

Los grandes desafíos de los concesionarios de automóviles

Un estudio empírico

Eduardo Rodríguez Enríquez*

La entrada en vigor de la «cláusula de deslocalización» el 1 de octubre de 2005 plantea a los concesionarios importantes desafíos para el devenir del sector en términos de competitividad, expansión del negocio y en última instancia sobre la rentabilidad, particularmente para las Pymes. En este artículo, una vez analizadas las posibles implicaciones y expectativas generadas, se realiza un estudio empírico para una muestra de concesionarios de Asturias con el objeto de definir los patrones económico-financieros de estas empresas. Los resultados indican que a pesar de que la mayoría logran beneficios, aunque reducidos, sin embargo atraviesan una débil posición económica al obtener un reducido margen bruto sobre ventas, una baja rentabilidad y una productividad levemente decreciente, y su situación financiera revela dificultades derivadas de su elevado endeudamiento, lo que compromete aun más su limitada liquidez a corto plazo y las posibilidades de expansión.



COLABORACIONES

Palabras clave: concesionarios, pequeña y mediana empresa, competitividad, rentabilidad.

Clasificación JEL: L62.

1. Introducción

Es indudable la importancia del sector de la automoción en España como impulsor de la actividad comercial e industrial, cualquiera de las cifras de producción, ventas, inversión, ocupación y exportación así lo demuestran. La actualidad de este sector se centra particularmente en el subsector de los concesionarios ante la reciente entrada en vigor de la nueva normativa sobre distribución de automóviles

en la UE, lo que supondrá importantes repercusiones y retos en el mismo. El nuevo escenario, que elimina las fronteras para los concesionarios en el ámbito europeo, introduce importantes desafíos en el devenir de este tipo de empresas, no exentos de un futuro cargado de riesgo e incertidumbre sobre su viabilidad.

A todo lo anterior hay que unir la ya de por sí débil situación económico-financiera que atraviesan los concesionarios, principalmente las Pymes, en términos de rentabilidad y endeudamiento. Es bien sabido el clima de presión en el que están inmersos para tratar de vender vehículos con un es-

* Profesor Titular de Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Oviedo.

trecho margen de beneficios y procurar compensar en cierta medida esa escasa rentabilidad a través del servicio de posventa. Por otro lado, el insignificante margen bruto en ventas unido a una estructura financiera caracterizada por un elevado nivel de endeudamiento a corto plazo dibujan un escenario con significativas dificultades financieras.

Si bien el espíritu de la normativa vigente ha sido intensificar la competencia entre sectores en beneficio de los consumidores finales a través de la liberalización de las ventas y la homogeneización en materia de precios en todo el ámbito comunitario, sin embargo, tres años después de la entrada en vigor de la misma, la situación real de los distribuidores permite definir un panorama incierto. De hecho, todavía no se ha logrado reducir la presión de las marcas de automóviles sobre las redes de distribución, persistiendo una elevada dependencia.

En este marco, y una vez eliminada la «cláusula de localización», la búsqueda de una mayor competitividad impulsará la expansión geográfica de los concesionarios, lo que vendrá acompañado de mayores procesos de concentración empresarial a través de absorciones por parte de grandes grupos extranjeros, el desarrollo de consorcios de Pymes y la creación de redes de las propias marcas. Competir con grupos de concesionarios que comparten gastos comunes hará muy difícil la supervivencia de aquéllos con reducida dimensión. En lo que sigue perfilaremos algunas de las repercusiones del nuevo marco legal para finalizar con un estudio empírico sobre la situación económico-financiera de una muestra de concesionarios de Asturias.

2. Implicaciones de la nueva normativa: un futuro incierto

Desde octubre de 2002 este sector se rige por el Reglamento de la Comisión Eu-

ropea 1400/2002 (1), un texto normativo ambicioso a la vez que polémico y cuyos propósitos más relevantes se centraban en intensificar la competencia en la venta, reparación y servicios posventa en beneficio de los consumidores, impulsar la venta por Internet, facilitar las compras transfronterizas de vehículos nuevos y propiciar una mayor competencia en materia de precios. Además, concedió una mayor libertad a los distribuidores, al permitir la apertura de concesionarios multimarca. Sin embargo, tan sólo uno de los aspectos regulados en la citada norma, quizás uno de los más significativos, se ha pospuesto su entrada en vigor tres años desde su aprobación.

