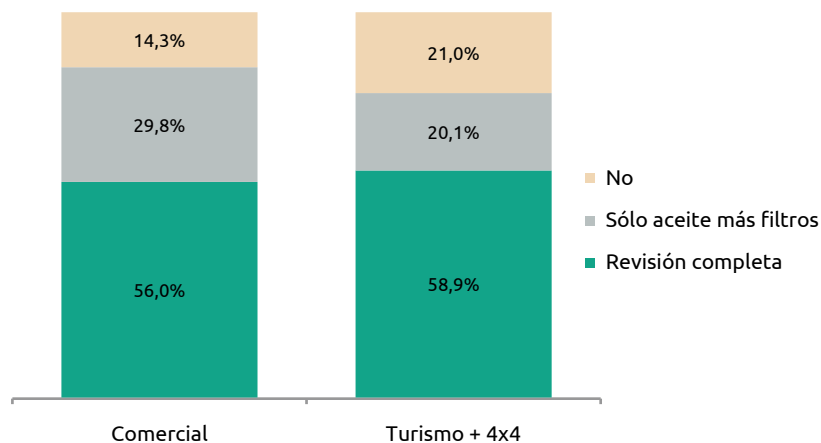


Fuente: CVO

Más de la mitad (53%) de los vehículos de empresa pasó una revisión completa en 2015, mientras que el 31,5% optó por opciones más imprescindibles como el cambio de aceite y filtros. El 15,5% no pisó el taller.

B. Por tipología de vehículo

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

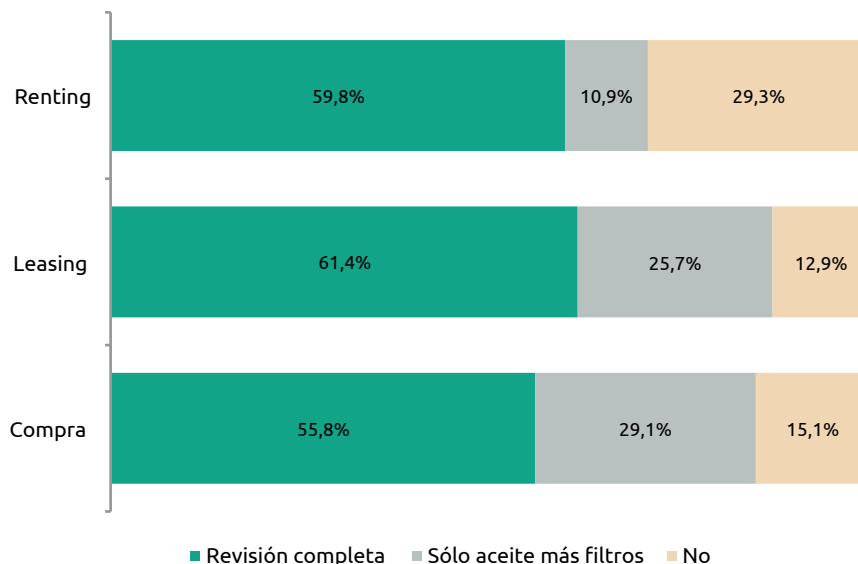


Fuente: CVO

Por tipo de vehículo, los turismos y todoterreno son los que acuden en mayor proporción al taller para pasar una revisión completa, aunque un mayor porcentaje de comerciales acuden al servicio técnico, tanto para mantenimientos completos como rutinarios sobre el aceite (87,8%).

C. Según método de financiación

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

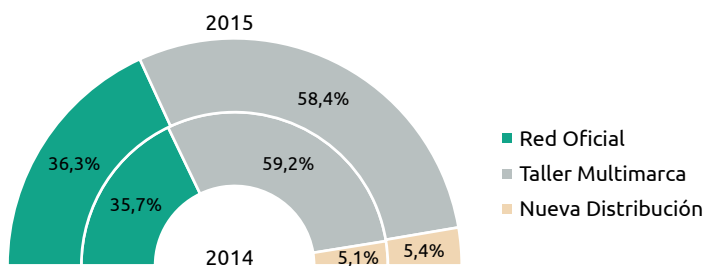


Fuente: CVO

Con respecto al método de financiación del canal empresa, un año más los vehículos de leasing son los que más demandan las revisiones completas (61,4%), seguidos de los de renting (59,8%). El porcentaje de vehículos comprados que optan por este tipo de servicio desciende hasta el 55,8% y un 15,1% no realiza ningún tipo de mantenimiento.

D. Lugar de reparación

Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2015 vs. 2014

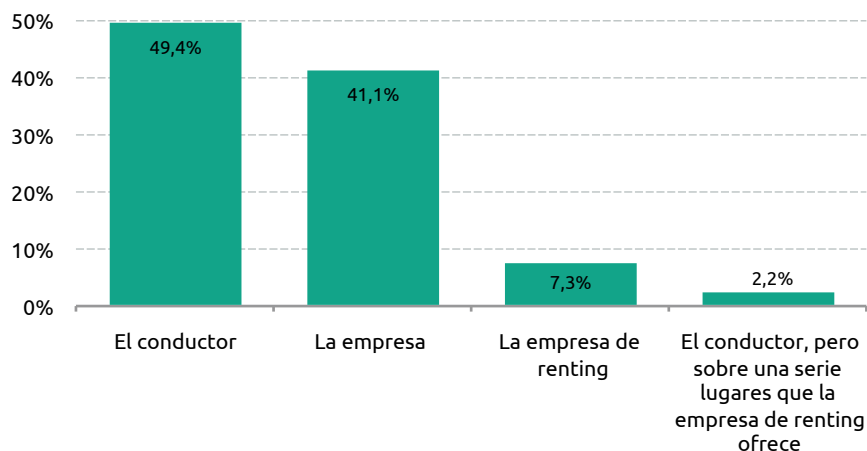


Fuente: CVO

El taller independiente mantiene el primer lugar en las preferencias para pasar la revisión del vehículo de empresa con un ligero retroceso en relación al año anterior. Esta pequeña diferencia se la anota la red oficial, que crece poco más de medio punto porcentual.

E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento

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

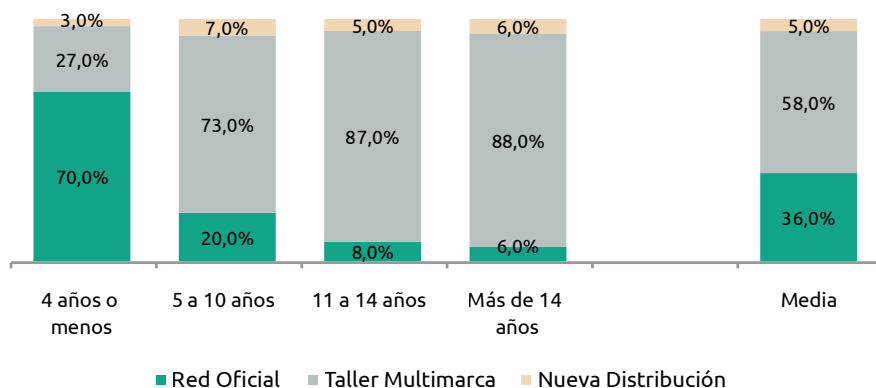


Fuente: CVO

La elección del centro de reparación vuelve a recaer en el usuario en casi la mitad de los casos (49,4%), mientras que la empresa propietaria del vehículo decide en un 41,1% de las ocasiones. Las intervenciones de la compañía de renting son minoritarias.

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

Gráfico V.24: Centro de mantenimiento según antigüedad del vehículo



Fuente: CVO

La casa oficial es el principal punto de cita para las revisiones de los vehículos más modernos, decisión que gran parte de las veces se realiza para no perder la garantía del fabricante. Conforme avanza la edad del automóvil gana peso el taller independiente, que en total acoge un 58% de las revisiones del parque automovilístico.

Regreso al presente

Si hace décadas nos llegan a decir que prácticamente todos llevaríamos en el bolsillo un ordenador en forma de teléfono como un apéndice de nosotros mismos y al que le daríamos un lugar mucho más prioritario que a nuestra cartera, a más de uno nos hubiera costado trabajo creerlo.

Sin embargo, en 2008 el número de dispositivos conectados a Internet superaba por primera vez el número de habitantes del planeta, por lo que no es de extrañar que, como estiman los expertos, en los próximos años la cifra de dispositivos conectados triplique a la población mundial.

De esta forma, con absolutamente todos los objetos conectados a Internet -lo que ya se conoce como el Internet de las Cosas- el coche, que sin duda es una extensión de nuestra libertad como individuos, no iba a ser menos, máxime si tenemos en cuenta la enorme capacidad de innovación y adaptación al entorno que tiene esta industria. Por tanto, no estamos ante una cuestión de futuro sino de presente.

Al integrar la tecnología en la automoción se están consiguiendo ya coches más eficientes, dotados de inteligencia artificial que ayudan a contaminar menos, al orientar al conductor para depurar su comportamiento al volante, que saben esquivar los atascos, que pueden intervenir activamente ante una situación de peligro y un largo etcétera.

Pero la tecnología no sólo ayuda a mejorar el producto final, sino también a depurar todos los procesos de la cadena de valor. Los tiempos de producción se acortan y además se abaratan, porque si nos subimos a la realidad virtual se requieren menos pruebas reales, que son más costosas.

Indudablemente, toda esta revolución tecnológica debe envolver también a las redes de distribución que, como parte imprescindible de la industria, no pueden vivir de espaldas a ella. De esta forma, al igual que el renting -que siempre había sido un negocio muy tradicional en su gestión- la ha incorporado a su día a día, pasando de proveedor de coches a proveedor de servicios de movilidad en su sentido más amplio, la venta y la posventa no pueden verla pasar de largo.

Los concesionarios y compraventas deben ver la tecnología como lo que es, un aliado. De hecho, según estudios recientes, si preguntamos a los compradores sobre cómo se imaginan el proceso de compra en el medio plazo, esperan que los establecimientos físicos incorporen servicios online de apoyo a la venta, tales como proyecciones holográficas, con las que no sea necesario esperar a recoger el coche para verlo in situ. Pistas que nuevamente convierten la realidad virtual en protagonista imprescindible de la automoción.

