

Titular: La auténtica materia oscura del brillante universo del automóvil

Medio: El Norte de Castilla

Fecha: Lunes, 15 de julio de 2013

agencia:
comunicación profesional

El Norte de Castilla

VALLADOLID
Lunes 15.07.13
Nº 59.936
1,30 €

DIARIO INDEPENDIENTE FUNDADO EN 1854 - www.elnortedecastilla.es

V ADELGAZAR SIN MEDIDA

Los inventores de dietas no descansan. Y de nuevo saltan las alarmas de los médicos **P57**

ECOS DE MACHADO, MAÑANA EN EL AULA DE CULTURA P36

Las empresas de Castilla y León venden 3,6 coches usados por cada uno nuevo

La compraventa de automóviles de segunda mano crece y es en la actualidad buena parte del negocio de los concesionarios

El año pasado se vendieron en Castilla y León 23.103 coches nuevos y 80.452 usados, es decir, 3,4 usados por cada uno nuevo. Pero en el primer

trimestre de 2013 la proporción crece y alcanza los 3,6 coches de segunda mano por uno nuevo. Son algunos de los datos que se pusieron sobre la mesa en los Desayunos Empresariales que organiza El Norte y la Agencia Comunicación Profesional, en los que participaron Ignacio Galindo (Muvesa), Eugenio García (Palausa), José Luis López Valdivielso (Vasa) José San José Merinero (Aysan). **P32**

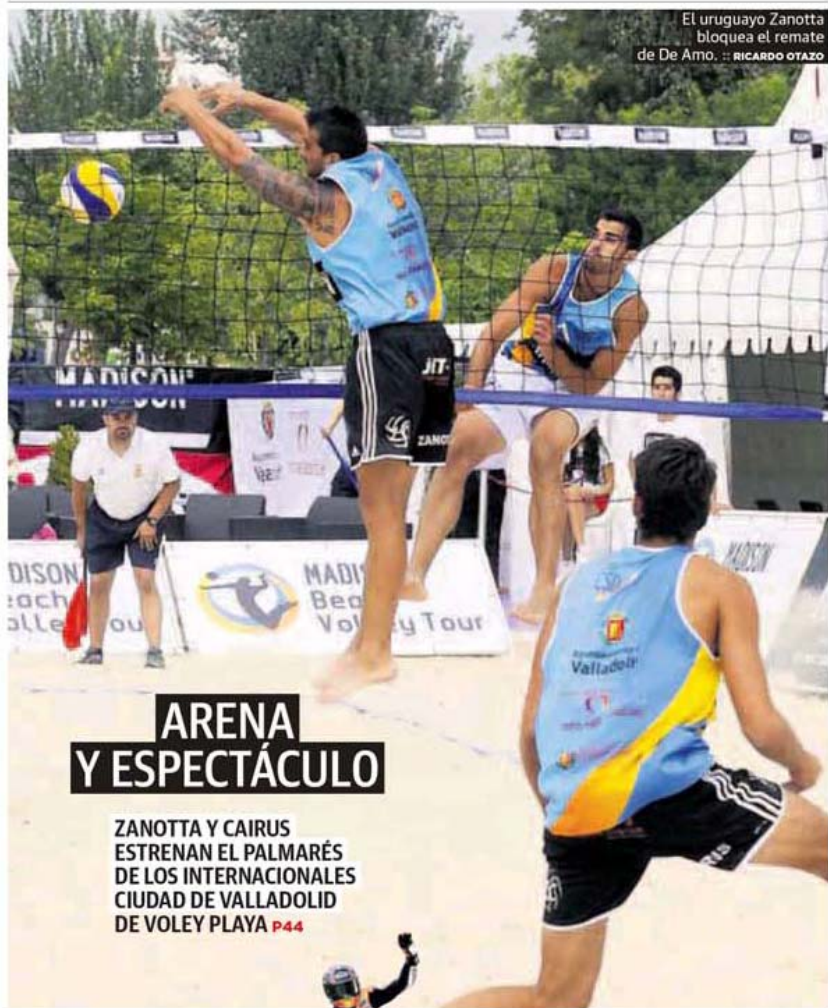
El PSOE rompe con el PP y pide a Rajoy que dimita

Pérez Rubalcaba sostiene que la publicación de los mensajes cruzados entre Rajoy y Bárcenas, después de que se supiera que el extesorero del PP ocultaba una gran fortuna en

Suiza y se hablara de los sobresueldos en su partido, revela una «grave connivencia» con Bárcenas, por lo que exige la «inmediata dimisión» del jefe del Ejecutivo. **P26**

Una granizada daña los cultivos en Tordesillas, Medina y Tierra de Campos **P12**