El mismo hace referencia a la derogación de la «cláusula de localización», así desde el 1 de octubre de 2005 los concesionarios pueden abrir puntos de venta en cualquier parte del territorio comunitario, de manera que los fabricantes deberán aceptarlos siempre que la concesión mantenga abierto el establecimiento principal autorizado inicialmente y cumpla los criterios establecidos por la marca para el país o región donde tenga lugar la apertura de la nueva instalación. Con ello se conseguirá una mayor homogeneidad entre los mercados europeos, lo que redundaría en una armonización vía precios en un horizonte temporal largoplacista, con el consiguiente beneficio para los consumidores, a la vez que también fomentará la innovación en la propia distribución.

Es evidente que los fabricantes deberán modificar sus estrategias comerciales en materia de precios pues es de suponer que la entrada en vigor de esta cláusula propiciará una reducción de los diferenciales de precios entre los distintos países de la UE, lo que permitirá evitar movimien-

(1) Conocida como «Ley Monti», debido a su impulsor, el Comisario de la Competencia Mario Monti.



COLABORACIONES

tos especulativos entre distribuidores e intermediarios. Sin embargo, esta homogeneización no se logrará plenamente mientras persistan diferencias en la fiscalidad entre países, y en consecuencia, la eficacia de estas medidas requerirá revisar la política fiscal que grava al sector en todos los países comunitarios.

Una primera consecuencia inmediata de esta nueva normativa es la oportunidad de orientar y expandir sin limitación alguna la cifra de negocios de los concesionarios no ya a nivel local, sino a escala nacional e internacional. La eliminación de fronteras implicará la apertura de nuevos puntos de venta para los distribuidores con mayor capacidad de crecimiento que consideren que existan nuevas oportunidades de negocio más allá de sus territorios domésticos. Estas oportunidades pueden ser muy diversas, bien porque en los nuevos emplazamientos la marca en cuestión esté poco representada traduciéndose en una cuota de mercado poco significativa, bien porque las posibilidades para competir vía precios sea una buena fuente de diferenciación de la competencia al tratarse de países con precios más elevados, entre otras.

En principio, las empresas de menor tamaño verán una importante amenaza e inseguridad en este entorno de mayor competencia hasta el punto de verse excluidas del mercado producto del asentamiento de los grandes grupos de distribución. Este riesgo no sólo se plantea de cara al futuro por la menor capacidad, básicamente financiera (2), de acometer proyectos de expansión del negocio en otros mercados dado su elevado nivel de endeudamiento, sino por la situación actual derivada de las inversiones efec-

tuadas en el contexto de los anteriores contratos de concesión en exclusiva y por la desvinculación de las áreas de venta y posventa ya en vigor de la mano del Reglamento 1400/2002. Todas estas circunstancias pueden redundar en la imposibilidad de mantener la calidad de los servicios prestados en un horizonte de largo plazo así como los niveles actuales de inversión.

Parecería lógico suponer que lejos de favorecer una mayor competencia entre concesionarios, la supresión de la cláusula de localización traerá consigo una mayor concentración del sector por medio de procesos de fusión, adquisición o absorción, para así poder hacer frente al poder de mercado que ostentan las marcas, lo que propiciará una reducción de la competencia y en definitiva un recorte de las posibilidades de elección de los consumidores finales. En consecuencia, es previsible que tengan lugar importantes cambios en el tejido empresarial, con la presencia de compañías de mayor dimensión.

Por otra parte, la liberalización del mercado pretendida en el Reglamento también traerá consigo el crecimiento de nuevos canales de distribución, como los *brokers automovilísticos*, los grandes almacenes y centros de prueba de vehículos para clientes, de igual forma que la venta a través de Internet también está representando un gran desafío (3). Esta tecnología proporciona significativas ventajas



COLABORACIONES

(2) Sobre el nivel de endeudamiento y la capacidad financiera de las pymes-concesionarias puede consultarse RODRÍGUEZ ENRÍQUEZ (2002).

(3) Algunos estudios ponen de relieve el elevado porcentaje de compradores de vehículos en España que han utilizado este canal antes de tomar la decisión final de compra, como el de la consultora Cap Gemini Ernst & Young, que cuantifica este porcentaje en un 70 por 100. Sin embargo, aunque hoy por hoy la venta de vehículos a través de la web está todavía muy lejos de representar una fuerte amenaza para el concesionario tradicional, el papel de esta tecnología queda relegado al proceso de precompra. En definitiva, *a priori* Internet no parece que se vislumbre como un competidor para los concesionarios.

en el sector toda vez que representa una importante fuente de información para los compradores potenciales así como una eficaz herramienta de gestión para los concesionarios, un excelente canal de aprovisionamiento de *stocks* y un atractivo escaparate para la venta. Un creciente uso de estos canales traerá consigo efectos positivos en la medida en que redundará en una reducción de vehículos en *stock*.

