

ALQUILADORAS ELLAS TIRAN DEL MERCADO

Los principales compañías de alquiler de vehículos aportan la única luz de crecimiento en el sector de automoción, bajo un entorno de fuertes restricciones en el canal *retail* y de empresas y en las operaciones de renting. Vienen de años con el freno puesto y siguen calculando al céntimo las compras, pero el turismo exterior les permite, con sus luces y sombras, ciertas alegrías. En plena época estival, Renting Automoción ofrece las expectativas sobre el sector de los primeros ejecutivos del rent a car en España.

Texto: Juan Arús / Fotografía: Fernando Arús / Archivo

El sector de automoción atraviesa momentos convulsos. El problema, para los fabricantes de automóviles no reside en que

el mercado caiga más o menos de un modo natural, dibujando una trayectoria ascendente o descendente que pueda asumirse y ser controlada.

La gran dificultad reside en que el núcleo de beneficios de las comercializadoras de vehículos, el mercado *retail*—esto es, la venta uno a uno— en España no aporta

una mínima cifra que levante la sonrisa desde hace cinco años.

La venta de automóviles al cliente particular se ha hundido en un 50% desde 2007, aun siendo conscientes de que hasta esa fecha y desde comienzos de 2000 se vivió una época ficticia en términos comerciales.

Parece ser que 2013 puede suponer, si no un punto de inflexión, sí un ejercicio en el que puedan encontrarse leves retazos de crecimiento.

Así lo considera la patronal de los importadores de vehículos de España, Aniacam, que estima que en los últimos compases de este año se producirán un cambio

“

Siempre prefiero ver el lado lleno de la botella. En 2008 caímos un 20% y un 18% en 2009, pero a partir de ahí nos hemos estabilizado. Otros están mucho peor

Miguel Ángel Saavedra
Presidente de Feneval

Altura de miras. Saavedra ha sabido desenredar la propuesta balear de subir las tasas a los alquileres de coches en las islas.



El presidente de Feneval defiende que las alquiladoras deben estar adscritas al turismo desde el punto de vista impositivo.

de tendencia en la economía que mejorará las cosas. En términos de matriculaciones, este cambio de chip debería suponer un incremento gradual en las ventas de automóviles año tras año y hasta 2016, ejercicio en el que España podría matricular 1,2 millones de unidades.

Se supone que esa cifra, en el entorno de 1,25 millones de automóviles, debería ser la velocidad de cruceo lógica del mercado español de automoción. Así lo entienden sus actores.

Pero no sólo de vehículos vendidos a particulares vive un sector que también se ha apoyado durante años en la comercialización de automóviles por otras vías, específicamente la de los canales de empresas y rent a car con sus correspondientes renglones destinados al renting.

Abriendo vías nuevas

El mercado de empresas ha sufrido mucho, y sigue sufriendo, por el retroceso de la actividad económica y la fuerte dependencia de España de actividades económicas que han caído a plomo, como la construcción.

Los recortes de las compañías en todas sus áreas de trabajo

durante este último lustro, en líneas generales, han derivado en una progresiva y fuerte reducción del número de automóviles destinados a este canal, y con un agravante: las políticas de *downsizing*, además, han minorado el valor unitario de las ventas de coches a empresas, lo que ha complicado mucho un mercado en

El canal de rent a car mantiene una tónica comercial con leves ajustes al alza y a la baja. No es un mal síntoma teniendo en cuenta la evolución del mercado *retail*, y aun contando con la presión de los precios sobre la rentabilidad

el que el precio se ha convertido en el protagonista absoluto.

En lo que llevamos de año y hasta el pasado junio, las ventas de automóviles en el canal de empresas han descendido un 23,8% en España, con 90.885 unidades comercializadas por esta vía y de acuerdo con cifras obtenidas por esta publicación a través de la consultora Urban Science.

El mercado particular ha crecido un 6,5% en el mismo periodo, con 186.815 unidades, pero hay que tener en cuenta que este canal



contiene vitaminas extras: un plan de incentivos a la venta impulsado por el Gobierno.

La tercera vía comercial del automóvil, la relacionada con las ventas a rent a car, refleja una interesante evolución: un fuerte retroceso en el primer trimestre, pero, a partir de ahí y espoleado por la Semana Santa —las entregas crecieron un 35% en abril—, la demanda de vehículos de las alquiladoras se ha comportado razonablemente bien.

