



CAPÍTULO 1

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA Y DEL SECTOR



(Página intencionadamente en blanco)

ÍNDICE CAPÍTULO 1

1.1 ENTORNO DEL SECTOR DE CONCESIONARIOS DE AUTOMÓVILES	13
1.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	14



(Página intencionadamente en blanco)



1.1 ENTORNO DEL SECTOR DE CONCESIONARIOS DE AUTOMÓVILES

El sector de los concesionarios de automóviles sigue viviendo una situación delicada a pesar de aumentar el porcentaje de las matriculaciones de automóviles de turismo en el año 2010, comparado con el mismo periodo de 2009, ya que todavía no han alcanzado los niveles de ventas del año 2003. El Plan 2000E fue la principal causa que ha impulsado las matriculaciones en el año 2010 junto con el anticipo de compra que los consumidores han realizado ante la subida que se produjo del IVA. Por el contrario, han mejorado los datos de las ventas a empresas y los programas “rent a car”. Esta situación ha supuesto un cambio en la estructura del mercado que ahora se mantiene gracias a las ventas a empresas y los renting.

Los concesionarios están siendo los grandes damnificados por la desconfianza de los usuarios. Este descenso en las ventas se debe, no solo a la crisis actual, también que los compradores se muestran más “racionales” en sus adquisiciones y se decantan por coches más económicos y porque no pagan el impuesto de matriculación (los vehículos con emisiones de CO2 inferiores a 120 g/km están exentos) o pagan el tipo reducido del 4,75% (los que se mueven entre los 120 y los 160 g/km).

Aunque algunos concesionarios han sabido adaptarse a la actual situación económica por la que atravesamos (reorganizando actividades, centros multimarca para reducir costes y crear sinergias, separando la actividad concesionaria de la inmobiliaria, reestructuración de plantilla, mejora de stocks, mejorando el servicio postventa, etc.), muchas empresas del sector siguen teniendo estructuras sobredimensionadas para el volumen de ventas actual, falta de control en VO (vehículo de ocasión), stock de recambios obsoletos y servicio postventa poco eficiente; por tanto, se ha de intentar conseguir una mejora de las condiciones entre las marcas y los concesionarios, sobre todo en el tema de financiación ya que la crisis en España puede ser una oportunidad para impulsar acuerdos con entidades de renting y leasing que beneficien a ambas partes.



En un entorno como el que se está viviendo, se considera básico tomar como medida algunas prácticas empresariales para el mantenimiento de la actividad basadas en la rentabilidad y, por tanto, en su impacto en el cash flow de cualquier compañía:

1.- Mejora de los tiempos, calidad y reducción de costes de la actividad de taller ya que aproximadamente el 50% de la rentabilidad del negocio de una concesión proviene de la postventa.

2.- Racionalización del stock de recambios, actividad muy rentable si la política de compras no se basa sólo en la rentabilidad por un rappel por volumen de compras.

3.- Gestión eficiente de VN y VO ya que los “bonus” que conceden las marcas son complicados de conseguir actualmente por el volumen de ventas y los VO suelen requerir líneas de circulante complicadas de obtener y muy costosas si no se vende el producto en el corto plazo.

4.- Reducción de gastos generales y de estructura.

5.- Crear nuevas campañas de marketing para los clientes actuales y/o potenciales pero no basarlas sólo en precios más bajos ya que pueden suponer “ventas envenenadas” porque por cada 1% de descuento en el precio de VN, surge una necesidad de incremento de ventas de aproximadamente un 8%, por tanto, se puede producir una caída de la rentabilidad.

Entre las posibles soluciones que se deben adoptar en el sector de los concesionarios se destaca la de volver a reorganizarse y redefinirse mediante la compra-venta y/o fusiones de empresas, tanto a nivel autonómico como nacional, para crear grupos más rentables y competitivos.