Por otro lado el papel de Internet será bastante relevante en el ámbito de la matriculación dado que la Agencia Tributaria impone a través de la Orden EHA/1981/2005, de 21 de junio, la obligación de satisfacer el impuesto de matriculación a través de la red a partir del 1 de enero de 2006 con el objeto de frenar el fraude y evitar que sociedades dedicadas a la matriculación de vehículos, normalmente adquiridos en el extranjero, paguen menos de lo requerido. Con el pago telemático los usuarios también se ahorrarán las cantidades que hasta ahora cobraban los concesionarios por llevar la gestión del impuesto.



COLABORACIONES

3. Muestra de empresas analizada

Con el propósito general de identificar los patrones económicos y financieros que caracterizan a los concesionarios de Asturias se parte de los datos contenidos en las Cuentas Anuales de una muestra de empresas que depositan las mismas en el Registro Mercantil de Asturias. La información disponible permitirá diagnosticar la situación de dicha rama de actividad con la posibilidad de identificar posibles líneas de actuación futuras una vez revisados en el epígrafe precedente los principales desafíos del sector.

Para la obtención de la muestra se ha recurrido a la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) res-

pecto a la totalidad de concesionarios que operan en el Principado de Asturias con información correspondiente a los tres últimos ejercicios económicos disponibles (2001-2003). Este sector de actividad se corresponde con la división 5010 (Venta de vehículos de motor) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993 (CNAE-93), siendo 194 el total de empresas disponibles.

Sobre esta muestra de partida se han practicado una serie de filtros con el objeto de conformar una muestra constante, lo que nos permitirá disponer de un colectivo homogéneo de forma que las cifras presentadas sean válidas para efectuar un análisis comparativo. Así, se ha prescindido de aquellas sociedades que permanecen inactivas o que reinician su actividad tras un período de inactividad, y también las empresas de primer año de actividad y que, por tanto, no permiten disponer de datos para los tres ejercicios analizados. Su eliminación estriba en que la situación que atraviesan provoca que muchas de las variables consideradas carezcan de valor. Por otro lado, también se han rechazado las empresas que no proporcionen algún tipo de información requerida para el análisis, particularmente la relativa al personal. Introducidos estos filtros, resulta un total de 163 firmas las que integran la muestra objeto de estudio.

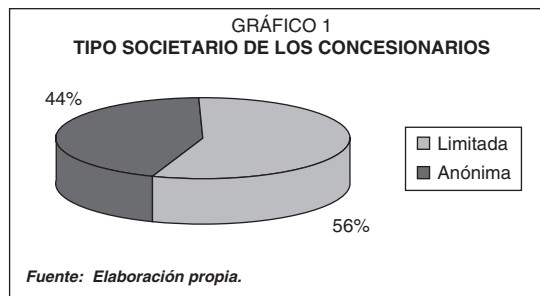
Para lograr una aproximación al conocimiento de la estructura económico-financiera de estos concesionarios se procede al estudio del tamaño y crecimiento empresarial, la estructura patrimonial (inversora y financiera), la posición de liquidez, los beneficios y la rentabilidad, y el coste y productividad del personal. Finalmente, a modo de síntesis se extraen las principales conclusiones derivadas del estudio.

4. Dimensión y crecimiento empresarial

Antes de analizar las variables representativas de la dimensión de los concesionarios asturianos resulta oportuno identificar el tipo societario adoptado por los mismos, lo que nos puede aportar una idea del tamaño empresarial. Con este propósito, en el Gráfico 1 se muestra su distribución en dos categorías según se trate de sociedades de responsabilidad limitada o sociedades anónimas, resultando bastante equilibrada dicha clasificación a tenor de las cifras presentadas.

A priori, los resultados indican que buena parte de los concesionarios pertenecen al segmento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), siendo en estos casos más apropiada la sociedad de responsabilidad limitada como forma jurídica, si bien el porcentaje de sociedades anónimas resulta casi tan significativa como en el caso anterior, lo que también nos sugiere la presencia de empresas de cierta dimensión.

Con el objeto de analizar el tamaño de las empresas, en el Cuadro 1 se presentan algunos estadísticos descriptivos de las variables habitualmente consideradas



como representativas de la dimensión, como son el total del activo del balance, la cifra de ventas y el personal contratado. Para cada una de ellas se proporcionan la media recortada al 5 por 100 y la mediana como indicadores de la tendencia central, la desviación típica como medida de la dispersión así como la asimetría y curtosis, con el fin de entrever una aproximación sobre la distribución estadística de las variables.