Un catalizador para la posventa

Para la posventa, por su parte, la tecnología debe ser vista como sinónimo de eficiencia. La necesidad de reducir los tiempos de reparación de un vehículo ya no responden sólo a una cuestión coyuntural motivada por la caída de la actividad de los talleres, sino que deben ser un elemento de cambio estructural. Desde luego, quien piense que una mayor rentabilidad puede venir de una subida de precios se equivoca. Lo que realmente ayudará a revitalizar este sector será la eficiencia, es decir, realizar el mayor número de reparaciones en el menor tiempo posible y con el mejor servicio para que el cliente, infiel por naturaleza, repita y además se convierta en prescriptor.

Por poner sólo un ejemplo, la incorporación de tecnología puntera para digitalizar procesos permitirá reducir hasta en un 15% el tiempo que pasa un vehículo en el taller desde que entra hasta que sale. En concreto, se puede reducir hasta en siete minutos la realización de un presupuesto y, una vez listo, comenzar inmediatamente la reparación y el pedido del recambio al distribuidor, a salvo de errores gracias a la correcta identificación de la pieza. Esto último, fundamental para minimizar errores en los pedidos, al tiempo que se acorta el tiempo de entrega del vehículo y disminuye la carga administrativa.



Desde luego, si la tecnología ha irrumpido para hacer nuestra vida más fácil, ¿cómo no vamos a acogerla? Eso sí, o los vendedores y reparadores nos adaptamos a los nuevos tiempos o estaremos abocados al fracaso.

Juan Antonio Sánchez Torres
Presidente de Ganvam



[Inicio](#)

[Índice](#)



CAPÍTULO VI

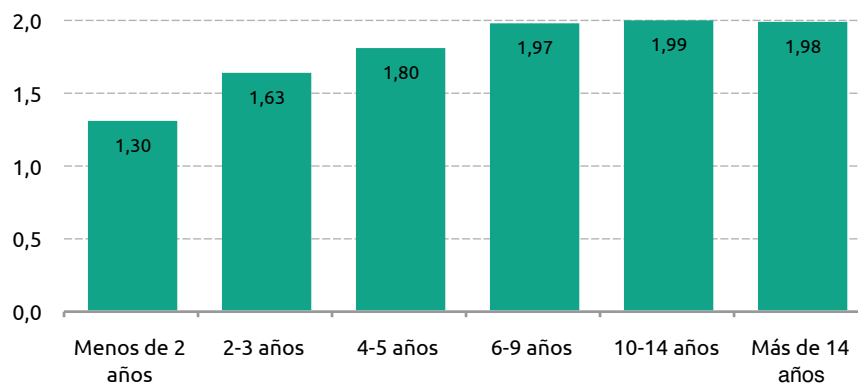
Daños y reparaciones

06

I. REPARACIONES

A. Entradas al taller según edad del vehículo

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

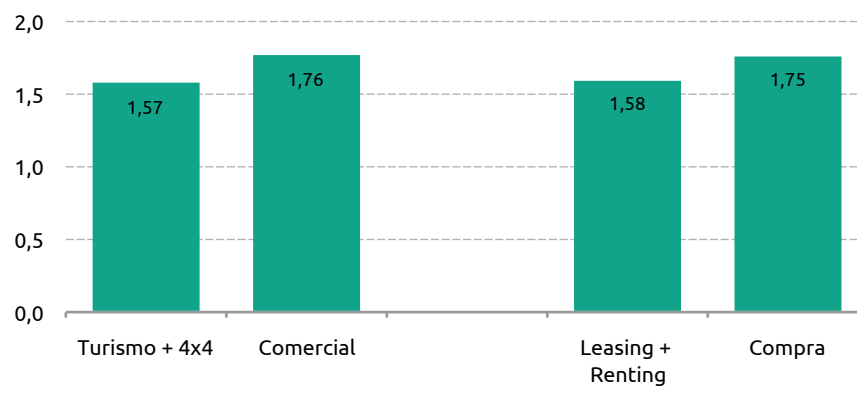


Fuente: CVO

Los vehículos que acuden con mayor asiduidad al mecánico son los que cuentan con una edad superior a los seis años, con una media global de 1,72 entradas anuales. Superada esa antigüedad, apenas hay diferencias en la media anual de visitas al taller. Los automóviles de reciente adquisición no suelen acudir por motivos distintos a la revisión anual.

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

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

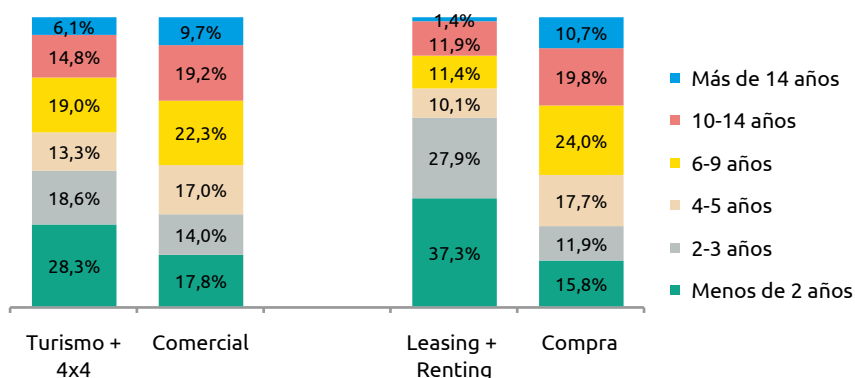


Fuente: CVO

Los vehículos comerciales, con una frecuencia de uso mucho mayor, necesitan un número superior de reparaciones (1,76) que los turismos y todoterreno (1,57) debido a que sufren un desgaste más pronunciado. Si atendemos al método de financiación, los automóviles adquiridos por la modalidad de compra directa acusan un leve incremento de las visitas al taller (1,75) en comparación con los financiados mediante leasing y renting, que suman 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

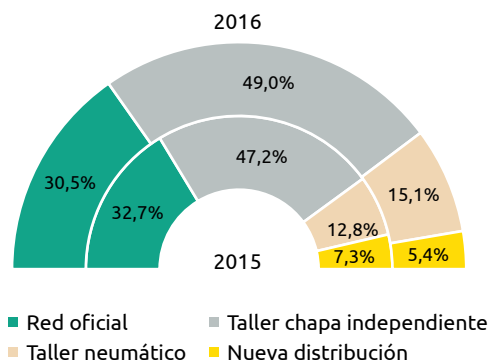
Por tipología, los turismos y todo terreno más modernos son los que más acuden al taller (28,3% del total de visitas de su segmento), gran parte de ellos para no prescindir de la garantía del fabricante, seguidos por los comerciales que cuentan con una antigüedad comprendida entre seis y nueve años.

Los vehículos financiados mediante las modalidades de renting o leasing con menos de dos años de antigüedad son los que más visitas al taller acumulan (37,3%), seguidos de los de dos a tres 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 (24%).



D. Lugar de realización de la reparación

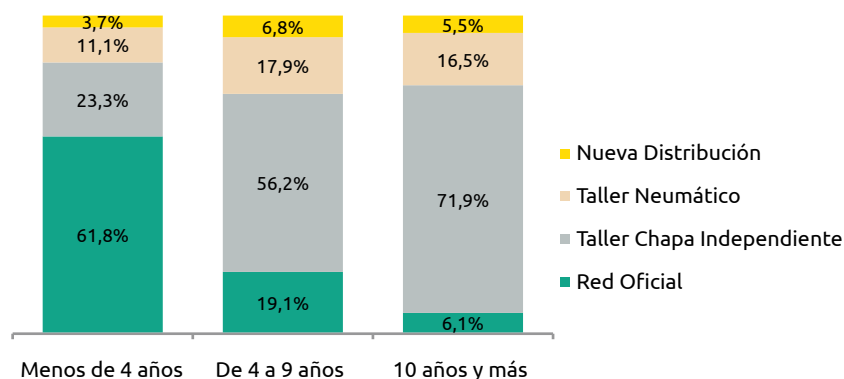
Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación



Fuente: CVO

Los vehículos de empresa mantienen este año su preferencia por el taller independiente para realizar las reparaciones pertinentes, opción elegida por casi la mitad de los mismos, frente al 30,5% que opta por la red oficial. Apenas se producen variaciones significativas frente al año pasado y sólo el 15,1% necesita acudir a talleres de neumáticos, mientras que el 5,4% se decanta por nuevas modalidades.

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

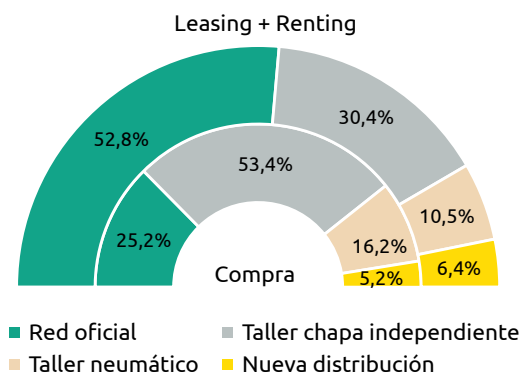


Fuente: CVO

La elección del lugar de reparación vuelve a depender de la antigüedad del vehículo. Los modelos más actuales se decantan por la red oficial (61,8%), mientras que más de la mitad de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que se incrementa hasta casi el 72% 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

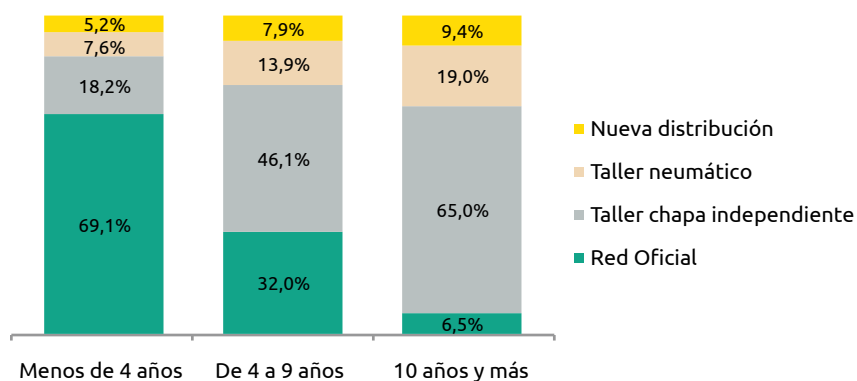
Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra



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 52,8% de las ocasiones, mientras que un porcentaje similar de los comprados de forma directa acude al profesional independiente para las reparaciones. Sólo el 30,4% de los coches de renting opta por esta última modalidad, mientras que el resto de opciones apenas tienen incidencia.