En mayo pasado, las ventas a rent a car descendieron un 8%, pero las cifras han vuelto a crecer con la llegada del verano. En concreto, un 3% en junio, con 22.001 automóviles matriculados mediante esta vía. En el acumulado del ejercicio, las matriculaciones de las alquiladoras

de vehículos decrecen un leve 2,5% en España, con 109.004 unidades comercializadas. El dato es interesante no sólo por su evolución intrínseca, sino porque estas ventas no tienen aditivos en

Las alquiladoras de vehículos con sede en España han sabido rehacer su actividad y encontrar nichos económicos con los que compensar sus balances en el negocio exterior. Los turistas foráneos, la clave

forma de ayudas públicas, como las entregas que se centran en el mercado particular y en el de comerciales.

Compensar el turismo

La posición actual es positiva, por la lógica estacionalidad que

rodea al rent a car. En pleno verano, la evolución sólo puede ser de crecimiento y sostenida por una gran afluencia de turistas, básicamente extranjeros, que están animando el sector aun a

costa, eso sí, de la reducción de márgenes obligada que muestran los paquetes vacacionales.

Lejos quedan las operaciones con empresas para el rent a car, cuando España era una fuente inagotable de inyección de inversiones extranjera que permitía multiplicar

la contratación de alquileres sin una carga de descuentos asfixiante.

«Siempre prefiero ver el lado lleno de la botella», afirma a esta revista Miguel Ángel Saavedra, presidente Feneval, la patronal de las alquiladoras de vehículos.

«Cuando empezó la crisis», explica el ejecutivo, «caímos un 20% en 2008 y un 16% adicional en 2009. Pero, a partir de 2010, el del alquiler de vehículos es un sector que está estabilizado. Estamos con incrementos sobre incrementos, más o menos de un 5%, y desde ese punto de vista no es malo. Hay muchos sectores que están peor que nosotros y sufriendo más. Hemos sabido reaccionar y buscar el negocio donde lo había porque, desde luego,

donde no lo había era en nuestro país. Esa es la parte positiva, porque la negativa es la reducción de márgenes ya que todo lo que viene es turismo vacacional con el precio como factor clave... Se traen muchos alquileres, pero a un precio barato y eso hace que las compañías sufran mucho. Esa es la parte que me preocupa», sostiene Saavedra.

Lo cierto es que los datos oficiales de llegadas a España de turistas extranjeros ofrecen un cierto vaivén, pero son positivos en lo que llevamos de año.

En mayo, por ejemplo —el último dato disponible—, el gasto diario por turista en España descendió un 0,9% en relación con el mismo mes de 2012, pero el signo es positivo si se observa el conjunto del ejercicio hasta mayo, con un alza del 4,3% y según cifras del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El resto de magnitudes relacionadas con el gasto de los turistas en España refleja buenos datos, tanto en el último parcial de mayo como en los cinco primeros meses. La inversión total en gasto hasta mayo suma 18.433 millones de euros, con un crecimiento del 7,9%, en tanto que el gasto por turista se ubica en 931 euros, un 3,8% más, y el desembolso diario y unitario se sitúa en 110 euros, con un aumento del 4,3% respecto de los mismos datos del año pasado.

Alquiler, turismo, IVA

El sector del alquiler de vehículos está convencido de que le irían mucho mejor las cosas si los estamentos oficiales reconsideraran la ubicación fiscal del alquiler de vehículos.

En la actualidad, esta actividad está gravada con un tipo fiscal normal, esto es, con el 21% del impuesto sobre el valor añadido.

Pero la idea principal del rent a car que opera en nuestro país es que este porcentaje se reduzca hasta el 10%, esto es, que se considere su actividad como una de las partes de la cadena de valor generada por el turismo y, por tanto, adscrita a sus obligaciones,



El rent a car no entiende su negocio sino como una prolongación más del turismo. El sector considera que así lo entienden los usuarios y que así lo debe comprender el Gobierno

pero también a sus beneficios, fiscales en este punto.

«Hay que entender que nadie concibe ya un paquete turístico sin el coche de alquiler. Cuando te vas de viaje reservas todo: el billete, el hotel y el coche. Queremos hacer entender a la Administración que nuestro sector está plenamente vinculado al turismo y que debe

ser considerado fiscalmente como tal. Es lo mismo que las agencias de viaje», anota Miguel Ángel Saavedra, quien también considera que la pelea es complicada teniendo en cuenta la situación económica de España y la reducción en la caída de los ingresos del país por la vía impositiva. Pero no por la coyuntura se deja de tener razón

en las reivindicaciones, expone Miguel Ángel Saavedra.