Es evidente la existencia de algunas firmas de gran dimensión en la muestra, toda vez que los valores medianos y las medias recortadas observan marcadas diferencias, más aún cuando ya estas medias prescinden del 5 por 100 de las compañías más distanciadas. La elevada dispersión observada por las variables sugiere interpretar los datos en base a la mediana y no a partir de promedios. Vemos cómo la mediana del activo en nin-



COLABORACIONES

CUADRO 1 MAGNITUDES REPRESENTATIVAS DEL TAMAÑO				
		2003	2002	2001
Total activo*	Media recortada	1.504,85	1.486,35	1.335,29
	Mediana	991,00	905,00	813,00
	Desviación típica	4.324,06	4.243,91	3.577,71
	Asimetría	5,042	5,472	4,930
	Curtosis	31,662	37,193	29,229
Cifra de ventas*	Media recortada	3.688,34	3.512,29	3.378,45
	Mediana	1.703,50	1.658,50	1.597,00
	Desviación típica	10.280,427	9.469,764	9.305,112
	Asimetría	4,991	4,525	4,728
	Curtosis	33,194	27,894	30,119
Personal	Media recortada	13,42	12,96	12,98
	Mediana	8,00	8,00	8,00
	Desviación típica	28,24	27,26	27,52
	Asimetría	6,044	5,692	5,361
	Curtosis	50,400	44,275	37,848

* Datos expresados en miles de euros.
Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 2 INDICADORES DE CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN		2003	2002
Crecimiento activo	Media recortada...	0,0629	0,1075
	Mediana.....	0,0280	0,0477
	Desviación típica..	0,7149	0,4455
	Asimetría.....	3,975	2,173
	Curtosis.....	10,601	8,953
Crecimiento Cifra de ventas	Media recortada...	0,0566	0,0645
	Mediana.....	0,0255	0,0234
	Desviación típica..	1,8955	2,0420
	Asimetría.....	7,795	5,628
	Curtosis.....	40,635	33,570
Crecimiento personal	Media recortada...	0,0580	0,0211
	Mediana.....	0,0000	0,0000
	Desviación típica..	0,5275	0,3745
	Asimetría.....	5,716	3,156
	Curtosis.....	47,115	16,127

Fuente: Elaboración propia.

gún caso alcanza el millón de euros, circunstancia que sí se produce holgadamente para la cifra de ventas. Por otra parte, tanto el activo como el volumen de ventas parecen observar un modesto y continuado crecimiento a lo largo del período de estudio próximo al 2 por 100, mientras que el personal contratado sigue una tendencia bastante estable. Los indicadores representativos de la expansión empresarial se ofrecen de forma detallada en el Cuadro 2.



COLABORACIONES

5. Estructura inversora y financiera

En este apartado se analiza el peso que presentan las distintas masas patrimoniales tanto en lo relativo a la estructura del activo (medios de acción) como a la estructura financiera (fuentes de financiación), aspectos que deben considerarse conjuntamente. Por un lado, el estudio de

la solvencia de la empresa requiere un análisis de la estructura inversora y la incidencia que la composición de las distintas masas patrimoniales (activo inmovilizado y activo circulante) puede ocasionar sobre la posición financiera. A estos efectos, se expone en el Cuadro 3 el *ratio* que mide la participación del inmovilizado respecto del activo total.

Las cifras presentadas constatan la escasa representatividad del inmovilizado en la estructura económica, dado que no alcanza la quinta parte del total del activo a tenor de las cifras proporcionadas por la mediana. Esta estructura inversora es característica de las empresas comerciales, al no requerir de equipos productivos, los cuales sí supondrían importantes inversiones en activos fijos. Consecuentemente, las empresas analizadas deberían contar con una financiación ajena a largo plazo poco significativa. Parece lógico pensar que una mayor concentración de la actividad de los concesionarios vía procesos de adquisición y fusión, tal y como se apuntó con anterioridad, podría ocasionar cambios significativos en la estructura inversora de las empresas por el consiguiente ahorro de costes fijos, lo que se podría traducir, incluso, en un menor peso del inmovilizado.

La estructura financiera y el coste de la deuda se presentan en el Cuadro 4 a través de los *ratios* que seguidamente se comentan.