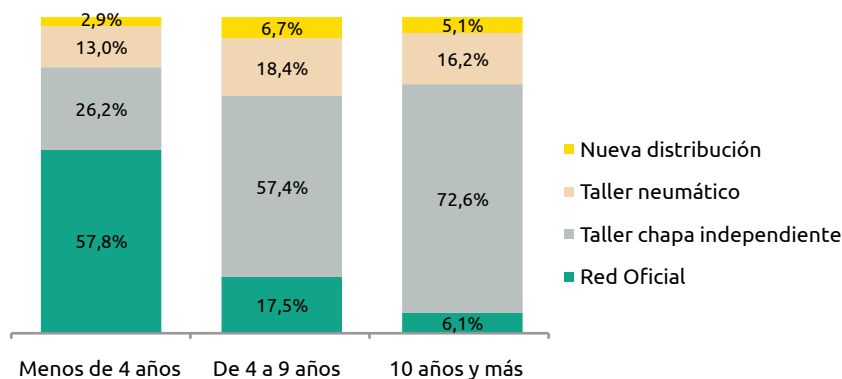
Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting



Fuente: CVO

En el análisis de los resultados de cruzar los datos de los vehículos financiados vía renting o leasing con la antigüedad del vehículo destaca que la red oficial acapara las tres cuartas partes de las visitas al taller en los modelos más recientes, mientras que en los del segmento comprendido entre los cuatro y los nueve años toman el relevo los mecánicos independientes, al descender la proporción hasta el 46,1%. En los coches con más de una década de vida el taller multimarca no tiene rival (65%).

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



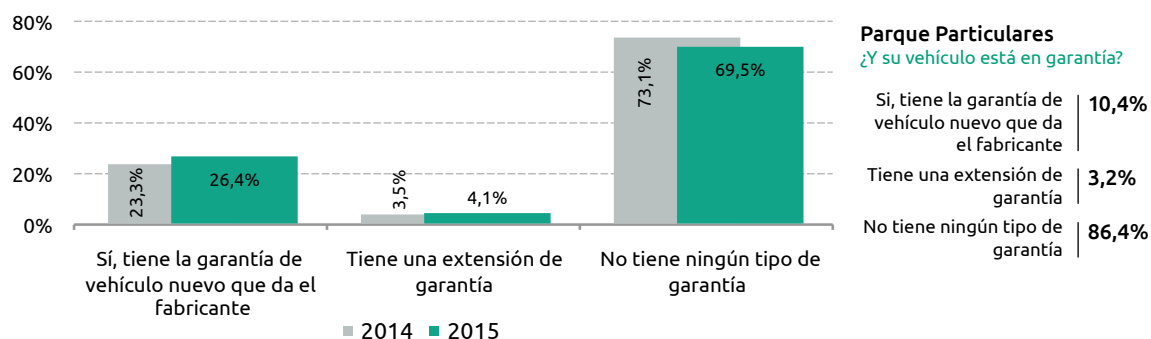
Fuente: CVO

Los vehículos en propiedad acuden de forma generalizada 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 (57,8%). En comparación con los vehículos de leasing y renting, los que son en propiedad tienden a acudir en mayor medida a los talleres independientes o de neumáticos.

II. GARANTÍA

A. Vehículo en garantía

Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresa - 2015 Vs 2014

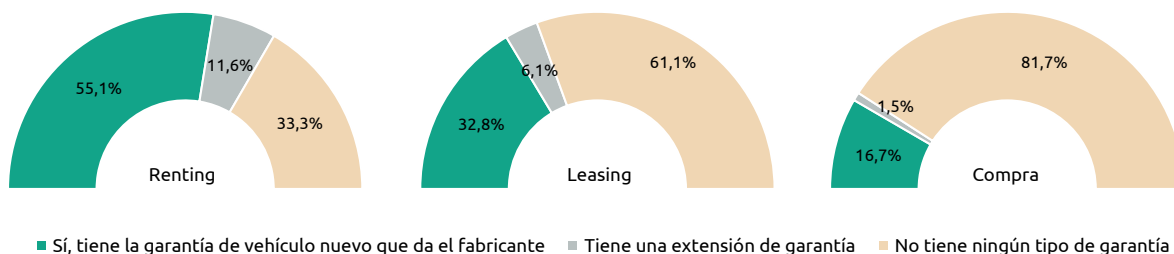


Fuente: CVO

El parque de vehículos de empresa ha rebajado 3,6 puntos porcentuales en relación a 2014 el número de sus componentes que no cuenta con ningún tipo de garantía, aunque ésta se mantiene como la opción más común, ya que el 69,5% carece de la misma. El 26,4% cuenta con la garantía que ofrece el fabricante en el momento de su adquisición, aunque sólo el 4,1% decidió aumentarla. En lo que se refiere a los particulares, el 86,4% no cuenta con ningún tipo de protección, mientras que el 10,4% 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



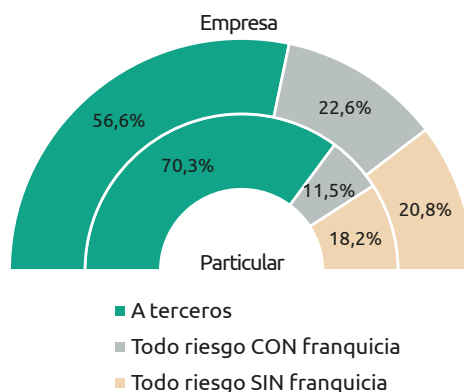
Fuente: CVO

Los vehículos de renting son los que en mayor medida cuentan con la garantía proporcionada por el fabricante, hasta el 55,1% se encuentra en esta situación. Además, también son los que en un porcentaje mayor contratan ampliaciones o extensiones de la garantía (11,6%). En el lado opuesto se encuentran los de compra directa, los cuales hasta en el 81,7% de los casos no disponen de ningún tipo de garantía. El leasing se queda en un terreno intermedio entre las anteriores opciones, con casi un tercio de sus automóviles cubiertos por el fabricante.

III. SEGURO

A. Tipo de seguro

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

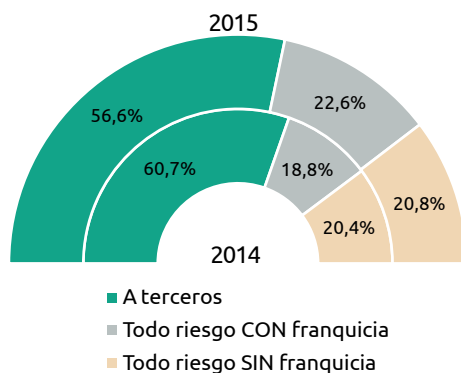


Fuente: CVO

La modalidad de terceros vuelve a ser un año más la cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria tanto por los particulares (70,3%) como por los vehículos corporativos (56,6%). El seguro a todo riesgo con o sin franquicia tiene mayor aceptación en el parque de empresa.



Gráfico VI.12: Tipo de seguro en parque de empresa - Comparativa 2015 Vs. 2014

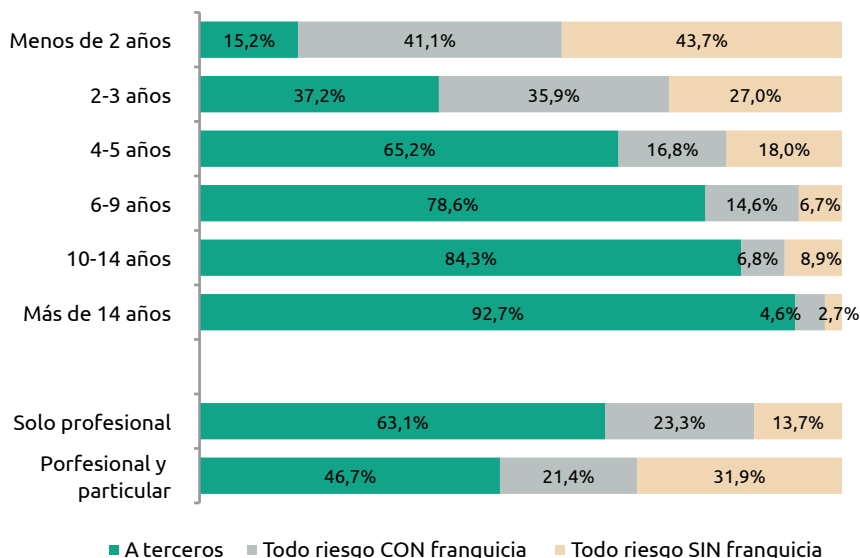


Fuente: CVO

La opción del seguro a terceros pierde adeptos en el segmento de los automóviles corporativos en relación al año anterior a favor del todo riesgo con franquicia, que gana 4,2 puntos porcentuales de aumento, casi los mismos que cede el de terceros, que pese al descenso se mantiene como la opción preferida por el 56,6%. El todo riesgo sin franquicia apenas registra cambios.