Valladolid	2	Deportes	41
Esguelas	15	Tus anuncios	54
Castilla y León	18	V	57
Opinión	24	SERVICIOS	
España	26	Pasatiempos	62
Mundo	29	El tiempo	65
Economía	32	Agenda	66
Culturas	36	Televisión	68



El uruguayo Zanotta bloquea el remate de De Amo. :: RICARDO OTAZO

ARENA Y ESPECTÁCULO

ZANOTTA Y CAIRUS ESTREMAN EL PALMARÉS DE LOS INTERNACIONALES CIUDAD DE VALLADOLID DE VOLEY PLAYA **P44**

MOTOCICLISMO
MÁRQUEZ GANA Y LIDERA EL MUNDIAL **P48**

TOUR DE FRANCIA
SENTENCIA DE FROOME EN EL MONT VENTOUX **P42**

Limpiezas ANTON
Servicios Integrales

ESPECIAL SEGUNDA VIVIENDA CUANDO LLEGUES, TODO LISTO

SOLICITA PRESUPUESTO SIN COMPROMISO ¡TE SORPRENDEREMOS!

983 30 88 88 www.limpiezasanton.es

Titular: La auténtica materia oscura del brillante universo del automóvil

Medio: El Norte de Castilla

Fecha: Lunes, 15 de julio de 2013

agencia:
comunicación profesional

32 | **ECONOMÍA**

Lunes 15.07.13
EL NORTE DE CASTILLA

**DESAYUNOS
EMPRESARIALES**

La auténtica materia oscura del brillante universo del automóvil

Cuatro empresarios desgranán el negocio de los concesionarios del sector de la automoción

VALLADOLID. El encuentro de algo más de dos horas con algunos de los más significativos concesionarios del mercado del automóvil en Castilla y León (no están todos los que son, pero si son todos los que están) hace que uno salga de la reunión con dos o tres ideas distintas a las que se planteaba antes de la conversación. La primera, casi tan antigua como el mundo. Resulta que la venta de los caballos genera rentabilidad si luego eres capaz de ganar dinero en la herrería, porque son las herraduras las que aseguran la continuidad del tinglado. Pero es que ahora, los coches de segunda, de tercera o más manos, los usados vamos, los que se llevan al concesionario a cambio de uno reluciente, flamante y de estreno, son un negocio. De hecho se venden más que los nuevos. Y por último, que hoy la exclusividad es cosa del pasado. El negocio de las concesiones del sector del automóvil avanza hacia la concentración. Las marcas se verán obligadas a compartir espacio, vendedor y taller de reparaciones. Ir a comprar un coche se parecerá cada vez más a asistir a una feria internacional del automóvil. Una cosa más, la distribución da más trabajo que el sector de la fabricación. Otra diferencia de la automoción con respecto a otros sectores.

Así que la crisis se ha cebado más con los vendedores que con los constructores de coches. Cosas que ha traído la recesión, la evolución de la economía y los cambios de tendencia en el sector de la automoción. El año pasado, en Castilla y León se vendieron 23.103 coches nuevos y 80.452 usados, con una relación de 3,4 usados por cada uno nuevo. En el primer semestre de 2013 la proporción aumenta. Ahora se venden 3,6 coches de segunda mano por cada nuevo que sale del concesionario.

El arte de la venta

Vender es un arte y cuando una buena parte de los consumidores han visto cómo se reducen sus rentas, requiere de todo el esfuerzo del negociante. Los concesionarios de automóviles han sufrido en los últimos años el mordisco de la caída de la renta disponible y hoy, los que sobreviven han modificado hábitos y maneras para conseguir que sus establecimientos continúen abiertos. Los Desayunos Empresariales que organiza El Norte de Castilla con la Agencia Comunicación Profesional analizan el negocio de los concesionarios de automóviles. A la convocatoria en los salones del ho-

tel Novotel El Palero, en Valladolid, han acudido el gerente de las firmas Muvesa y Tuvasa, Ignacio Galindo, quien estuvo acompañado por el consejero delegado de Palausa, Eugenio García, y por el consejero delegado de Valladolid Automóvil y Eylo Motor, José Luis López Valdivielso. Junto a ellos se sentó el director gerente de Automóviles Aysan y delegado de Ganvam en Castilla y León, José San José Merinero.

La primera pregunta

Primera pregunta tras las presentaciones: ¿Cuánto han cambiado las empresas las dificultades económicas de los últimos años?

Eugenio García, líder de un holding nacido en Palencia y con once compañías en el organigrama apunta el primer cambio. «Ya no estamos en crisis, esta es la realidad. La crisis que hemos pasado ha sido fatal y al que ha pillado en plenas inversiones, posiblemente no habrá podido salir adelante», afirma.