«Esta propuesta nace desde el cambio que ha habido en nuestro modelo de negocio y motivado por la crisis. Hace años, el alquiler de vehículos por parte de empresas suponía el 70% del negocio de las alquiladoras y el turismo, el 30%. Ahora se ha convertido en lo

“

Creo que vamos a crecer en 2013. Además, el canal corporativo y el turismo doméstico podrían dar señales de mejoría al final del ejercicio

Massimo Marsili
CEO de Avis Budget España



contrario. ¿Por qué? Porque como no hay negocio en la gran empresa y la pyme casi ha desaparecido, salvo en casos especiales, el rent a car ha tenido que encontrar el negocio fuera, en el negocio exterior».

No hay duda de que una mejor posición fiscal mejoraría los ratios de la oferta, pero también la ecuación de ingresos y beneficios, del sector del rent a car en nuestro país.

No obstante, y sin contar con dicho apoyo, las previsiones económicas del sector para este ejercicio son positivas, un término que no se escucha —positivo— en el sector de automoción de

España desde hace un lustro. Feneval calcula que el volumen de negocio del sector alquilador de vehículos se situará en 1.240 millones de euros en este ejercicio, lo que supondría un empate técnico en comparación con los datos del año pasado, 1.237 millones de euros.

Esta última cifra supuso un avance del 3,1% respecto de los 1.200 millones de euros facturados en 2011. En relación

con las compras, eso sí y según estimaciones de la asociación Ganvam, el sector descenderá ligeramente este año, con 134.000 automóviles comprados (turismos y vehículos comerciales) en relación con las 136.727 unidades adquiridas en el ejercicio precedente.

Este volumen de compras supondrá una cuota de mercado del 19,1% del segmento de alquiler de vehículos respecto

del total de matriculaciones de automóviles que se estima para el mercado español en 2013, que será de unas 700.000 unidades, de acuerdo con los cálculos de la asociación de fabricantes Anfac, la de importadores Aniacam y la de concesionarios de vehículos, Faconauto.

El dilema balear

A punto ha estado de no cumplirse esta previsión para el sector

El sector considera un acierto que el Gobierno de Baleares, con su presidente José Ramón Bauzá a la cabeza, haya sabido reconsiderar la implantación de una tasa impositiva que podría implicar una caída del mercado del alquiler de vehículos en las islas de al menos un 30%, según estimaciones de Feneval

**La
afluencia
de turistas desde
Francia, Reino Unido y
Alemania, principalmen-
te, está permitiendo que
los directivos del sector
mantengan una cierta
estabilidad en sus
previsiones**



alquilador, e incluso de tener que variar a la baja la de próximos ejercicios.

La idea expresada a finales del año pasado por el Gobierno de Baleares, que pretendía incluir una tasa específica al sector del alquiler de vehículos en las islas, ha planeado sobre las empresas que operan en la zona en los últimos meses y ha provocado el rechazo de todas las empresas involucradas en el negocio.

La propuesta ha sido finalmente aplazada por el Gobierno balear, pero eso no significa que la tasa haya desaparecido. Al menos, por

RAC y Renting Primer semestre

El renting se ha convertido en el primer compás del año en el auténtico catalizador de las matriculaciones del sector alquilador en España. Hasta junio han supuesto el 29,3% del total de ventas en el canal de rent a car, con 31.948 unidades, una cifra que además ha crecido en más de un 50% respecto de los seis primeros meses del ejercicio pasado.

el momento. Massimo Marsili, que lleva las riendas del grupo Avis Budget en España, se muestra ya bastante esperanzado en relación con la posible desaparición de la propuesta autonómica.

«Pienso sinceramente que cuando se ha pospuesto la aplicación de la tasa, cuando han decidido retrasarla, es que están yendo [el Gobierno de las Islas Baleares] en la dirección correcta, con el rumbo adecuado. Además, si adoptas esta medida en un periodo como el verano, pienso que se produce porque han considerado, se han dado cuenta de que podría

afectar mucho las empresas en este periodo vacacional».

Massimo Marsili reafirma igualmente a Renting Automoción su confianza «en que se va a tomar la decisión correcta y que no se va a penalizar impositivamente al turismo, porque saben que se trata de una actividad estratégica que genera muchos recursos en diferentes ámbitos. Como dije antes, lo que necesitamos es invertir en este sector y, por supuesto, que la economía mejore. Y medidas como la posible tasa de Baleares irían justo en la dirección contraria».