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



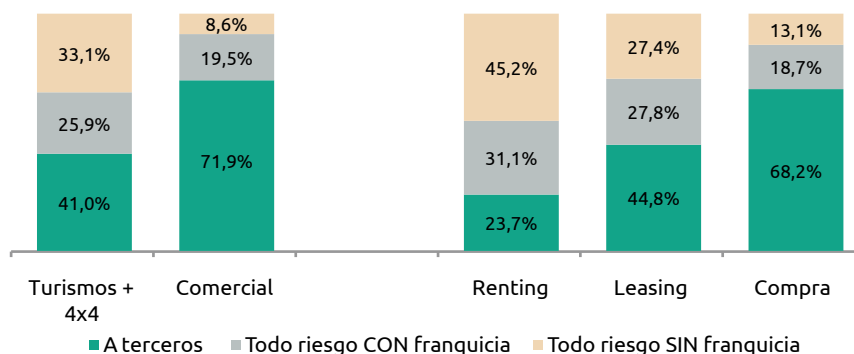
Fuente: CVO

El seguro a terceros acapara dos tercios de los vehículos corporativos que se dedican en exclusiva al uso profesional, porcentaje que desciende hasta algo menos de la mitad en aquellos automóviles que además se destinan a trayectos particulares fuera del horario de trabajo. Por su parte, el seguro a todo riesgo en sus distintas modalidades es el preferido por los coches de fabricación más reciente (84,8%), aunque conforme aumenta la antigüedad y disminuye el valor real del automóvil se opta de forma progresiva por asegurarlos a terceros, convirtiendo esta variable es la más aclaratoria respecto de la contratación de seguros.



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



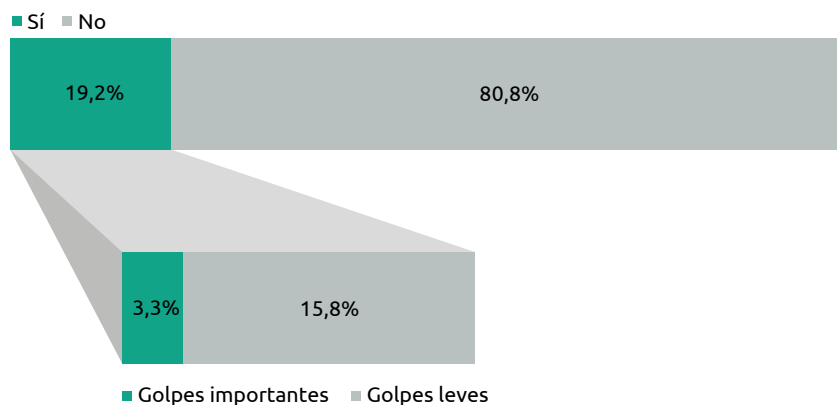
Fuente: CVO

Por tipología de vehículo, los comerciales mantienen su preferencia por el seguro a terceros casi en el 72% de las ocasiones, opción que desciende hasta el 41% en el caso de los turismos y todoterreno. El todo riesgo sin franquicia es la segunda opción para estos últimos.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 68,2% 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 (44,8%). Por su parte, en la modalidad de renting el todo riesgo sin franquicia es la más común al acaparar el 45,2% de los casos.

D. Accidentes

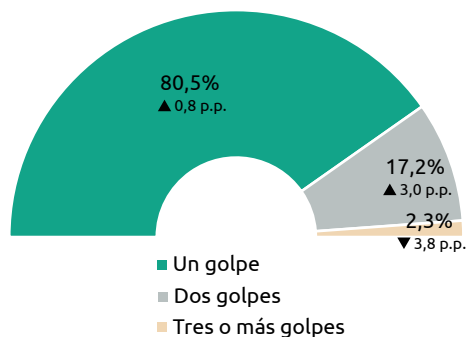
Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2015 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2015)



Fuente: CVO

El 80,8% de los conductores no sufrió ningún accidente en 2015. Del restante 19,2% de desafortunados, sólo una pequeña parte (3,3% del total de conductores) revistió gravedad, mientras que el 15,8% de conductores tuvo golpes leves.

Gráfico VI.16: Número de accidentes/roces

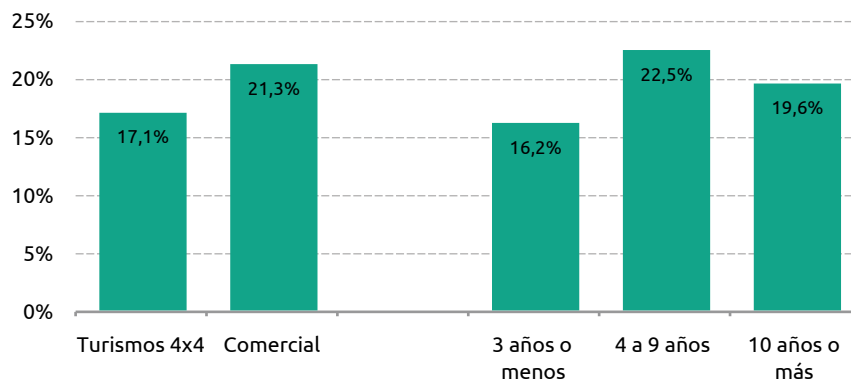


Fuente: CVO

La mayoría de los conductores implicados en un golpe no volvieron a repetir percance en el año (80,5%), mientras que el 17,2% tuvo dos golpes, tres puntos porcentuales más que en el ejercicio precedente. Los vehículos implicados en tres o más golpes descendieron 3,8 puntos porcentuales, al verse afectados el 2,3%.

E. Tasa de accidentes

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

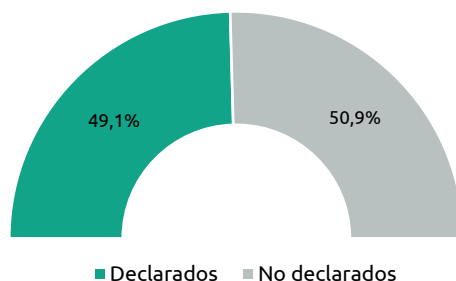


(*) Tomar estos resultados con cautela por bajas bases de cálculo. Fuente: CVO

El mayor uso y kilometraje recorrido por los comerciales les vuelve a situar como los vehículos con mayor tasa de accidentes (21,3%), frente al 17,1% protagonizado por los turismos y 4x4. En lo que se refiere a la antigüedad de los vehículos implicados en golpes, los que se encuentran en la franja media de vida fueron los que en mayor número se implicaron en golpes, ya que hasta el 22,5% sufrió un accidente, seguidos de los que cuentan con más de una década, cuya tasa se situó en el 19,6% de siniestralidad, 3,4 puntos por encima de los de reciente fabricación.

F. Accidentes declarados al seguro

Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro

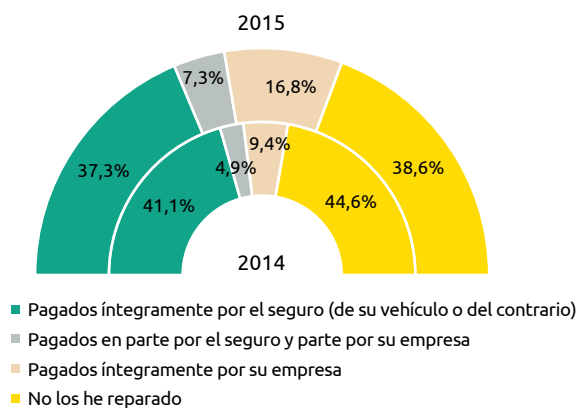


Fuente: CVO

Más de la mitad de los accidentes (50,9%) no derivó en reclamación a la compañía aseguradora. Las principales razones son que apenas revestían importancia o para evitar un aumento en la prima.

G. Responsable del coste de reparación

Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2015 Vs. 2014

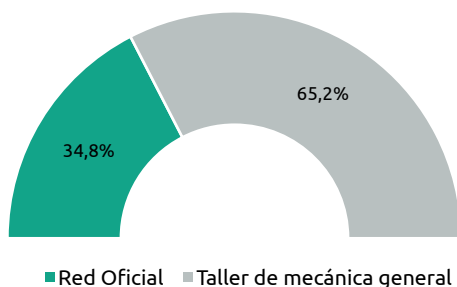


Fuente: CVO

El porcentaje de golpes que no son reparados descendió seis puntos porcentuales en relación al ejercicio anterior, y superan por poco más de un punto porcentual a los que son sufragados íntegramente por las compañías aseguradoras. Destaca el aumento de los siniestros que fueron abonados por la propia empresa propietaria del vehículo, que significaron el 16,8% del total.

H. Lugar de reparación de los daños

Gráfico VI.20: Lugar de reparación

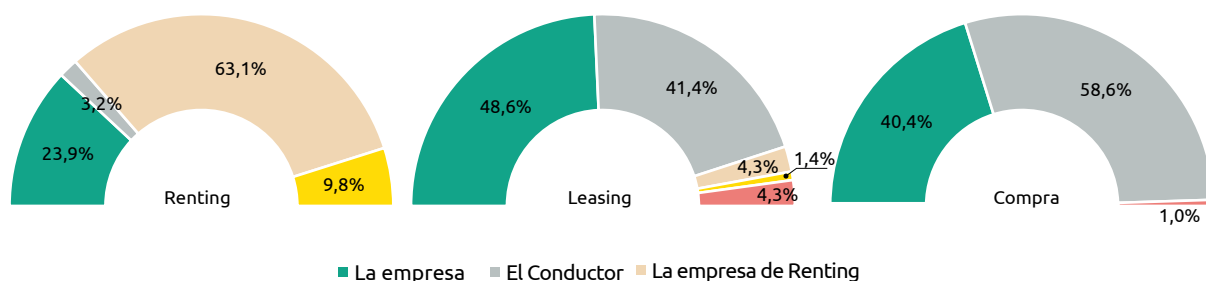


Fuente: CVO

Los talleres independientes son la opción preferida para realizar las reparaciones, ya que poco más de un tercio de los 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 operador elige la opción en el 63,1% de los casos, mientras que en los de compra es el conductor el que toma la decisión en el 58,6% de las ocasiones. En los automóviles de leasing la empresa impone su criterio en casi la mitad de las ocasiones.



