



La libre competencia en el sector de la automoción: una perogrullada

ALFREDO BRIGANTY · Quadrigas Abogados

Desde el pasado verano una novedosa problemática afecta al sector de la automoción en nuestro país. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), al amparo de lo previsto en la Ley 15/2007, de 3 julio (Ley de Defensa de la Competencia), ha decidido investigar posibles prácticas anticompetitivas de los fabricantes y de sus concesionarios en el mercado, que afectan por igual a las respectivas asociaciones profesionales, a decir por los responsables de la investigación en curso, por apreciar indicios de la posible existencia de acuerdos de “fijación de precios y condiciones comerciales y de servicio”, así como por “el intercambio de información comercialmente sensible y estratégica entre empresas fabricantes y distribuidoras de vehículos de motor en España”.

Quienes defendemos la libre competencia y el juego limpio en el mercado nada deberíamos objetar, si no fuera porque la enorme competitividad que caracteriza al sector convierte en paradigmática la mera sospecha, y porque la confusión generada a través de los comunicados de prensa surgidos de la misma Comisión ha llegado a suscitar desconfianzas y recelos en los consumidores. En un sector que, además, lejos de merecer un rapapolvo necesita del reconocimiento de las autoridades, por el solo hecho de aguantar durante años carretas y carretones para satisfacer las expectativas del mercado, a sabiendas de la imposibilidad de rentabilizar las inversiones y en la confianza de un cambio en los designios de la economía.

Precisamente éstos, los cambios necesarios para reconvertir nuestra economía, constituyen la luz que alumbrará el entendimiento de cuanto pudiera perseguirse con esta investigación, pues no cabe en cabeza humana que se persigan prácticas anticompetitivas en el sector más competitivo de nuestra industria, si no

fuera por la búsqueda de un galimatías capaz de cambiar el sistema imperante...

“ La competencia que existe en la automoción podría calificarse de ‘depredadora.’ ”

Soy consciente de que no es este el foro más apropiado para debatir al respecto, ni para dilucidar acerca de los daños generados por este tipo de mensajes confusos, pero no puedo ocultar mi sorpresa por el sesgo de la información, el alcance de la difusión de los contenidos y la confusión generada en una ciudadanía presa por la noticia, que se ha quedado con la copla de unos precios de venta abusivos y en un mercado controlado por unos pocos, cuando lo cierto es que la competencia existente en este sector es feroz y voraz. ¡Que se lo pregunten a los concesionarios, agentes y talleres que han desaparecido durante la crisis por los embates de la libre competencia!

Aunque haya sido sin querer, que lo dudo, lo que ha quedado es un halo de presunción de responsabilidad e ilicitud en las actuaciones comerciales que perjudica sobremedida, en momentos cruciales, además, para la subsistencia de la gran mayoría de los pequeños y medianos empresarios que conforman las redes de distribución de medio centenar de marcas que compiten hasta la saciedad.

Quienes conocemos los intrínquilos y la realidad del mercado, y del negocio, no podemos silenciar que la competencia que existe en la automoción podría calificarse de “depredadora”. Bastaría para comprobarlo con darse un paseo por los distintos concesionarios de una misma marca y en una misma ciudad, o en mercados aledaños, para percibir las continuas bajadas de precios en un mismo modelo, y la congoja del vendedor al ser consciente de que casi siempre se pierde dinero en la venta... ¡Quien no quiera asumir esta penosa realidad es porque prefiere vivir de espaldas al mercado!

Desde el pasado mes de junio, el sector de la automoción está en entredicho por circunstancias que, debidamente explicadas, no dejan lugar a dudas, por ser tan pro-competitivas como leales y beneficiosas para el consumidor, máxime cuando están las asociaciones profesionales, las de los concesionarios y las de los fabricantes e importadores, respetando y haciendo respe-



tar los sistemas de distribución analizados con lupa por las autoridades comunitarias de la competencia desde hace más de un cuarto de siglo.

Es aquí, en el paraguas comunitario, donde hay que contextualizar el debate: de una parte porque el juego limpio en el sector se ha prefijado a nivel europeo a través de “Códigos de Conducta”, que han dado pie a la configuración y a la firma de una serie de contratos sobre la base de sistemas de distribución selectivos, cuantitativos y cualitativos, o exclusivos a criterio de los fabricantes, que exigen además el cumplimiento de una serie de pautas homogéneas para todos los distribuidores, y que ayudan a comprender aquellas conductas que ahora surgen como indiciarias de posibles ilícitos competenciales. Y de otra, porque los criterios de selección y/o estándares establecidos por los fabricantes en uso de sus legítimos derechos impiden a los distribuidores apartarse de las directrices comerciales que, propias de una franquicia, constriñen la actividad sin posibilidad de mayores alardes en la parte más débil de la cadena de producción, en la de los concesionarios/distribuidores.

No estoy diciendo que la lupa deba ponerse en los fabricantes. ¡Que nadie se equivoque! Lo que digo es que es imposible para los distribuidores, entre otros motivos



“ Los fabricantes impiden a los distribuidores apartarse de las directrices comerciales propias de una franquicia. ”

por falta de autonomía, pactar ninguna estrategia comercial distinta a la que pudiera preconizar su principal, y mucho menos si se trata de fijar precios, pues su actividad gira en torno al cumplimiento de obligaciones contractuales concretas y transparentes, perfectamente delimitadas a nivel europeo, de manera casi homogénea para los distintos mercados, por lo que carece de sentido sembrar la idea de pactos anticompetitivos entre meros destinatarios de estrategias pro-competitivas de los fabricantes.

Si lo que se persigue es un cambio de modelo en la distribución, una adaptación de las estructuras comerciales o en la naturaleza jurídica de los contratos mercantiles, sería comprensible el entuerto, pero de no ser así, estamos simplemente ante una entelequia.