Turismo: sí, por favor

En relación con la adscripción de su negocio al turismo, Marsili también lo ve con claridad nítida, de igual modo que el presidente de Feneval: la actividad de alquiler de automóviles debe estar sujeta a un tipo impositivo de IVA idéntico al soportado por el turismo.

Idéntico, precisamente porque el rent a car forma parte del turismo.

«Esto es algo que se ve claramente y en particular en países como España, Portugal e Italia», señala el directivo, que apunta a «la sensibilidad que le produce al cliente un coste adicional que no se constata en otras zonas del mundo como en el norte de África, por ejemplo, donde no tienen este tipo de penalizaciones y está muy clara la relación entre el rent a car y el

turismo. En este sentido, nuestra máxima ambición es luchar por el cliente, y éste va a obtener mejores condiciones en el entorno natural que se debe mover nuestro sector, esto es, en el turismo».

Para Marsili, casi es un sinsentido que pueda no considerarse a la

nuestro producto al alquiler vacacional con modelos como el Mini cabrio o el Volkswagen Beetle descapotable... Son productos que están orientados plenamente al disfrute, al alquiler enganchado al turismo, sin duda».

El primer ejecutivo de Avis

gran contradicción, porque lo que más necesitamos en estos momentos es justo lo contrario, que se establezcan medidas que garanticen el turismo en España y mantener el tipo en el 21% no ayuda, desde luego. Lo que se debe fomentar es precisamente

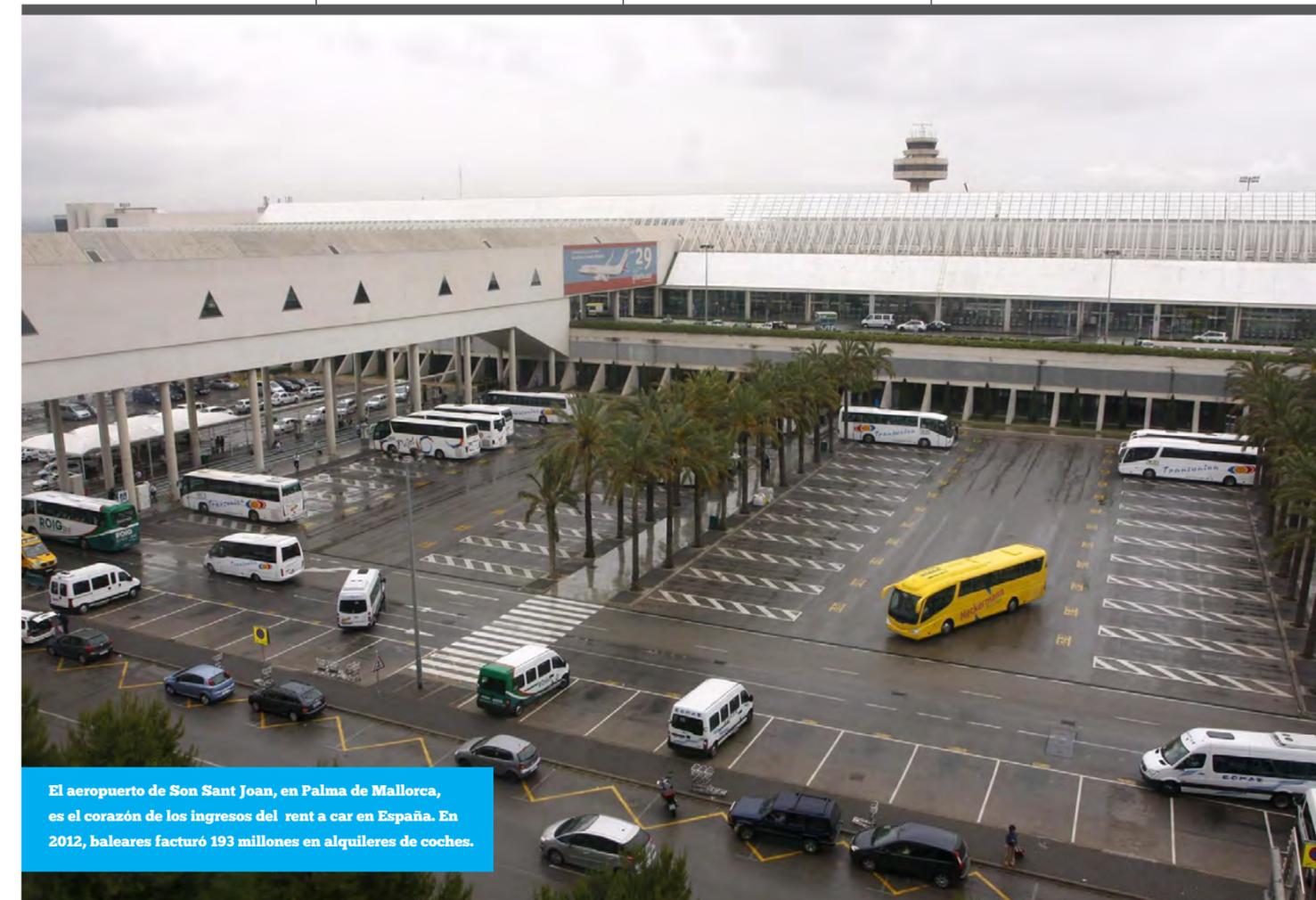
El consejero delegado de Avis considera un contrasentido que una actividad como el alquiler de vehículos, que está generando riqueza por la vía de las inversiones, esté gravada con un IVA del 21%. «Necesitamos justo lo contrario, que se establezcan medidas para garantizar el turismo en España», sostiene