Inicio

Índice



CAPÍTULO VII

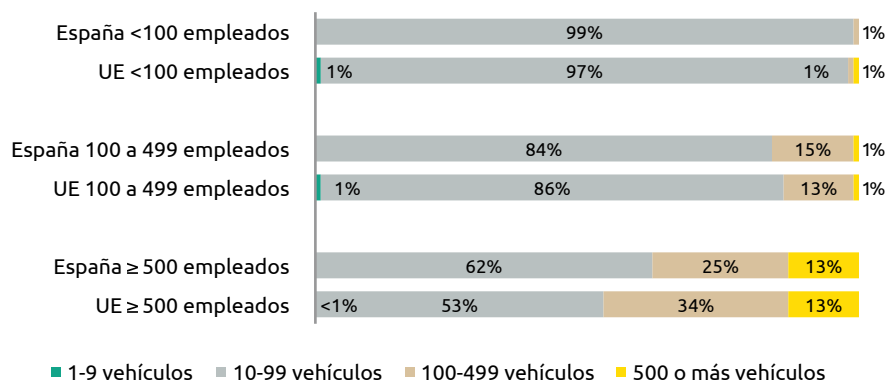
Barómetro CVO

07

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. Tamaño de la flota

Gráfico VII.1: Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas



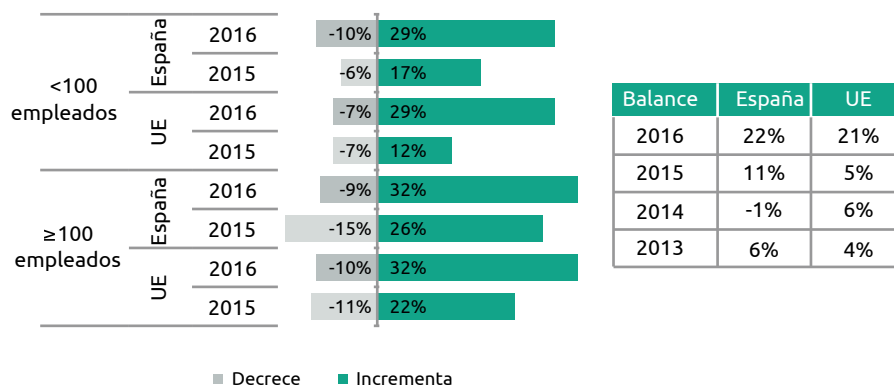
Base: Empresas con vehículos corporativos.
Fuente: Barómetro CVO 2016

La mayoría de las flotas corporativas españolas cuentan con un parque que oscila entre los 10 y los 99 vehículos, sin importar el número de empleados que las compongan, una tendencia similar a la del resto de países de la Unión Europea. El 99% de las firmas españolas con menos de un centenar de empleados se mueve en esa horquilla, por el 97% registrado en el resto del continente.

La proporción decrece cuanto mayor es el número de empleados. Así, un 84% de las firmas nacionales que emplean entre 100 y 499 trabajadores cuentan con menos de 100 automóviles, mientras que el 15% de éstas utilizan entre 100 y 499 vehículos. El 62% de las grandes empresas con más de medio millar de trabajadores no llegan a los 100 vehículos, mientras que el 25% cuenta con entre 100 y 499. Sólo el 13% supera el medio centenar de automóviles.

B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2019

Gráfico VII.2: Evolución de la flota en los próximos tres años



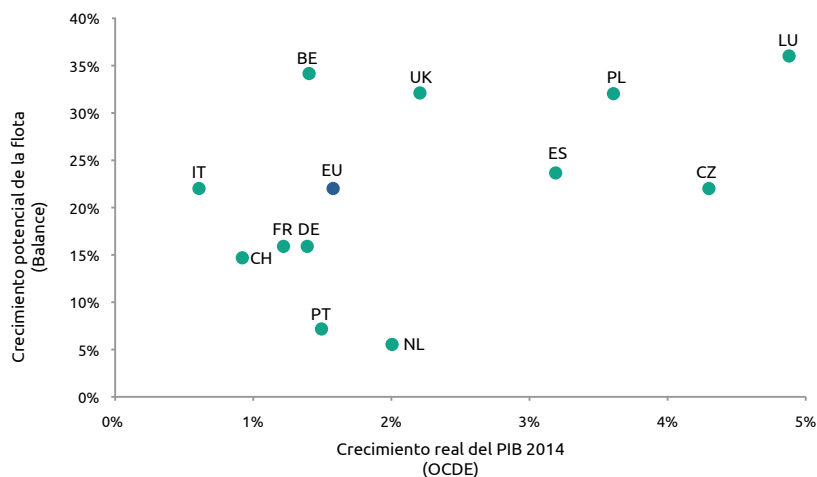
Balance = Flota aumenta - Flota decrece
 Base: Empresas con vehículos corporativos
 Fuente: Barómetro CVO 2016

El optimismo aumenta en las flotas españolas, ya reflejado el año anterior en relación a las expectativas de crecimiento de las mismas. El 22% prevé aumentar su flota en los próximos tres cursos, en línea con el resto de la UE, con un porcentaje que dobla al del año anterior y que se aleja de las pesimistas previsiones de hace dos campañas.

Las grandes compañías son algo más optimistas, ya que un 32% de las mismas prevé incrementar la flota en los próximos tres años, frente al 26% que lo pensaba el año anterior, y sólo un 9% prevé reducciones. Por su parte, el 29% de las que cuentan con menos de un centenar de empleados también prevé crecer, 12 puntos porcentuales más que el ejercicio precedente.

En el ámbito continental, sólo el 10% de las empresas de mayor tamaño prevé reducir su flota, mientras que se mantiene el porcentaje entre las de menos de 100 trabajadores (7%) que creen que disminuirá el número de sus vehículos.

Gráfico VII.3: Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2015
Empresas de 100 o más empleados



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2016

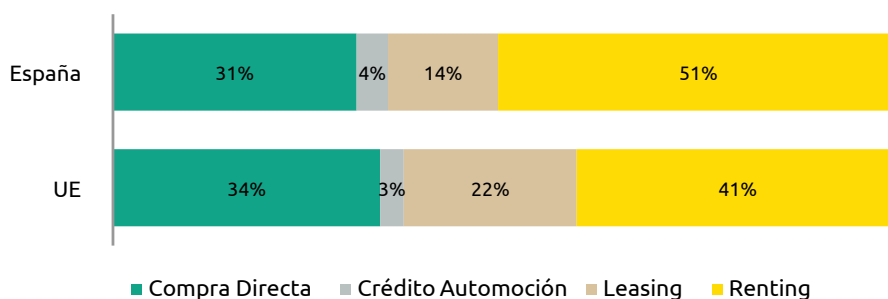
El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el crecimiento experimentado en el PIB (2015) de los países vecinos sitúa a España por encima de la media de la Unión Europea y de otras potencias del continente como Francia o Italia. Destaca el crecimiento potencial de las flotas en el Reino Unido, a las que de momento no afecta el resultado del referéndum en el que los ciudadanos decidieron su salida del club comunitario. No obstante, la principal conclusión es que existe una relación entre ambas cuestiones (crecimiento del PIB y crecimiento potencial de la flota), dado que el aumento de una lleva consigo el crecimiento de la otra variable.



II. FINANCIACIÓN

A. Métodos de financiación de flotas

Gráfico VII.4: Principales métodos de financiación

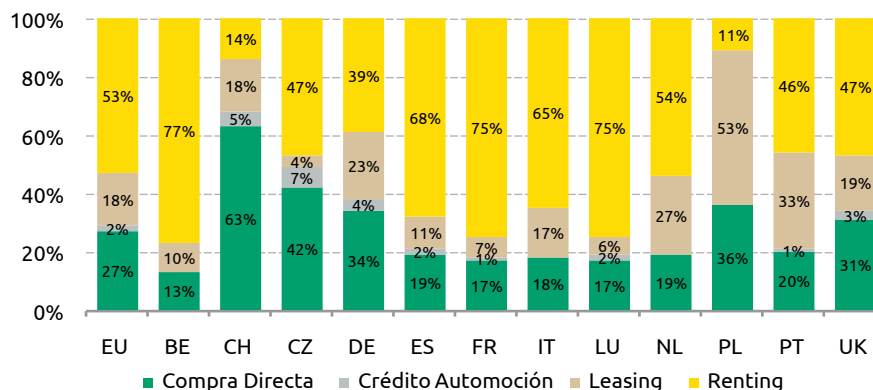


(*) Compra directa: compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción)
 Datos consolidados según promedio de tres años.

Base: Empresas con vehículos corporativos
 Fuente: Barómetro CVO 2016

El renting volvió un año más a ser la opción preferida para más de la mitad de las empresas españolas para financiar las compras de vehículos corporativos, diez puntos porcentuales por encima de la media europea. La compra directa fue la segunda fórmula más demandada (31%), en línea con el resto del continente (34%), mientras que el leasing fue utilizado por el 14% de las firmas, por debajo de la media de la UE (22%). El crédito automoción cubrió la demanda del 4% restante.

Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación en empresas con grandes flotas según países



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

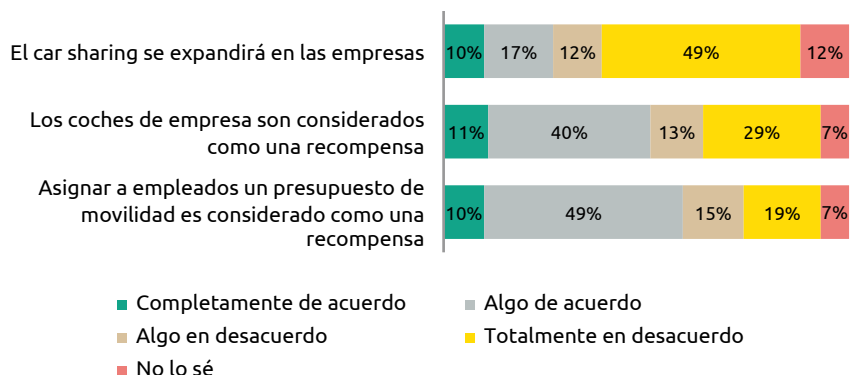
Base: Empresas con vehículos corporativos
 Fuente: Barómetro CVO 2016

Las grandes flotas tienen en el renting su principal vía de financiación para la adquisición de vehículos en prácticamente todo el continente europeo, ya que sólo las compañías radicadas en Polonia y Suiza eligen de forma mayoritaria otras opciones. Bélgica, Francia y Luxemburgo son los principales valedores del renting, al optar tres cuartas partes de sus flotas por esta solución. La compra directa se impone en Suiza (63%), y es la segunda opción en la mayoría de estados, mientras que el leasing tiene en Polonia (53%) a su principal valedor.