El primer indicador refleja el importante nivel de endeudamiento que presentan los concesionarios asturianos pues los recur-

CUADRO 3 ESTRUCTURA INVERSORA		2003	2002	2001
Inmovilizado/Activo	Media recortada	0,2209	0,2110	0,2168
	Mediana	0,1947	0,1845	0,1924
	Desviación típica	0,1986	0,2048	0,1953
	Asimetría.....	1,127	1,497	1,171
	Curtosis.....	0,961	2,541	1,247

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 4
RATIOS DE ESTRUCTURA FINANCIERA Y TASA DE INTERÉS APARENTE

		2003	2002	2001
Fondos propios / Total Pasivo	Media recortada.....	0,2447	0,2351	0,2438
	Mediana	0,2112	0,2210	0,2250
	Desviación típica	0,5921	1,2688	0,6204
	Asimetría	-5,974	11,173	-5,536
	Curtosis	55,841	136,586	40,123
Deudas a corto plazo / Total Pasivo	Media recortada.....	0,6592	0,6746	0,6744
	Mediana	0,7060	0,6955	0,6783
	Desviación típica	0,4096	0,4001	0,3848
	Asimetría	1,179	1,427	1,560
	Curtosis	2,889	4,491	4,822
Tasa de interés aparente	Media recortada.....	0,0245	0,0270	0,0282
	Mediana	0,0240	0,0231	0,0248
	Desviación típica	0,0387	0,0738	0,0279
	Asimetría	3,820	7,269	1,601
	Curtosis	18,457	28,754	4,264

Fuente: Elaboración propia.

Los propios superan ligeramente el 20 por 100 del total de las fuentes de financiación. Esta elevada proporción de la deuda en la estructura financiera entraña un riesgo financiero a largo plazo en el supuesto de escasez de beneficios y reducción de la cifra de negocios y otras circunstancias desfavorables en el devenir de la actividad de estas empresas. Asimismo, el estudio de la estructura financiera debe tener en consideración el factor temporal, diferenciando la deuda a corto y a largo plazo, siendo mayor el riesgo de insolvencia cuanto mayor sea la proporción de deuda a corto plazo. Los datos concluyen el elevadísimo nivel de endeudamiento a corto plazo (70 por 100) y la escasa representatividad de la financiación ajena largoplacista. El Gráfico 2 facilita la composición de la estructura financiera de estos concesionarios.

La tasa de interés aparente o coste contable de la deuda se calcula por cociente entre los gastos financieros y la deuda total. Con las debidas cautelas con las que debe interpretarse este *ratio*, puesto que parte de la deuda no conlleva coste por aplazamiento, los valores adjuntados muestran una tendencia estable en el mismo.

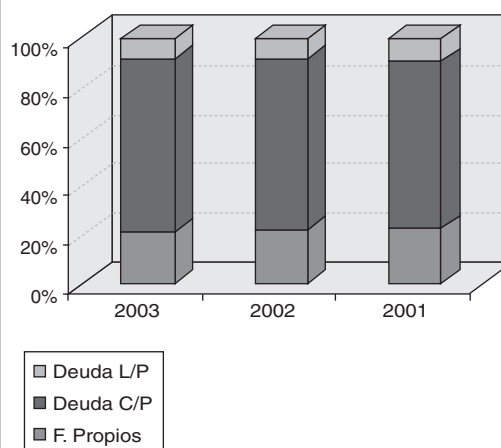
De todo lo anterior se deduce que si bien la estructura del activo y del pasivo

muestran conjuntamente una situación patrimonial equilibrada, toda vez que los recursos permanentes (fondos propios y deuda a largo plazo) cubren cuantitativamente todo el inmovilizado, por tanto, *a priori* se da un equilibrio financiero a largo plazo, sin embargo el endeudamiento a corto plazo resulta muy elevado con el consiguiente riesgo financiero, lo que puede dificultar seriamente las posibilidades de expansión de estos negocios en otras áreas geográficas como consecuencia de la entrada en vigor de la «cláusula de deslocalización». La dificultad de recurrir a la deuda a largo plazo, principalmen-



COLABORACIONES

GRÁFICO 2
PESO DE LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN (MEDIANA)



Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 5 RATIOS DE LIQUIDEZ		2003	2002	2001
Coeficiente de liquidez	Media recortada	1,5192	1,3623	1,2646
	Mediana	1,1450	1,1050	1,0900
	Desviación típica	4,0243	2,7113	2,5369
	Asimetría	5,768	5,606	9,633
	Curtosis	39,646	39,147	59,690
Prueba ácida	Media recortada	0,6440	0,5748	0,4988
	Mediana	0,3900	0,4000	0,4000
	Desviación típica	3,2199	1,9638	1,7561
	Asimetría	7,445	5,921	8,845
	Curtosis	65,919	39,898	90,747

Fuente: Elaboración propia.

te bancaria, obliga necesariamente a acometer operaciones de ampliación de capital para poder aprovechar las oportunidades de crecimiento.

