
Nota de Prensa

Fecha Enero de 2012
Contacto Xavi Janer, PwC
Tel: 91 568 42 75
e-mail: xavier.janer.serra @es.pwc.com

Páginas 3

Informe 'El futuro de la distribución del automóvil se decide hoy', elaborado por PwC

La distribución del automóvil en España necesita una transformación para garantizar su futuro

Madrid, 18 de enero de 2012. El sector de distribución del automóvil en España necesita una reorganización para garantizar su futuro. Esta es una de las principales conclusiones del informe ***El futuro de la distribución del automóvil se decide hoy, elaborado por PwC*** a partir de las reflexiones de los principales agentes del sector que integran el *Foro de Automoción de PwC*. El estudio apunta a una serie de variables decisivas sobre las que deberán trabajar las compañías del sector: la profesionalización, el cumplimiento normativo, la reorganización y flexibilidad o la gestión personalizada (trazabilidad), entre otras.

Uno de los aspectos más importante para que la distribución ocupe el lugar destacado que el sector necesita es la **profesionalización**. La coyuntura actual obliga a la industria a disponer de profesionales cualificados y con equipos y maquinaria avanzada, capaces de responder las demandas de un cliente cada día más exigente. En este sentido, el documento destaca la necesidad de que los profesionales de la distribución cuenten con una fuerte orientación al cliente, tanto en la venta como en la postventa.

El estudio resalta el alto nivel de regulación al que está sometido el sector de distribución del automóvil en España, imprescindible para la protección del consumidor y del medio ambiente. Sin embargo, existe un **cumplimiento normativo** desigual por parte de algunos agentes del sector, lo que impide el desarrollo de la libre competencia, incide sobre la reputación del sector y tiene efectos negativos sobre los compradores. El informe propone, entre otras cuestiones, impulsar una línea de trabajo con las Administraciones Públicas para impulsar el cumplimiento normativo en el sector.

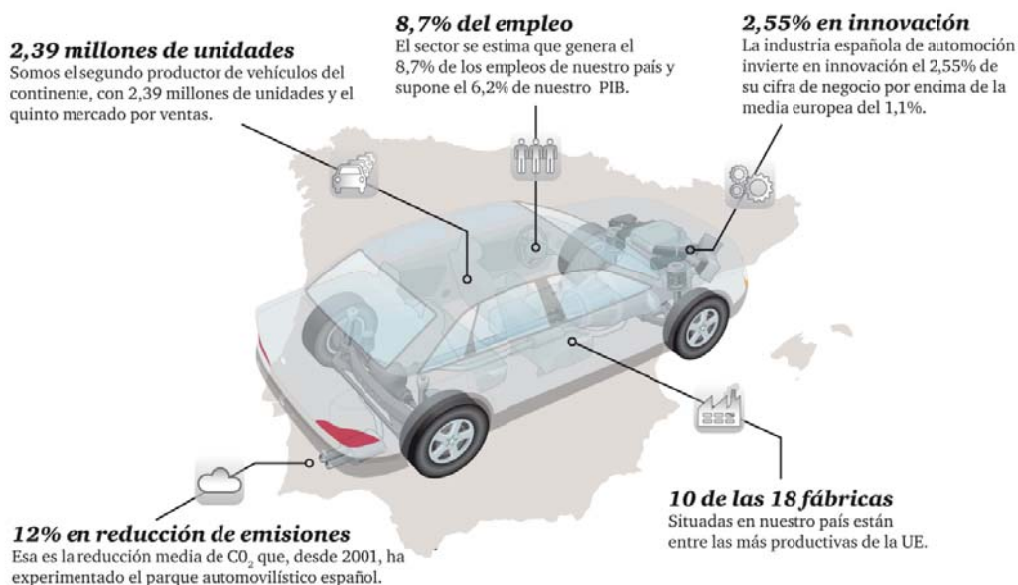
Los cambios del mercado en los últimos años requieren que las marcas se adapten mediante una profunda **reorganización**, que deben acometerla de forma ordenada y acordada con los concesionarios. En este sentido, el documento propone una serie de desafíos para ambos actores:

- 1.- Las marcas deben adecuar sus redes al potencial real y futuro del mercado, que les permita asegurar una rentabilidad a lo largo en el tiempo.
- 2.- Los concesionarios, por su parte, tienen que ser más flexibles creando centros de servicios compartidos y buscando nuevas fórmulas societarias -que les ayude a reducir los costes fijos y aprovechar las economías de escala-, o adoptando nuevas fórmulas de financiación que garanticen su supervivencia.

Este proceso de reconversión pasa por **dar el salto de una gestión basada en la venta y entrega del producto a otra centrada en el servicio**. Hay que aprovechar nichos de mercado con gran potencial como son el *renting*, las flotas de organizaciones o el vehículo de ocasión. Y es preciso incorporar Internet y las redes sociales en la forma de relacionarse con el cliente.

El documento pone sobre la mesa la importancia de **mejorar la trazabilidad del vehículo**. De forma que el consumidor cuente con información fiable a la hora de vender su automóvil o de adquirir otros en el mercado de segunda mano. Es necesario poner en marcha mecanismos profesionales, transparentes y compartidos por el sector, para mejorar la trazabilidad y garantizar en todo momento el estado y valor de los automóviles.

El peso del sector automovilístico español



El futuro de la distribución del automóvil hoy incluye, además, algunas de las cifras más representativas del sector de automoción que demuestran su peso en España y en Europa. Por ejemplo, 10 de las 18 fábricas situadas en nuestro país están entre las más productivas de la UE; somos el segundo productor de vehículos del continente, con 2,39 millones de unidades y el sector, se estima, que genera el 8,7% de los empleos de nuestro país y supone el 6% del PIB. Además, nuestra industria del automóvil invierte en innovación un 2,55% de su cifra de negocio y desde 2001 ha conseguido una reducción media del las emisiones de CO₂ de nuestro parque móvil del 12%.

Para Josep Solé, socio del Grupo de Automoción de PwC, “la industria del motor ha demostrado que fabrica productos de primer nivel desde el punto de vista tecnológico, de calidad e innovación. Pero en el futuro la diferencia en el sector la va a marcar la distribución y la capacidad de prestar a los usuarios un servicio excelente después del momento de la venta”.

Nota:

1.- El **Foro Automoción de PwC** nace, a partir de los propios agentes que operan en el sector, para buscar ideas y soluciones a diferentes áreas que ayuden a transformar e impulsar una industria clave en nuestro desarrollo como país. El Foro se materializa con reuniones de expertos de alto nivel, documentos y celebración de actos públicos en los que contrastar, aportar y, en suma, iluminar al conjunto del sector con ideas útiles, innovadoras y compartidas.

2.- PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con cerca de 169.00 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.com