III. MOVILIDAD

A. La importancia de la movilidad en el empleado

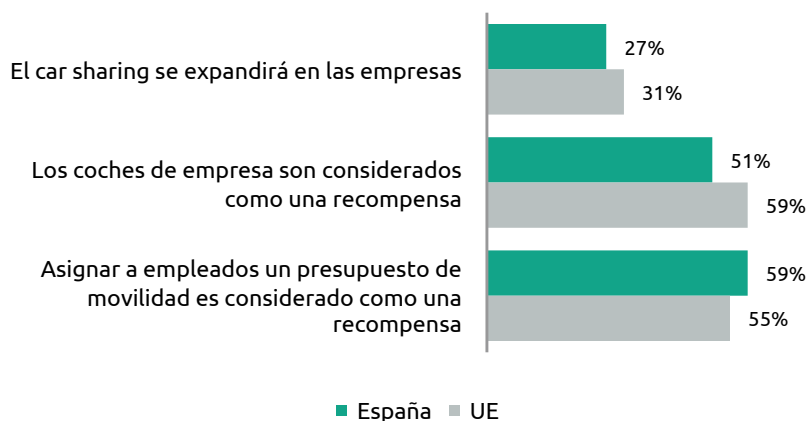
Gráfico VII.6: Grado de acuerdo con aspectos relativos a la movilidad



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2016

En el ámbito de la organización de los viajes y la movilidad, la opción de compartir coche no cuenta con el beneplácito futuro de las empresas españolas. La mitad de ellas lo rechaza, mientras que sólo el 10% cree firmemente que se expandirá en los próximos años. La catalogación del coche de empresa como recompensa al empleado es algo en lo que están de acuerdo, en mayor o menor medida, más de la mitad de los encuestados, porcentaje que se amplía al considerar como tal la asignación de un presupuesto de movilidad.

Gráfico VII.7: Grado de acuerdo con aspectos relativos a la movilidad, comparativa con EU
(Suma de completamente y algo de acuerdo)



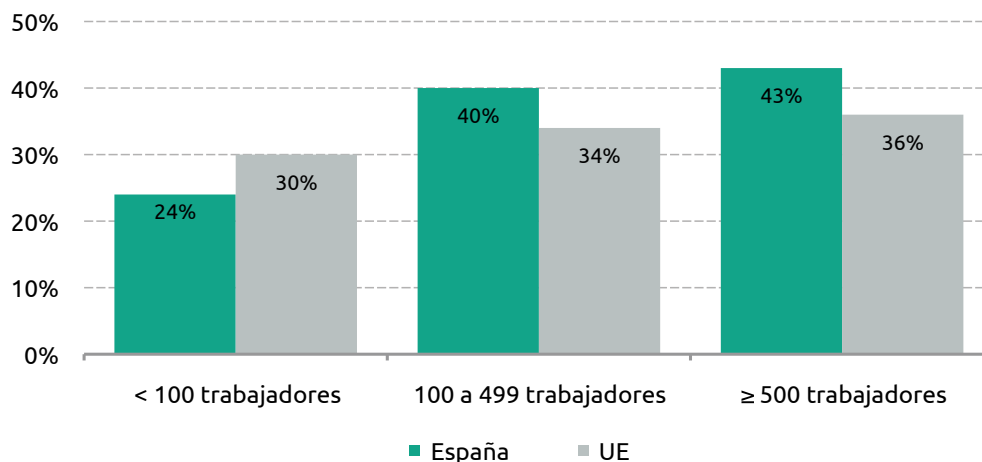
Base: Empresas con vehículos corporativos.
Fuente: Barómetro CVO 2016

En comparación con el resto de firmas del continente, las firmas españolas no muestran diferencias muy significativas en estos aspectos de movilidad reseñados en el punto anterior. Sólo el 31% de las compañías europeas cree que el car sharing se expandirá en las empresas, frente al 27% español, mientras que considerar el coche de empresa como recompensa cuenta con ocho puntos porcentuales más de aceptación entre los socios comunitarios. Considerar la asignación de un presupuesto de movilidad como una recompensa es aceptado por el 55% de las firmas externas, frente al 59% de las españolas.

IV. TELEMÁTICA

A. Equipamiento telemático

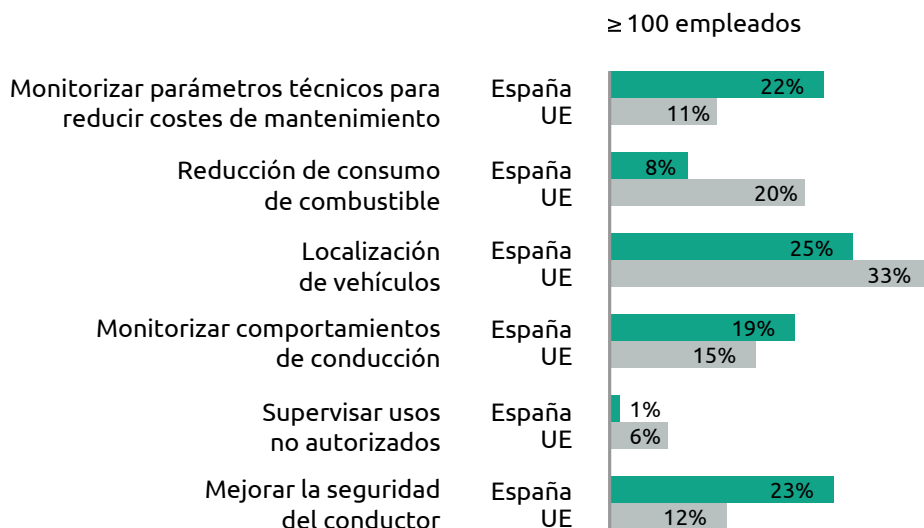
Gráfico VII.8: Uso de herramientas telemáticas



Base: Empresas con vehículos corporativos.
Fuente: Barómetro CVO 2016

El uso de herramientas telemáticas (entendido como herramientas que permiten la transmisión de datos para vigilar el consumo de combustible, el comportamiento del conductor o la ubicación de los vehículos en movimiento, por ejemplo) se acrecienta conforme asciende el número de empleados en plantilla de las firmas y crece en relación a ejercicios precedentes. Las compañías valoran en mayor medida opciones como tener localizado el vehículo en todo momento, conocer los datos de consumo para reducir costes o el comportamiento del conductor al volante, por lo que estas aplicaciones ya son utilizadas por el 43% de las compañías con más de 500 trabajadores y por el 40% de las que emplean entre 100 y 499, en ambos casos por encima de la media europea. Solo en las empresas españolas que no llegan al centenar de empleados su implantación decae en comparación con el resto de la UE.

Gráfico VII.9: Finalidad principal del uso de herramientas telemáticas



Base: Empresas que usan herramientas telemáticas con 100 o más empleados

Fuente: Barómetro CVO 2016

Conocer la ubicación exacta de los vehículos es la principal razón por la que las grandes firmas españolas utiliza las herramientas telemáticas (25%), opción también más valorada por sus homólogos europeos (33%). Mejorar la seguridad del conductor (23%) y la posibilidad de reducir los costes de mantenimiento (22%) son otros de los valores que destacan en la escala de preferencias. También destaca la confianza de las compañías en sus asalariados, ya que únicamente el 1% de las mismas las utiliza para supervisar usos no autorizados.

Automóvil, lógica y futuro

Pocas industrias presagian tantos cambios y de tanta entidad como la del automóvil: en muy pocos años, la mayoría de los vehículos pasarán de ser un producto adquirido por particulares a ser flotas que proporcionan un servicio cuando se necesita, serán eléctricos, y serán conducidos autónomamente, sin intervención humana.

Pero el efecto más importante de esos cambios no recaerá sobre la industria como tal, sino sobre toda la sociedad. Durante décadas, no solo hemos adquirido automóviles por encima de nuestras posibilidades y de las del planeta, sino que, además, hemos condicionado a ellos la fisonomía de nuestro entorno. Ahora, mucho más tarde de lo que sería conveniente, caemos en la cuenta de que el motor de combustión interna es una aberración de complejidad e ineficiencia que deberíamos haber prohibido hace años, que como conductores somos un desastre, y que permitir que las ciudades se conformasen en torno al automóvil y se hiciesen hostiles a las personas fue un tremendo error.

Los fabricantes de automóviles disponen ya de tecnología como para dotar a los automóviles eléctricos con autonomías de 500 km por carga, suficiente, según el MIT, para cubrir el 90% de nuestras necesidades. ¿A qué esperamos para prohibir la fabricación de vehículos propulsados por gasoil y gasolina, cuya factura medioambiental sabemos que no podemos pagar? Solo el año pasado, 1,250,000 personas murieron en todo el mundo en accidentes de automóvil, que habrían podido, en su inmensa

mayoría, ser evitados si sus vehículos hubiesen sido autónomos, una tecnología que está alcanzando ya su madurez. Si añadiésemos los fallecidos por enfermedades respiratorias, la cifra resultaría escalofriante.

Sin embargo, seguimos empeñándonos en adquirir automóviles que se deprecian brutalmente en cuanto apoyamos el culo en el asiento, que mantenemos inactivos el 97% de su vida, que nos obligan a incurrir en gastos derivados de impuestos, seguros, combustible o aparcamiento, y que en muchos casos, pese a ser una de nuestras compras más importantes, dejamos durmiendo en la calle. Pese a las evidencias que indican que somos pésimos conductores que nos distraemos, nos dormimos, bebemos y nos picamos con otros conductores, seguimos empeñados en que “nos gusta conducir”, cuando la misma marca que lanzó ese eslogan reniega ya del mismo y habla de vehículos completamente autónomos en menos de cuatro años. ¿No deberíamos replantearnos algunas cosas como sociedad, y empezar a pensar que lo que realmente deseamos es que el futuro comience mañana mismo?

Imaginémonos un futuro en el que un vehículo aparece cuando lo necesitamos y nos lleva a donde queremos. Vehículos que no contaminan y que optimizan su ocupación, en ciudades en las que todo el espacio dedicado a aparcamiento pasa a recuperarse para el uso ciudadano y para otras alternativas de movilidad limpia. En entornos en los que el mayor factor productivo



de contaminación desaparece, al tiempo que lo hacen la inmensa mayoría de los accidentes. ¿Te gusta conducir? Pues conduce en un circuito, que yo no quiero encontrarme contigo.