actividad de rent a car dentro del turismo: «sólo un 30% de nuestro negocio se corresponde con el *corporate*. En el sur de Europa es indudable que las alquiladoras están ligadas íntimamente al turismo... Fijese además en esta época, enfocamos enormemente

Budget en nuestro país considera, además, una «clara indicación» que se mantenga un tipo de Impuesto sobre el Valor Añadido del 21% —en lugar del 10% que grava al turismo— en un sector que es de los pocos que está generando riqueza en España: «Es una

la inversión», subraya. Respecto de las previsiones del directivo italiano para el conjunto del año, Massimo Marsili es relativamente optimista y ve buenos mimbres con los que trabajar.

«En nuestro caso, en nuestra empresa, pensamos que vamos a



El aeropuerto de Son Sant Joan, en Palma de Mallorca, es el corazón de los ingresos del rent a car en España. En 2012, baleares facturó 193 millones en alquileres de coches.



crecer. Desde principios de año hemos visto esta tendencia, que se ve reforzada por el hecho de que estimamos que la actividad corporativa no va a experimentar grandes cambios, es verdad, pero sí vemos que puede dar alguna señal de mejoría en términos

5,95%, «por lo que por ello consideramos que, con el empuje de nuestras dos marcas, Avis y Budget, podemos completar un ejercicio mejor que el pasado». En este sentido, otro punto de apoyo para este crecimiento, según señala el directivo, recae

El rent a car ha asumido que hay que moverse y, sobre todo, situarse justo en el lado del cliente para conocer los nuevos gustos y tendencias. Quien acierte, se llevará el gato al agua

inbound (negocio doméstico) y al final del ejercicio». Marsili apunta a que la caída prevista para el ámbito doméstico en 2013, cifrada en el entorno del 10,5%, podría quedarse finalmente en el

en la buena marcha del negocio *outbound* (exterior), una señal de que «nos movemos fuera gracias a los contratos que nos permite obtener el hecho de que somos una gran multinacional que opera en el mundo entero».

Es exactamente este punto en el que el responsable de Avis Budget ve oportunidades, quizás donde otros lo ven un poco más oscuro. «En el rent a car tenemos la buena suerte de que podemos utilizar todos los turistas que provienen de Alemania, de Francia y de Reino Unido, por lo que veo un verano de mejoras en relación con el que vivimos el año pasado. Las llegadas desde países como Francia han crecido un 7,5%, un 4,4% las de Reino Unido y en términos similares Alemania [hasta mayo], lo que me proporciona más tranquilidad, el negocio internacional nos está dando esa oportunidad», asegura Marsili. Hay otro elemento que puede resultar clave, para el italiano: «Hasta 2012, todos los usuarios se estaban tomando



Afortunadamente, la nuestra es una empresa que observa el futuro con optimismo y que está muy asentada en el mercado español

Karsten Summers
VP de Enterprise Atesa

vacaciones, digámoslo, cortitas, de unas dos semanas de duración. Esto ocurría con el 14% el total del turismo. Y ahora, según los estudios publicados, parece que los usuarios que se toman dos semanas de vacaciones representan el 40%. Esto significa que el turista esta incrementando este ratio y que, aunque escuche algunas informaciones, está más tranquilo con la economía, ve menos riesgos... Esto es un claro avance y nos ayuda mucho» apostilla Massimo Marsili.