El moderador sugiere que hay otra circunstancia para la supervivencia, la capacidad de adaptación. «Es que este ha sido un sector especial», precisa José San José. «Ha habido una época de bonanza y más de un oportunista ha invertido, pero los que sobreviven son gente que conoce del sector, que en los años fáciles ha guardado en la hucha y sabe que es momento de aplicarlo, para mantener el empleo y esperar a que pase la tormenta. Quizá hay un componente de pasión por el automóvil. Hay quien en este negocio lleva gasolina en las venas», asegura.

«No es tormenta, es futuro»

«No es una tormenta», avisa José Luis López Valdivielso, «esto es el futuro. No van a volver los años que hemos conocido. Esta ha sido una crisis que en la red comercial vimos venir antes que los fabricantes. A mí alguno me llegó a decir en torno al 2008 que en el 2010 la marca de la que era directivo iba a vender diez mil coches, cuando rondábamos los cuatrocientos. Se ha obligado a muchos concesionarios a hacer instalaciones y los que entraron en grandes inversiones, la crisis se los ha llevado por delante», explica el directivo.

López Valdivielso admite que todos han sufrido daños. «Somos 44 personas menos y en la posventa ha habido una caída salvaje, a la que nos tenemos que acostumbrar. Este ha sido un sector muy competitivo porque intervienen muchos elementos, los fabricantes, los seguros, las compañías de renting, los chatarreros, los



JULIO G. CALZADA

✉ juliogcalzada@elnortedecastilla.es

talleres independientes... y eso nos ha ayudado cuando ha llegado una crisis seria, como esta», comenta.

Ignacio Galindo añade otro problema del sector: «Que en España no existe ley de distribución. Estamos entre el mercado y los fabrican-

tes, que imponen sus condiciones, incluso en el volumen de inversiones en publicidad, en equipos, en maquinaria», enumera. «Pueden reestructurar la red, ten dan dos años para salir, pero quizá has hecho una inversión que se tarda diez años en amortizar. Hay un salto terrible entre las exigencias y el negocio. En épocas de crisis aprovechan y hablan de reestructuración en muchas marcas, porque quizá es verdad que sobran operadores en el mercado, o que al final las marcas lo que buscan es que no ganes mucho. En la posventa ocurre algo parecido. Hace

años los fabricantes decían que es posible que en ventas no se gane, pero se ganará en la posventa. Cuando ha caído la posventa se achaca a una circunstancia del mercado, y llevamos seis años con esa circunstancia. Seguimos sin ganar en los coches, y tampoco en la posventa», afirma.

«Es que somos franquiciados», tercia García. «No hay compañía ni red de ninguna marca que gane dinero ahora. Hay incluso marcas con toda la red en resultados negativos. La estrategia de las marcas no está a favor del concesio- ➤»



Ignacio Galindo, José Luis López Valdivielso, José San José Merinero y Eugenio García, a las puertas del

Titular: La auténtica materia oscura del brillante universo del automóvil

Medio: El Norte de Castilla

Fecha: Lunes, 15 de julio de 2013

agencia:
comunicación profesional

Lunes 15.07.13
EL NORTE DE CASTILLA

ECONOMÍA | 33

Organizan:

El Norte de Castilla

agencia:
comunicación profesional

Colabora:



► nario, porque ninguno tiene beneficios. ¿A qué se debe? Cuando empecé en los años setenta, el director general de Ford en España me dijo que ellos sabían fabricar coches de mil en mil, pero no sabían venderlos de uno en uno. A nosotros nos queda un beneficio bruto del 2%. ¡Bruto!, no hay posibilidad de estrategia y la estrategia debe de estar en las manos de quienes más saben de esto, porque ¿quién va a saber más de ventas de Renault en Valladolid que José Luis López Valdivielso?, se pregunta.

«Un caos gordo»

«Es que el reglamento europeo que se aprobó en el 2005 fue una bofetada contra las marcas que recibieron en la cara los concesionarios», ironiza Galindo. «Ahora legislativamente estamos en un caos, un caos gordo. Incluso aparecen operadores nuevos, como las compañías de renting que se han convertido en vendedores de coches, igual que la venta de los particulares y lo que informa, pero confunde Internet, ya que hay gente que ahora confunde va-

lor y precio, avisa y protesta porque a los concesionarios, a la crisis económica se les suma la presión de Hacienda. «Porque cada dos por tres van a buscar donde hay papeles y nosotros tenemos papeles por todos los lados. Y te aplican todas las normativas existentes. En tres años llevo lo normal, como cualquier empresa, el Impuesto de Sociedades, el IVA, pero además han transcurrido tres meses desde la normativa de pagos al contado y ya han pasado a ver si hemos defraudado. ¡Si no ha dado tiempo a que la ley se ponga en marcha!», cuenta el empresario. «Llegas a la conclusión de que solo van donde hay papeles. No donde hay un taller ilegal, aunque sepan que está abierto. Estamos en una batalla que a mayores de la crisis, juntamos los problemas legales. Es desastroso», reflexiona.