En 2020 habrá en nuestras carreteras diez millones de vehículos autónomos. Si funcionase la lógica, no deberían ser diez millones sino muchos más, y no deberíamos tener que esperar

hasta el 2020. Cuando sabes que el futuro va a ser tan bueno, no quieres esperar cuatro años. Quieres pulsar el fast-forward y que empiece mañana.

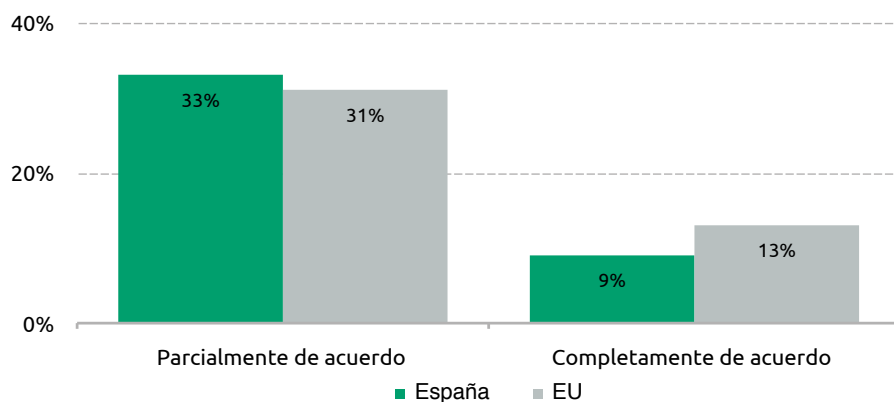
Enrique Dans

Profesor de Innovación en IE Business School

V. VEHÍCULOS AUTÓNOMOS

A. Aceptación del vehículo autónomo

Gráfico VII. 10: Nivel de acuerdo con la afirmación “en el futuro, los empleados aceptarían fácilmente el uso del vehículo autónomo” (% de acuerdo)

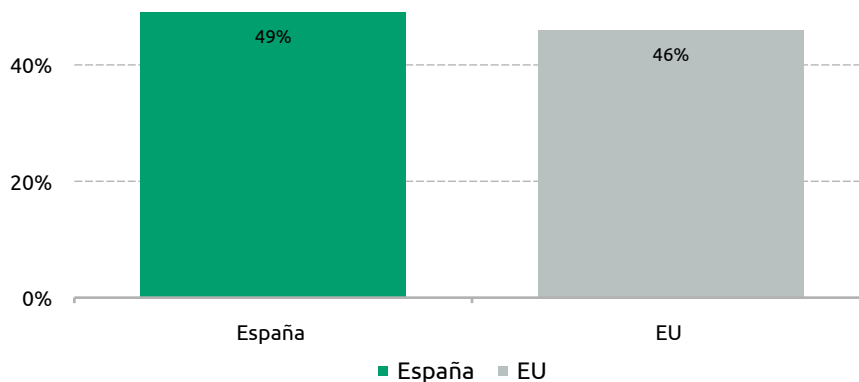


Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2016

La posibilidad de que los empleados acepten el uso del vehículo autónomo en un futuro solo cuenta con la aceptación total del 9% de las firmas encuestadas, mientras que el 33% está parcialmente de acuerdo con la misma. Las valoraciones son bastante similares a las recogidas en el resto de firmas de países de nuestro entorno.

B. Mejora de la seguridad

Gráfico VII. 11: Nivel de acuerdo con que “en el futuro los vehículos autónomos o semi-autónomos resolverán los problemas de seguridad” (% de Sí)



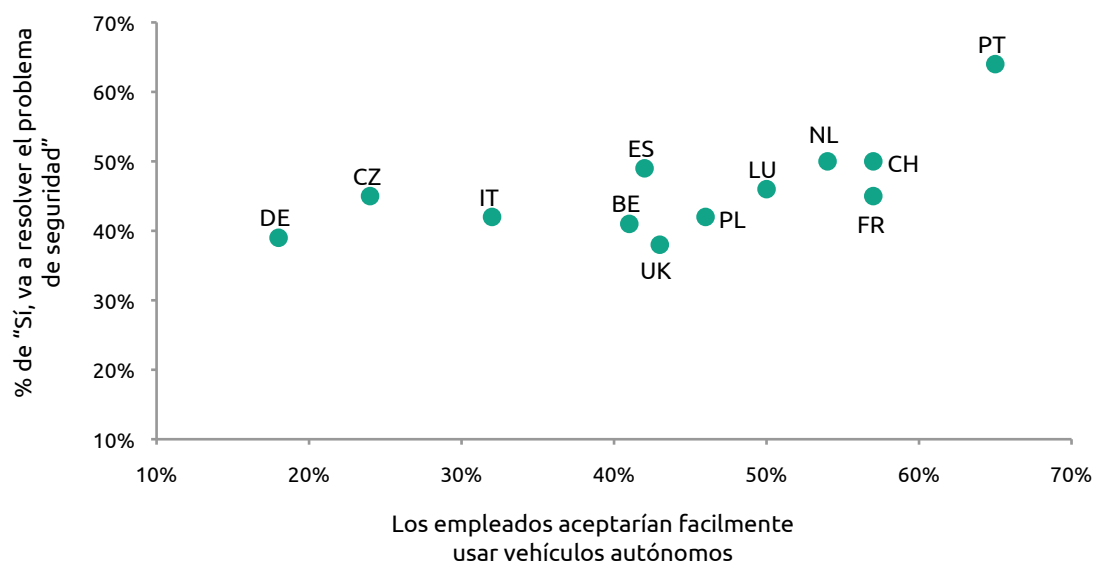
Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2016



Casi la mitad de las empresas españolas considera que la implantación de los vehículos autónomos o semi-autónomos resolverá los problemas de seguridad existentes. Este porcentaje baja hasta el 46% en el resto de firmas del Viejo Continente.

C. Futuro del vehículo semi-autónomo

Gráfico VII. 12: Matriz de posicionamiento sobre el vehículo semi-autónomo



Base: Empresas con vehículos corporativos
Fuente: Barómetro CVO 2016

Las firmas españolas se encuentran en el rango medio de optimismo en cuanto a las ventajas para la seguridad de los vehículos semi-autónomos y la aceptación de estos por parte de los empleados. Dinamarca, República Checa e Italia son los más reticentes, mientras que Portugal destaca como el más propenso a su utilización.

Fuentes y metodología

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 julio de 2016.

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 agosto de 2016.

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

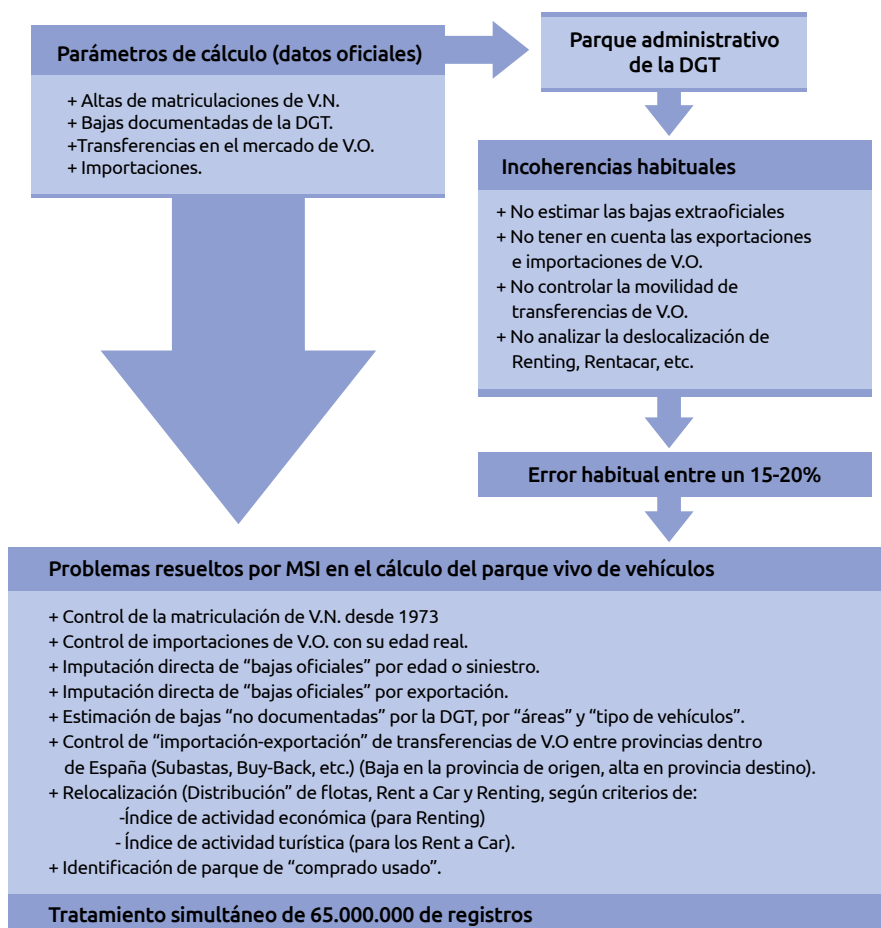
provoca una acumulación de operaciones ficticias especialmente a final de año, que es cuando los grandes operadores regularizan sus balances.