6. Situación de solvencia a corto plazo



COLABORACIONES

El equilibrio financiero a corto plazo pasa por evaluar la capacidad con que están dotados los concesionarios asturianos para hacer frente a sus compromisos de pago en un ámbito temporal de corto plazo. Para ello se estudian dos *ratios* de liquidez ampliamente utilizados en el análisis contable, como son el coeficiente de liquidez y la prueba ácida, análisis que se completa con la consideración de los períodos medios de pago a proveedores y cobro a clientes.

Por un lado, el *coeficiente de liquidez*, definido por cociente entre el activo circulante y el pasivo circulante, mide el número de veces que podrían reintegrarse las obligaciones de pago a corto plazo si se realizaran todos los activos a corto plazo. Muestra, por tanto, la relación existente en la estructura patrimonial circulante entre las inversiones y la financiación. Del anterior *ratio*, la *prueba ácida* excluye del activo circulante las existencias por ser, a priori, el componente menos líquido del activo circulante y el que más incertidumbre plantea en cuanto a su conversión en li-

quidez, contemplándose únicamente los activos más rápidamente convertibles en efectivo. En consecuencia, se trata de un indicador de liquidez más estricto que el anterior. El Cuadro 5 muestra los datos pormenorizados para ambos *ratios*.

A la vista de los datos del coeficiente de liquidez, aunque *a priori* reflejan cierta estabilidad financiera, pues en todos los casos el capital circulante resulta positivo al ser el activo circulante superior al pasivo circulante, sin embargo se aprecia que la capacidad de las firmas para atender las obligaciones de pago es bastante limitada, ya que siguiendo los valores medianos, los activos a corto plazo sólo exceden en un 10 por 100 al pasivo circulante, con una cierta mejoría en el último ejercicio. Esta débil posición financiera se acentúa a tenor del importante peso que presentan las existencias en la estructura económica en la medida en que la prueba ácida recorta la solvencia de las empresas sensiblemente, situándose su mediana en torno al 40 por 100. Es decir, los concesionarios asturianos sólo podrían hacer frente al 40 por 100 de las obligaciones de pago a corto plazo con los activos más líquidos, circunstancia indicativa de la posible existencia de dificultades financieras en el supuesto de que la corriente de cobros y pagos no discurra de forma favorable en términos de plazos, aspecto éste último del que se da cuenta en el Cuadro 6.

CUADRO 6
PERÍODOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO

		2003	2002	2001
Período de cobro a clientes (días)	Media recortada	45,29	36,66	52,14
	Mediana	25,43	22,45	22,15
	Desviación típica	199,41	103,36	255,43
	Asimetría	12,317	4,963	8,946
	Curtosis	154,64	29,108	88,668
Período de pago a proveedores (días)	Media recortada	129,43	120,30	122,91
	Mediana	96,58	103,47	102,17
	Desviación típica	175,08	371,37	591,34
	Asimetría	2,817	5,423	6,221
	Curtosis	8,658	31,669	41,771

Fuente: Elaboración propia.

Una primera lectura de la información del Cuadro 6 permite concluir que los derechos de cobro sobre clientes se convierten en liquidez en un período que en ningún caso supera el mes en sus valores medianos, mientras que la financiación de proveedores se alarga a tres meses. Estos resultados son favorables desde el punto de vista de la solvencia a corto plazo, que a pesar de la debilidad apuntada con anterioridad no se vislumbra, *a priori*, seriamente amenazada en cuanto a vencimientos de cobros y pagos. Sin embargo, debe indicarse que habría que proceder a un análisis más detallado de los vencimientos de los pasivos y la liquidez de los activos para poder argumentar con un mayor fundamento la solvencia cortoplacista de las firmas.

7. Resultados y rentabilidad

Con el fin de analizar los resultados logrados por los concesionarios, se han agrupado las sociedades en función del signo del resultado del ejercicio, tal y

como se recoge de forma detallada en el Cuadro 7. La información proporcionada indica que la gran mayoría obtienen beneficios, aproximadamente el 70 por 100, observándose una tendencia bastante estable a lo largo del período de estudio.