¿Cómo influye, además del tráfico añadido de negocio que aporta el diferencial expresado entre el 14% y el 40% en Avis Budget? Por la vía tecnológica, según el CEO de Avis Budget. «Creo que algo que cambia, y a mejor, es el

millones van a usar la tableta. Son datos muy sólidos, que se unen al hecho de que el 93% de los españoles accederán a internet en sus vacaciones... En nuestro caso, vamos a invertir mucho en este proceso, es muy importante y estamos muy atentos a este servicio», finaliza el ejecutivo.

Costes añadidos

Saliendo de la órbita de Avis y fijándonos en otro de los gigantes del alquiler en España, Enterprise Atesa, sus opiniones sobre cuestiones clave, como la tasa balear, no difieren mucho.

«De momento, el dato objetivo es el aplazamiento, aunque el anuncio de la aplicación de esta tasa es muy probable que ya haya incidido en la decisión de compra



El nuevo AVE de Madrid a Alicante está suponiendo un acicate para todos los actores del sector alquilador. Añade un 40% de frecuencias diarias, con lo que supone para el negocio

anticonstitucional. Además, no tiene sentido implantar un impuesto que tiene el rechazo de todas las actividades ligadas al turismo», enuncia Miguel Ángel Saavedra. Independientemente del mejor comportamiento del alquiler de vehículos dentro del contexto del mercado de automoción nacional, y aún con la nube de la

Tampoco se puede obviar, como anota Karsten Summers, que existen incertidumbres en relación con los signos de recuperación avanzados. Eso provoca desajustes en las previsiones de todos

tasa encima de las alquiladoras, Karsten Summers, que lleva cerca de un año viviendo en España, considera que las alquiladoras van a salvar los muebles esta temporada gracias a la evolución del turismo exterior.

«El incremento del turismo extranjero suavizará la menor actividad del mercado domestico, algo que ya sucedió la pasada temporada», apunta Summers, quien no puede dejar de mencionar «la incertidumbre que existe en cuanto a los signos de recuperación, que provoca que los ajustes entre la oferta y la demanda sean complicados esta temporada». Esa situación de impasse tiene otro contenido poco positivo: las reservas efectuadas por los clientes no se anticipan.

«Esperan hasta el último momento para obtener los mejores precios y ofertas», dice el primer directivo de Enterprise. Puede ser una estrategia buena para el usuario, pero a las empresas de alquiler les trastoca el libro de presupuestos.

El turista español espera demasiado para hacer sus reservas de coches, en parte por costumbre, en parte por la situación económica. El rent a car cree que es un error aguantar para obtener una oferta que, finalmente, puede no llegar

hecho de que las personas van a estar casi permanentemente conectadas a internet, algo que nos beneficia en la hora de alquilar. Hasta 15 millones de personas usan el teléfono móvil y otros 2,2

de los potenciales visitantes de las islas», comenta a *Renting Automoción* Karsten Summers, vicepresidente y primer ejecutivo de Enterprise Atesa en España. Summers añade, además,

que si se aplicara la tasa existirían procesos añadidos que elevarían aún más los costes del propio gravamen: «Además al tener que gestionar esta tasa, se añadirían a las empresas tareas

administrativas ajenas a su labor principal, en un momento en el que deberían estar enfocadas en la optimización de la actividad propia de sus negocios», indica el ejecutivo, que además puntualiza que tiene conocimiento de alquiladoras locales de las Islas Baleares que ya han cambiado su domicilio fiscal de la zona por temor al incremento en las tasas. No es el caso de Enterprise

Atesa, cuyo domicilio fiscal está radicado en Madrid.

La idea de gravar más la actividad en Baleares tiene un claro fin recaudatorio, ya que se trata de la Comunidad Autónoma de España con un mayor volumen de facturación derivado del alquiler de automóviles. En 2012, los ingresos por esta actividad alcanzaron 193 millones de euros. Y no sólo eso, ya que Baleares concentra el 13% de

las 1.841 compañías que operan en el negocio del alquiler de coches en España, de acuerdo con datos de la consultora DBK.

Feneval estima que la inclusión de la tasa balear podría incrementar en un 15% de promedio el precio del alquiler de los coches, lo que podría dar lugar a que el mercado de las islas cedería un 30%.

En cifras contantes y sonantes, la tasa supondría una caída en

la facturación en Baleares de 54 millones de euros y 360.000 alquileres menos.