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 454 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 3.009 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		9,6%
	Gerona	Tarragona		
	Huesca	Zaragoza		
ZONA 2	Albacete	Murcia		15,4%
	Alicante	Valencia		
	Castellón			
ZONA 3	Almería	Córdoba	Jaén	20,3%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
ZONA 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	8,4%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
	Cuenca	Soria	Zamora	
ZONA 5	Asturias	Lugo		9,7%
	A Coruña	Ourense		
	León	Pontevedra		
ZONA 6	Álava	Guipúzcoa	Palencia	9,6%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
ZONA 7	Madrid			14,4%
ZONA 8	Barcelona			12,4%

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: 2.369 entrevistas en Europa
- Target: responsables de flota en empresas con flota de vehículos
- Muestra local España: 308 entrevistas entre empresas de 3 segmentos
 - *Empresas de 10 a 99 empleados: 168*
 - *Empresas de 100 a 499 empleados: 80*
 - *Empresas de 500 o más empleados: 60*
- Cuotas: tamaño y sector
- Período de campo: 25 de enero a 12 febrero de 2016
- Método de entrevista: telefónica mediante sistema CATI (Computer-assisted telephone interviewing) de 10' de duración
- Interpretación Resultados:
 - *Para que los resultados sean representativos de la población global, han sido ponderados de acuerdo a su estructura real en España por número de empleados y sector de actividad, según datos proporcionados por el INE.*
 - *Los porcentajes calculados siempre corresponden a resultados ponderados.*
 - *No se incluyen decimales para hacer más sencilla la interpretación de los resultados.*
 - *No se incluye en las cifras los "No sabe / No contesta", por lo que los totales pueden diferir del 100%.*

Índice de gráficos y tablas

CAPÍTULO I

Gráfico I.1: Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual	12
Gráfico I.2: Producto Interior Bruto (PIB) – Evolución interanual por trimestres	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 (tasas interanuales).....	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 (tasas interanuales).....	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	24
Tabla II.2: Evolución y previsión del parque por canal de distribución.....	24
Gráfico II.1: Distribución del parque en 2015 por canal de distribución (Total y Empresa)	25
Gráfico II.2: Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	25
Gráfico II.3: Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	26
Gráfico II.4: Emisión media de CO2 y evolución interanual (datos en gramos por km) –Turismos	26
Gráfico II.5: Emisión media de CO2 y evolución interanual (datos en gramos por km) - Comerciales	27
Gráfico II.6: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos.....	28
Gráfico II.7: Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales	29
Gráfico II.8: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos.....	29
Gráfico II.9: Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	30
Gráfico II.10: Distribución por tipo de combustible - Total Mercado	30
Gráfico II.11: Distribución por tipo de combustible - Turismos.....	31
Gráfico II.12: Distribución por tipo de combustible - Comerciales	31
Gráfico II.13: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado (cifras en miles)	32
Gráfico II.14: Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa (cifras en miles).....	33
Gráfico II.15: Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado (cifras en miles)	34
Gráfico II.16: Matriculaciones mensuales 2015 y 2014 - Total Mercado (cifras en miles).....	35
Gráfico II.17: Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2015 - Total Mercado (cifras en miles)	36
Gráfico II.18: Evolución matriculaciones mensuales 2015 y 2014 - Renting (cifras en miles)	37
Tabla II.3: Matriculaciones por segmento - Total Mercado	38
Tabla II.4: Matriculaciones por segmento - Canal Empresa	39
Tabla II.5: Matriculaciones por segmento – Canal Renting.....	40
Gráfico II.19: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado	41

Gráfico II.20: Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado.....	41
Gráfico II.21: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa.....	42
Gráfico II.22: Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa.....	42
Gráfico II.23: Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting.....	43
Gráfico II.24: Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting.....	43
Gráfico II.25: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Total Mercado.....	44
Gráfico II.26: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Canal Empresa.....	44
Gráfico II.27: Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO2 - Renting.....	45
Gráfico II.28: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 – Total Mercado.....	45
Gráfico II.29: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 – Canal Empresa.....	46
Gráfico II.30: Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO2 - Renting.....	46
Gráfico II.31: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado.....	47
Gráfico II.32: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado.....	47
Gráfico II.33: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa.....	48
Gráfico II.34: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa.....	48
Gráfico II.35: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting.....	49
Gráfico II.36: Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting.....	49
Tabla II.6: Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos.....	50
Tabla II.7: Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales.....	51
Gráfico II.37: Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + 4x4 + Comerciales).....	55
Gráfico II.38: Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado.....	56
Gráfico II.39: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado.....	57
Gráfico II.40: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa.....	58
Gráfico II.41: Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting.....	59
Tabla II.8: Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado.....	60
Tabla II.9: Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa.....	61
Tabla II.10: Previsión de matriculaciones turismos – Renting.....	62
Tabla II.11: Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado.....	63
Tabla II.12: Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa.....	63
Tabla II.13: Previsión de matriculaciones comerciales - Renting.....	64
Gráfico II.42: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado.....	65
Gráfico II.43: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa.....	66
Gráfico II.44: Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting.....	66
Gráfico II.45: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado.....	67
Gráfico II.46: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa.....	67
Gráfico II.47: Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting.....	67

CAPÍTULO III

Gráfico III.1: Evolución transferencias de VO - Total Mercado (cifras absolutas en miles).....	72
Gráfico III.2: Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos.....	73
Gráfico III.3: Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales.....	73
Gráfico III.4: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo – Turismos.....	74
Gráfico III.5: Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo – Comerciales.....	75
Tabla III.1: Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos.....	76
Tabla III.2: Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales.....	77
Gráfico III.6: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos.....	77
Gráfico III.7: Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales.....	78
Tabla III.3: Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos.....	78
Tabla III.4: Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales.....	79
Tabla III.5: Ventas por cilindrada del vehículo - Turismos.....	80

Tabla III.6: Ventas por cilindrada del vehículo - Comerciales	80
Gráfico III.8: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos.....	81
Gráfico III.9: Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	82

CAPÍTULO IV

Gráfico IV.1: Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas.....	86
Gráfico IV.2: Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas.....	86
Gráfico IV.3: Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas por tipología de vehículo y método de financiación	87
Gráfico IV.4: Implantación de dispositivo telemático.....	87
Gráfico IV.5: Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático	88
Gráfico IV.6: Implantación de dispositivo telemático por tipología de vehículo y método de financiación.....	88
Gráfico IV.7: Medios de pago usados en los servicios relacionados con la movilidad en los vehículos.....	89
Gráfico IV.8: Medios de pago usados en los servicios relacionados con la movilidad en los vehículos	89
Gráfico IV.9: Integración de equipos de seguridad en el vehículo.....	90
Gráfico IV.10: Integración de equipos de seguridad por tipología de vehículo	91
Gráfico IV.11: Integración de equipos de seguridad por método de financiación.....	92

CAPÍTULO V

Gráfico V.1: Kilometraje anual parque de empresas 2015 vs 2014	96
Gráfico V.2: Kilometraje anual parque empresa Vs. parque particular	96
Gráfico V.3: Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2015 y 2014	97
Gráfico V.4: Kilometraje anual por método de financiación	97
Gráfico V.5: Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo.....	98
Gráfico V.6: Kilometraje anual por tipo de vehículo de empresa.....	99
Gráfico V.7: Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa	99
Gráfico V.8: Kilometraje acumulado parque empresas Vs. parque particular.....	100
Gráfico V.9: Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo	100
Gráfico V.10: Tipo de motor parque empresas Vs. parque particular.....	101
Gráfico V.11: Posesión de contrato de mantenimiento	101
Gráfico V.12: Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y número de vehículos de empresa	102
Gráfico V.13: Cambio de neumáticos en 2015	102
Gráfico V.14: Cambio de neumáticos por tipología de vehículo	103
Gráfico V.15: Cambio de neumáticos por método de financiación	103
Gráfico V.16: Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2015 vs. 2014.....	104
Gráfico V.17: Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos	105
Gráfico V.18: Centro de reparación según antigüedad del vehículo que acude a centro de mantenimiento	105
Gráfico V.19: Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2015	106
Gráfico V.20: Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo	106
Gráfico V.21: Revisión o cambio de aceite por método de financiación	107
Gráfico V.22: Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2015 vs. 2014	107
Gráfico V.23: Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento	108
Gráfico V.24: Centro de mantenimiento según antigüedad del vehículo	108

CAPÍTULO VI

Gráfico VI.1: Número medio de visitas anuales al taller en base a la antigüedad del vehículo	114
Gráfico VI.2: Número medio de visitas anuales al taller por tipología de vehículo y método de financiación	114

Gráfico VI.3: Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación	115
Gráfico VI.4: Elección del lugar donde realizar la reparación	116
Gráfico VI.5: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo.....	116
Gráfico VI.6: Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting Vs. Compra	117
Gráfico VI.7: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	117
Gráfico VI.8: Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	118
Gráfico VI.9: Garantía del vehículo de empresa - 2015 Vs 2014.....	118
Gráfico VI.10: Garantía según método de financiación del vehículo.....	119
Gráfico VI.11: Tipo de seguro parque empresas Vs. parque particular	119
Gráfico VI.12: Tipo de seguro en parque de empresa - Comparativa 2015 Vs. 2014	120
Gráfico VI.13: Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo.....	121
Gráfico VI.14: Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación.....	122
Gráfico VI.15: Tuvo accidente en 2015 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2015).....	122
Gráfico VI.16: Número de accidentes / roces	123
Gráfico VI.17: Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo	123
Gráfico VI.18: Se declaró el accidente al seguro.....	124
Gráfico VI.19: Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2015 Vs. 2014	124
Gráfico VI.20: Lugar de reparación	125
Gráfico VI.21: Quién elige el lugar de reparación.....	125

CAPÍTULO VII

Gráfico VII.1: Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas	128
Gráfico VII.2: Evolución de la flota en los próximos tres años.....	129
Gráfico VII.3: Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2015.....	130
Gráfico VII.4: Principales métodos de financiación	131
Gráfico VII.5: Principales métodos de financiación en empresas con grandes flotas según países	132
Gráfico VII.6: Grado de acuerdo con aspectos relativos a la movilidad	133
Gráfico VII.7: Grado de acuerdo con aspectos relativos a la movilidad, comparativa con EU.....	133
Gráfico VII.8: Uso de herramientas telemáticas	134
Gráfico VII.9: Finalidad principal del uso de herramientas telemáticas	135
Gráfico VII.10: Nivel de acuerdo con la afirmación "en el futuro, los empleados aceptarían fácilmente el uso del vehículo autónomo" (% de acuerdo).....	138
Gráfico VII.11: Nivel de acuerdo con que "en el futuro los vehículos autónomos o semi-autónomos resolverán los problemas de seguridad" (% de Sí)	138
Gráfico VII.12: Matriz de posicionamiento sobre el vehículo semi-autónomo	139



PROMOVIDO POR:



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

www.observatoriovehiculoempresa.es

[Inicio](#)

[Índice](#)