Por lo que se refiere a la cifra de beneficio, el Cuadro 8 muestra los valores de los estadísticos correspondientes para cada uno de los tres ejercicios objeto de estudio. Los valores medianos revelan el reducido beneficio que obtienen este tipo de empresas, con un repunte en 2003, lo que *a priori*, redundará en bajos niveles de rentabilidad.

Con vistas a evaluar el potencial financiero a través de la capacidad de generar beneficios a largo plazo, el análisis se completa con el estudio de la rentabilidad y el margen de beneficios sobre ventas (Cuadro 9). Los indicadores de rentabilidad recogidos son la rentabilidad económica o del activo (resultado de explotación/activo) y la financiera o de los capitales propios (resultado del ejercicio/fondos propios).



COLABORACIONES

CUADRO 7
DISTRIBUCIÓN DE LOS CONCESIONARIOS ANALIZADOS SEGÚN EL SIGNO DEL RESULTADO

	Empresas con beneficios		Empresas con beneficio nulo		Empresas con pérdidas		Total Empresas	
	N.º	Porcentaje	N.º	Porcentaje	N.º	Porcentaje	N.º	Porcentaje
2003	117	71,78	4	2,45	42	25,77	163	100
2002	111	68,09	3	1,84	49	30,07	163	100
2001	116	71,16	6	3,68	41	25,16	163	100

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 8 RESULTADO				
		2003	2002	2001
Resultado*	Media recortada	36,40	32,59	36,31
	Mediana	11,50	9,00	9,20
	Desviación típica	256,688	281,142	252,263
	Asimetría	5,498	4,555	6,762
	Curtosis	41,845	27,582	54,243
* Datos expresados en miles de euros. Fuente: Elaboración propia.				

La rentabilidad económica refleja de forma clara los bajos niveles de rendimiento de los concesionarios (con unos valores medianos que no alcanzan el 4 por 100), vislumbrándose como la principal debilidad del sector y una seria amenaza de cara al futuro en el supuesto de que irrumpen en el mercado nuevos competidores, pues la presencia de firmas de elevado tamaño mermará los ya de por sí insignificantes márgenes de beneficios sobre ventas. Dicha circunstancia, unida al elevadísimo nivel de endeudamiento y a la existencia de posibles desequilibrios financieros a corto plazo a tenor de la posición de liquidez descrita, parecen apuntar serias dificultades.

En cuanto a la rentabilidad de los fondos propios, los valores medianos se sitúan próximos al 9 por 100. Los mayores índices de esta variable parecen indicar que el elevado endeudamiento de las empresas logra un efecto apalancamiento finan-

ciero positivo que permite mejorar la rentabilidad financiera respecto a la económica. Esto también apunta a la necesidad de que tras un proceso de reestructuración previsible en el sector mediante fusiones y absorciones, el ahorro de costes fijos (y una menor proporción de inmovilizado) conlleve a un incremento de la rentabilidad y en definitiva se traduzca en una mayor competitividad. La baja rentabilidad de los concesionarios y el estrechamiento de los márgenes en la venta de vehículos nuevos impone a estas empresas la necesidad de mejorar el rendimiento a través de otras líneas de negocio, como son los servicios de reparación y mantenimiento.

8. Coste medio y productividad del personal

En este último apartado se facilitan algunos indicadores relacionados con el



COLABORACIONES

CUADRO 9 RENTABILIDAD Y MARGEN DE BENEFICIOS SOBRE VENTAS				
		2003	2002	2001
Rentabilidad económica	Media recortada	0,0273	0,0369	0,0465
	Mediana	0,0396	0,0371	0,0409
	Desviación típica	0,1651	0,1120	0,3577
	Asimetría	-4,573	-1,993	-9,159
	Curtosis	33,017	9,955	39,628
Rentabilidad financiera	Media recortada	0,1368	0,1004	0,0995
	Mediana	0,0926	0,0856	0,0962
	Desviación típica	1,0844	2,2570	5,0121
	Asimetría	3,197	5,942	4,805
	Curtosis	27,448	79,650	95,944
Margen de beneficio sobre ventas	Media recortada	0,0011	0,0006	0,0091
	Mediana	0,0066	0,0056	0,0062
	Desviación típica	1,7709	0,1746	2,3130
	Asimetría	-12,488	-0,526	7,348
	Curtosis	57,992	18,915	56,820
Fuente: Elaboración propia.				