El mango de la sartén

José San José recuerda una ponencia de Valdivielso sobre la no nacida Ley de Distribución «donde nos informaba de que los constructores iban a seguir manteniendo la sartén

La primera opción de compra

«Es verdad que se han vendido más coches usados, pero ha aumentado la cifra de los llamados vehículos mileuristas, que se venden en la calle por un máximo de 3.000 euros y muchos padres compran ese coche barato para su hijo que tiene trabajo, pero que ni es fijo ni sabe si va a tener continuidad», explica José San José. «En el taller faltan, ade-

por el mango. De manera que la utopía de la Ley de Distribución era afrontar contra los fabricantes, que son pequeños estados que quedó donde quedó», manifiesta el gerente de Aysan. «Los fabricantes ya avisaron que tendríamos que conformarnos con vender los coches usados y sacarle rendimiento al taller, que los coches nuevos... Eso nos los dijeron hace treinta años, pero condiciona el mercado. Hoy el vehicu-

lo de ocasión es la primera opción de compra, pero es un mercado muy condicionado. No se venden coches nuevos y no entran usados». Y a pesar de cuantas y problemas, matiza el moderador, las empresas continúan abiertas... «Porque trabajamos media jornada, es decir, doce horas al día. Hemos hecho hucha. Hay empresarios que en cuanto han tenido un millón lo han repartido. Y en este sector, a la gente nos en-

señaron que del duro que se ganaba se clavaba. Por eso ha quedado riñón. A los que han empezado en los años noventa, les ha ido peor. Hay directivos del mundo del automóvil que han puesto sus negocios de concesionario y han tenido unos fracasos estrepitosos» recuerda. «Porque no lo saben gestionar», interviene López Valdivielso.

«Los casos que conozco de gente de las fábricas que han pasado a gestionar una red comercial han ido al garete todos, porque esto es otra cosa, es un negocio distinto. Este es un negocio que parece fácil, el de comprar un coche a un señor para venderlo a otro, pero hay que tener relaciones con los fabricantes, con las compañías de renting, con los bancos, con los organismos públicos, con los auxiliares... Esto es complicado, es distinto. Y además hay que valer. ¿Os imagináis en otros sectores que a un empresario le digan que su objetivo para este año es no perder?», plantea. Y destaca que este sector ocupa casi tres veces más plantilla que la fabricación. Recuerda a la materia oscura que llena el universo, más brillante y visible, pero que apenas supone un tercio del total de la actividad económica que aporta la automoción.

Planes de futuro

Última ronda. Planes de futuro de las empresas. «El futuro pasa por dos modelos de negocio, los pequeños concesionarios especializados, muy profesionales, de marcas muy concretas y los grandes grupos con muchas concesiones de distintas marcas en muchos lugares», precisa Ignacio Galindo.

«La tendencia va a ser la formación de grupos. Y le tendremos que dar valor, tanto en la venta como en el taller, adaptarnos a las técnicas de Internet y habrá colaboraciones con compraventas con otros agentes», adelanta.

José Luis López Valdivielso considera que otros dos «añitos como este no nos les quita nadie». Y expone sus planes: «Hay que cambiar un poco la idea del negocio. Seguir bajando gastos, aquilatando plantilla. El mercado de vehículos nuevos va a permanecer estable o a la baja, el de ocasión, ya veremos. Tendremos que inventarnos cualquier cosa, pero, sobre todo, prestar la mejor atención al cliente», señala como clave diferencial.

García explica que Palausa se plantea como estrategia que cada unidad de negocio de sus red de concesionarios: vehículo nuevo, vehículo de ocasión, taller y almacén, sean rentables de manera individual. «De los cuatro, el único que ahora da dinero es el almacén», advierte. «Es lo que pretendemos para salvar el bache», y avisa: «Vamos a seguir comprando más marcas».

José San José cierra con un consejo válido para la automoción y para cualquier sector: «La hucha y no gastar nos ha permitido llegar hasta aquí, y la concentración de empresas parece necesaria para el futuro».

Eugenio Galindo
Gerente de Muvesa y Tuvasa

«En estos momentos hay una cierta demanda de furgonetas que no se está cubriendo por el problema de la falta de crédito»

José Luis López Valdivielso
Consejero Delegado VASA

«Los fabricantes tratan a veces a las redes de distribución como a meros proveedores para cuadrar sus costes de producción»

José San José Merinero
Gerente de Aysan

«Los que sobreviven son gente que en los años fáciles ha guardado en la hucha y saben que es momento de aplicarlo para mantener el empleo y esperar a que pase la tormenta»

Eugenio García
Consejero delegado Palausa

«Ha ocurrido una limpieza natural, pero veremos si en el 2014 o en el 2015 está la cosa más clara. Nosotros, desde luego, vamos a seguir comprando más marcas»



Novotel El Palero. HENAR SASTRE