1.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

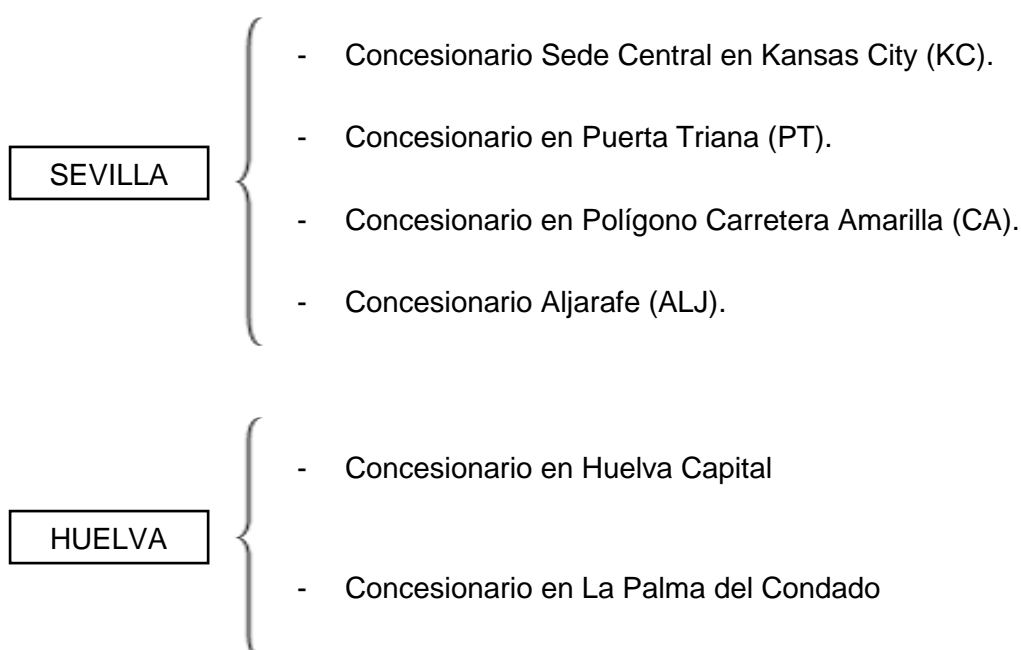
Los orígenes de FDISA se remontan al año 1971 con la fundación de la empresa Fernando Domínguez de la Iglesia S.A. (FDISA). Empresa sevillana que en 2002, tras un acuerdo con la multinacional GFV, ésta tomaba por primera vez una participación en una sociedad, dando lugar al nacimiento de una de las mayores empresas referente a concesionario de automóvil nacional y la mayor de ellas comercializando vehículos de la marca GFV.



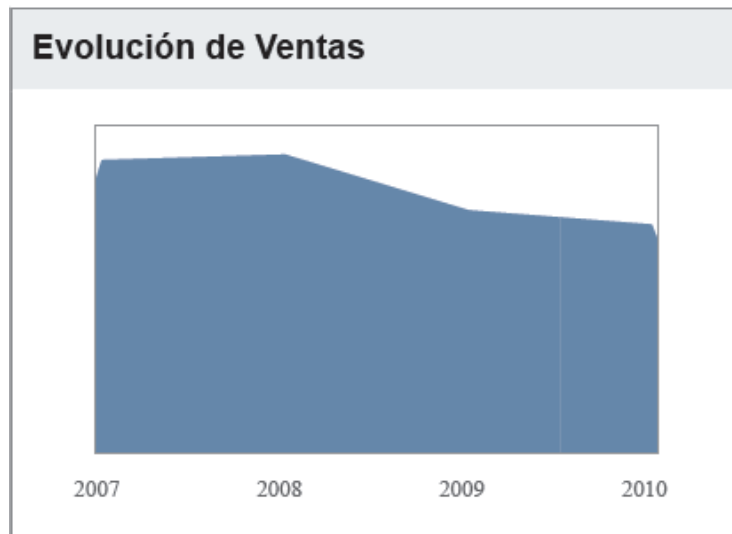
FDISA se dedica a la representación, distribución y venta de automóviles, nuevos y usados; así como sus reparaciones, pinturas y recambios.

Cuando se inauguró la primera instalación, la empresa contaba con 23 operarios, en la actualidad la plantilla de la empresa está formada por más de 150 profesionales, entregados para satisfacer y ofrecer el mejor servicio a los clientes.

La empresa cuenta con 6 instalaciones y una red de 15 agencias exclusivas de la marca GFV distribuidas entre las provincias de Sevilla y Huelva:



Actualmente tiene un volumen anual medio de ventas de vehículos nuevos de 8.600 unidades y con respecto a vehículos de ocasión de 4.000 unidades. En los últimos años, estas cantidades están tornándose, proliferando cada vez más los vehículos de ocasión.



En la actualidad FDISA se ha convertido en una de las empresas más consolidadas de Andalucía en el sector y se posiciona como el mayor concesionario GFV de España y desarrolla su actividad en cuatro grandes áreas:

- Venta de vehículos GFV.
- Venta de vehículos de Ocasión.
- Venta de recambios y accesorios.
- Reparaciones y mantenimiento de vehículos.