CUADRO 10
COSTE MEDIO Y PRODUCTIVIDAD DEL PERSONAL

		2003	2002	2001
Coste medio del personal*	Media recortada	20,8539	20,5786	19,4558
	Mediana	20,8713	20,2678	18,7457
	Desviación típica	9,2797	13,9974	8,1782
	Asimetría	0,884	6,575	0,213
	Curtosis	4,991	64,962	0,915
Productividad del personal*	Media recortada	1,2939	1,3005	1,3293
	Mediana	1,2804	1,2982	1,3083
	Desviación típica	15,0097	4,6159	5,7159
	Asimetría	-9,928	-3,846	-4,124
	Curtosis	109,085	61,007	68,536

* Datos expresados en miles de euros.

Fuente: Elaboración propia.

personal, tales como su coste medio y la productividad del factor trabajo (cociente entre el valor añadido y los costes de personal).

Por lo que se refiere al coste medio del personal se observa una evolución creciente mientras que en la productividad la tendencia es a la baja. Si bien en ambos casos la variación no es muy significativa, la repercusión de ambas variables sobre la competitividad no es favorable. Son numerosos los estudios que concluyen la relevancia de estas dos variables a la hora de explicar el nivel de rentabilidad de las empresas, también para el sector del automóvil, véase Pradas Poveda (2000) y Rodríguez Enríquez (2003). Es evidente que únicamente las firmas más eficientes sobrevivirán en un mercado cada vez más difícil, con lo que la competitividad representa un aspecto clave de la estrategia, condicionada al logro de una alta productividad, una reducción en los costes y mejorando la calidad del servicio al cliente.

9. Conclusiones

La supresión de fronteras en el ámbito comunitario desde octubre de 2005 a través de la eliminación de la «cláusula de localización» plantea a los concesionarios un escenario bastante incierto toda vez que su posición económico-financiera re-

vela importantes debilidades que podrían acentuarse en el supuesto de que irrumpan en el mercado las grandes firmas distribuidoras con mayor capacidad de crecimiento. Este cambio normativo propiciará una mayor concentración empresarial a través de fusiones y absorciones y el desarrollo de consorcios para así poder hacer frente al poder de mercado que ostentan las marcas y con el fin de lograr una mayor competitividad, lo que supondrá una importante amenaza para las pymes-concesionarias, las cuales presentan una elevada dependencia de las marcas.

Para una muestra de concesionarios de Asturias, en su mayoría Pymes, se ha podido constatar una situación económica caracterizada por reducidos beneficios, una baja rentabilidad, un insignificante margen bruto sobre ventas y una productividad del personal con una tendencia levemente a la baja. Esta débil situación económica se acentúa teniendo en cuenta que su posición financiera revela dificultades derivadas de su elevado endeudamiento a corto plazo, comprometiendo restrictivamente la limitada liquidez a corto plazo y las posibilidades de expansión de estos negocios.

No cabe duda de que estos patrones evidencian serias dificultades para soportar un potencial incremento de la competencia de cara al futuro. Por ello, no es de extrañar que las asociaciones de conce-



COLABORACIONES

sionarios ya hayan demandado una nueva ley de distribución que regule los distintos tipos de contratos entre fabricantes y distribuidores, y que permita garantizar las inversiones efectuadas en el anterior marco normativo, y en última instancia, asegurar la calidad del servicio para los consumidores finales.

Bibliografía

1. COMISIÓN EUROPEA (2002): Reglamento 1400/2002/CE, de 17 de julio de 2002, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado de la CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor.
2. ORDEN EHA/1981/2005, de 21 de junio, por la que se aprueba el modelo 576 de declaración-liquidación del Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte, el modelo 06 de declaración del Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte, exenciones y

no sujeciones sin reconocimiento previo, se establecen las condiciones generales y el procedimiento para la presentación telemática por Internet de las declaraciones correspondientes al modelo 576 y se modifica la Orden de 30 de septiembre de 1999, por la que se establecen las condiciones generales y el procedimiento para la presentación telemática de las declaraciones-liquidaciones correspondientes a los modelos 110, 130, 300 y 330 (BOE de 28 de junio).

3. PRADAS POVEDA, J. I. (2000): «La productividad en la industria española de fabricación de automóviles», *Economía Industrial*, número 332, páginas 43-60.
4. RODRÍGUEZ ENRÍQUEZ, E. (2002): «Análisis económico-financiero del sector de la automoción en España», *Boletín Económico de ICE*, número 2747, noviembre, páginas 13-22.
5. RODRÍGUEZ ENRÍQUEZ, E. (2003): «Factores explicativos de la rentabilidad en la industria y concesionarios de automóviles del País Vasco», *Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía*, número 52, enero-abril, páginas 268-293.



COLABORACIONES