Por lo que concierne a la actividad de las asociaciones profesionales, también inspeccionadas por la Comisión, es ridículo obviar que intentan velar por el cumplimiento y respeto de esas directrices para evitar situaciones discriminatorias entre los variados miembros de las distintas redes comerciales. Lo que para las Autoridades de la Competencia pudiera ser indiciario de “intercambio de información comer-

cialmente sensible” no es más que la generación de información veraz, objetiva y transparente que para nada constriñe la libre competencia, y que necesitan los concesionarios y sus representantes para valorar con los fabricantes el cumplimiento de los parámetros contractuales y las propuestas comerciales rutinarias, establecidas al albur de los Reglamentos Comunitarios de Exención por Categorías y más concretamente los REC número 330/12 y 461/12, aplicables –como va dicho- al sector de la automoción.

Sabido es, y ha sido así toda la vida, que los concesionarios y sus asociaciones se reúnen para analizar los datos que afectan a la actividad ordinaria y para velar por la libre competencia; sabido es que se reúnen para analizar y comprender las campañas comerciales dispuestas por los fabricantes, y para debatir acerca de las novedades y exigencias que pudieran afectar a los distintos mercados; que la complejidad del sistema y las modificaciones y avances en las estrategias comerciales requieren también de reuniones y adaptaciones continuas, que afectan a los contratos, a la diferente idiosincrasia de los mercados y a las expectativas diversas de los distintos operadores económicos, reuniones en las que también participan filiales de marca que actúan como concesionarios ubicados en lugares estratégicos del mercado. No alcanzar a comprender el verdadero alcance y sentido de éstas sería un craso error que, por lo que parece, podrían confundirse con las propias de un “cártel”... ¿Habrás visto un cártel para administrar miserias...?

Disipar cualquier duda requiere de una explicación exhaustiva y profunda de la realidad de un sector en el que la competencia anima a los consumidores a valorar

y a comparar, precisamente por la cantidad de modelos existentes de una misma marca, en una misma gama, con todo tipo de extras y medio centenar de marcas diferentes vendiendo productos muy similares.

A mayor abundamiento conviene apuntar que el sector de la automoción es tan sui géneris que el concesionario adquiere los vehículos que ha de revender a un precio mucho más caro que el que sabe a ciencia cierta que lo puede vender. ¡Así es por extraño que resulte! La operativa de reventa de un vehículo nuevo por parte de un concesionario genera un flujo de caja negativo, a recuperar en parte a través de un margen variable si los vendedores cumplen con las exigencias y expectativas de sus principales, circunstancia muy relevante al efecto que nos ocupa, pues anula la posibilidad de fijar precios comunes por los concesionarios, como se colige de los meros indicios de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La determinación del precio final del vehículo no es previsible y se produce en el momento de la venta al cliente final, en el que se deduce al “precio de referencia”, más conocido como “PVP”, el descuento que corresponda según la campaña aplicable y el destino final del vehículo: particular, taxi, autoescuela, minusválido, empleado de marca, de la financiera, de la propia concesión, funcionarios, etc.

Que no se olvide que todos los coches vendidos en España disfrutan de algún tipo de descuento, que varía según la marca, el modelo del vehículo, la tipología del cliente y la coyuntura del mercado y/o la campaña que periódicamente establecen para competir con todas sus armas. Por este motivo verifican la aplicación de esos descuentos y se reintegran en su caso si el distribuidor ha cumplido con todas las expectativas de la venta, por lo que parece incomprensible la búsqueda de “cárteles” en la parte más débil de la cadena, salvo que se terminen por identificar como lo que son, simples reuniones de humildes concesionarios para supervisar y controlar el cumplimiento de sus obligaciones mercantiles. De aquí que hayan tenido que asistirse de empresas auxiliares que les ayuden a comprobar si sus propios empleados cumplen con las directrices recibidas, si se trata por igual a concesionarios iguales y si se canalizan ventas a pérdidas con la intención de eliminar a un competidor del mercado.

Por discutible –y malinterpretable para algunos– que pudiera ser la actividad de estas empresas auxiliares que generalmente analizan mercados, realizan estadísticas y comprueban el cumplimiento de estándares, lo cierto es que el mismo sistema de verificación del que



“ La determinación del precio final del vehículo no es previsible y se produce en el momento de la venta al cliente final. ”

se asisten los concesionarios sirve a los propios fabricantes para verificar el derecho al cobro y la obligación de pago de las campañas establecidas por ellos, junto a los rápeles merecidos por cumplimiento de los objetivos comerciales y demás expectativas.

Con la misma finalidad, tampoco puede obviarse la especial incidencia que, sobre los precios de los vehículos nuevos, ejerce el creciente negocio de los “seminuevos y de ocasión” pues, evidentemente, dinamizan y constriñen la mera posibilidad de acuerdos anticompetitivos.

Esta amalgama de peculiaridades, exigencias y requisitos conocidos, analizados y autorizados durante años, tanto por las Autoridades de la Competencia Europeas como por las Nacionales en los distintos países del mercado común, son las que traen en estos días por la calle de la amargura a fabricantes y distribuidores, y a sus asociaciones profesionales ante el temor de ser sancionados y con el riesgo de que sobre sus arcas recaigan multas que, en puridad y por su cuantía, aparte de injustas supondrían la ruina de gran parte de ellos por falta de medios y de tesorería.

Abusando de mi socarronería, perjudicada por los años y por las experiencias vividas en este sector de magos e ilusionistas, termino recordando una vez más a Giuseppe Lampedusa, para seguir preguntándome si será necesario que todo cambie para que nada cambie... ■