Elo implicaría, por añadidura, que las arcas del estado recaudarían 11,3 millones de euros menos por el negocio cesante. «Me gustaría pensar que han decidido el aplazamiento de la tasa porque era un impuesto injusto, arbitrario y, en según qué medida e informes de abogados, hasta

Datos concretos

La fuerte demanda extranjera de la que habla Summers está cimentada en los tozudos datos oficiales. y Enterprise aporta la información concreta a esta revista: entre enero y mayo, el número de llegadas de pasajeros nacionales en los aeropuertos del país ha descendido un 16,4%, con 8,71 millones, esto es, 1,7 millones de pasajeros domésticos menos que hace tan sólo un año.



“

Estoy contento con nuestra evolución hasta junio. El mundo de la empresa está presionado, pero creo, y deseo, que en el último trimestre habrá más actividad

José María González
Director General de Europcar

En relación con la afluencia de extranjeros, ésta se coloca hasta mayo en un leve retroceso del 0,9%, con 17,5 millones de llegadas los aeropuertos españoles.

La conclusión de ambas variables parece sencilla para el sector: la llega de extranjeros equilibra algo el bajón de la caída en el turismo doméstico, que se está decantando por el viaje en coche, pero el crecimiento exterior se consigue efectuando un gran esfuerzo en precio que está tocando las rentabilidades de las alquiladoras que operan en España.

Una variable fundamental para mejorar esos ratios sería, precisamente, la adscripción de las alquiladoras a la actividad del turismo mencionada con

anterioridad. Una opción que a Karsten Summers le parece perfectamente factible.

«Parece lógico que la tributación sea acorde a la actividad que

Se calcula que el canal de rent a car puede caer entre un 3% y un 5% en 2013. Se prevé que el segmento retail descienda también en el entorno del 4%... Pero acumula una caída en picado del 60% desde 2007

se desarrolla y que la industria del alquiler de vehículos sea reconocida como parte integrante de la cadena de valor del sector turístico», explica Summers, quien incide además en que la participación del rent a car en el turismo confirma «una oferta más atractiva y enriquecedora

para el turista». ¿Cómo ve el ejercicio actual Enterprise Atesa? «Afortunadamente, la nuestra es una empresa que observa con optimismo el futuro y que está muy

asentada en el mercado español. Aunque con esfuerzo, esta solidez nos permite mantener un servicio de calidad con una oferta coherente», remarca Karsten Summers. El ejecutivo no deja de reconocer que el mercado de rent a car «continúa contrayéndose», lo que está influyendo en una

mayor agresividad en el precio de los actores del sector.

Para el conjunto del año, la compañía considera que las matriculaciones en el canal de rent a car retrocederán en el entorno de entre el 3% y el 4%, con un mercado corporativo en el que impera la tendencia al recorte de gastos, una política que afecta a los desplazamientos y, por tanto, a los alquileres.

Cliente: estudio a fondo

Expectativas de mercado positivas maneja José María González, el director general de Europcar en España, pero se centra en la importancia de estudiar a fondo los nuevos hábitos de los clientes

para compensar la delicada situación del país.

«Estoy razonablemente contento con nuestra evolución en el primer semestre, lo hemos salvado bien, pero tengo que decir que el sector del automóvil, en general, y el mundo de empresa, en particular, está presionado y la gran incógnita es comprobar qué va a pasar en los próximos meses. Creo y deseo que en el último trimestre habrá más actividad, y así lo ha señalado el Gobierno y esperamos que se cumpla, aunque tenemos que trabajar mucho en investigación de mercado y crear nuevos productos», apunta el ejecutivo. Para González, estos dos últimos son puntos muy importantes.

«Hay que ser muy buenos en estas variables porque no es cuestión, únicamente, de que para mejorar cuotas se bajen precios: se trata de que el rent a car sea capaz de cubrir adecuadamente y encaje en el esquema actual de reducción de gastos de las empresas, por ejemplo. Y en eso estamos nosotros, en estar cada vez más cerca del cliente para observar desde primera línea sus cambios de comportamiento e introducir productos que se adecuen perfectamente a sus necesidades».

En cuanto a la evolución general del mercado del alquiler de vehículos en este ejercicio, y según el director general de Europcar,

hay que tener muy en cuenta «dos pinturas diferentes».

Los dos dibujos

Estas dos pinturas dibujadas por el directivo se centran en el universo corporativo y en el turístico, con una suerte de evolución dispar.

«Lo que sucede» —indica— «es que el primer y el segundo trimestre del año dependen habitualmente mucho de la demanda interna... en un contexto en el que el negocio corporativo está sufriendo. Y si sufre este apartado, entonces intentamos compensar la caída en estos trimestres con los otros dos trimestres restantes, en los que la afluencia de turistas es más importante».

González, de igual modo que sus colegas del resto de alquileras que operan en España, se hace eco del progresivo recorte de las empresas.

«Se están recortando todos los viajes profesionales como consecuencia de la situación del mercado... y anoto un dato: en la categoría compacta se están empezando a elegir coches más pequeños, lo que puede afectar, sin duda, a las compras del futuro porque tendremos que adquirir automóviles más pequeños si es por esa línea por la que discurre el mercado».

Europcar es el principal comprador de coches en España del sector, «con entre 25.000 y 30.000 unidades por año», según José María González, y también es la firma más diversificada, con entre el 35% y el 40% de su negocio todavía centrado en el ámbito corporativo, con un cliente «no tan turista», como reseña el ejecutivo.

Aun teniendo un buen número de cuentas corporativas, González no puede sino alinearse con el sector en la batalla por entroncar el rent a car en el turismo.

«Ni el Gobierno ni la sociedad pueden tener queja de nuestra aportación a la economía, nuestra actividad es muy buena y promueve el turismo español como pocas», asegura González,



Los cuatro directivos son cautos respecto de la evolución de la economía, pero pueden aportar más luces que sombras gracias a la buena evolución de la llegada de turistas foráneos



José María González es un firme defensor de la actividad del rent a car como contribuyente a la distribución de la riqueza en España: «Ni el Gobierno ni la sociedad pueden tener queja de nuestra aportación a la economía»

quien remarca que «seguiremos peleando para que el rent a car se encuadre como actividad turística. Está claro que en este momento, desde los estamentos públicos, se necesitan dinero e ingresos, pero el alquiler de vehículos es básico para la distribución de la riqueza turística. El turista se mueve en coche cuando sale del hotel y eso significa gastar dinero, esto es, nuestras empresas financian miles de millones en coches, y eso teniendo en cuenta como está el precio de la financiación».

Multinacionales...

¿Por qué es importante que el rent a car tenga un buen tratamiento en España? La respuesta es evidente, de acuerdo con el primer ejecutivo de Europcar en España.

«Cuando hablamos de volúmenes de compras y de líneas de negocio, no hay que olvidar que estamos inmersos en grupos multinacionales. Desde España

tenemos que ir a nuestras respectivas centrales a solicitar los presupuestos anuales. Y si en España tenemos una condición preferente como sector, si se ve un buen negocio, puedo pedir más inversiones a mi central para el país. Y si puedo comprar 30.000 coches mejor, pero hay que pensar que, para la compañía, se trata de deuda, y con un impuesto ubicado en el 21% es complicado convencer al accionista para que siga confiando en España», apunta José María González, que concluye que «hay que tener confianza y convencer al accionista de que somos una opción atractiva, y para eso necesitamos dar precisamente esa imagen, de que podemos negocios interesantes... Y eso sucede no subiendo los

impuestos». Este aspecto lo liga González a la posible inclusión de la tasa balear, a la que considera un sinsentido que perjudicaría el turismo en las islas.

«No es que el sector haga dinero en las islas, es que a Baleares le interesa el rent a car como sistema de distribución de sus turistas, es la ecuación inversa», considera el directivo, que apunta a las compras del sector como catalizador del empleo en España.

«Tasar al 21% el sector, como si fuéramos industriales, y aplicar encima otra tasa de entre un 10% y un 20% en Baleares, es decir, gravar nuestra actividad de servicio turístico con un 40% es un despropósito... Pero tengo que decir que parece que se ha entendido nuestro mensaje».

Las compras del rent a car han descendido un 2,5% en el primer semestre del año. Dentro de éstas, las matriculaciones de renting en alquiladoras han crecido un imponente 52% hasta junio

Años paralelos

Por el momento, el responsable de Europcar interpreta que el ejercicio actual concluirá en línea con los datos de 2012.

Sus dudas radican en la posición coyuntural del turista doméstico, el español, «que viaja y hace todo a última hora», lo que dificulta mucho las previsiones del sector.

González apunta también a las dificultades en la actividad de zonas clave como Madrid, con la caída del tránsito de viajeros en Barajas, pero también compensa esta realidad con la buena marcha de Baleares y, en general, todo el litoral mediterráneo.

En cifras, José María González, que insiste en que el usuario español debe planificar más sus viajes —«hay que reservar anticipadamente, consigues mejor precio y sin sorpresas»—, estima que este año habrá una caída en el volumen de las compras de vehículos del rent a car de entre el 3% y el 5%.