



(EXECUTIVE REPORT)

Observatorio de la actividad de la posventa sell-in

Estudio de opinión de los
profesionales de la
posventa



Metodología

⇒ El estudio tiene como objetivo dos *targets*:

- ✓ Distribución independiente de recambios
- ✓ Empresas de comisión de recambios

⇒ Niveles:



⇒ Mercados:

- ✓ Turismos, 4x4, SUV
- ✓ Vehículo Industrial

Fecha recolección de datos:
Abril – Mayo

Datos clave – COMISIÓN DE RECAMBIOS

ACTIVIDAD

Q1 de 2023 vs Q1 de 2022

+12%

En el primer trimestre de 2023 se continúan observando datos positivos frente al mismo periodo del año pasado.

Esperado para Q2 de 2023 vs Q2 de 2022

+5%

A pesar de venir de un crecimiento del 12%, los fabricantes siguen creyendo que el segundo trimestre va a aumentar la facturación, aunque en menor medida.

Estimación cierre 2023 vs 2022

+5%

El 2023 se prevé un aumento de la facturación respecto al 2022 del 5% según lo declarado por los fabricantes.

Evolución de la facturación vs. 2019

21%

El cierre esperado para 2023 a nivel de facturación estaría un 21% por encima de la facturación del año 2019.

Evolución de las ventas de marcas blancas vs trimestre anterior

+0,6%

El uso de marcas blancas y privadas apenas ha sufrido un aumento respecto al trimestre pasado.

Evolución de las ventas de marcas blancas para el siguiente trimestre

+1,5%

Se espera para el próximo trimestre que aumente su uso, aunque de manera muy ligera.

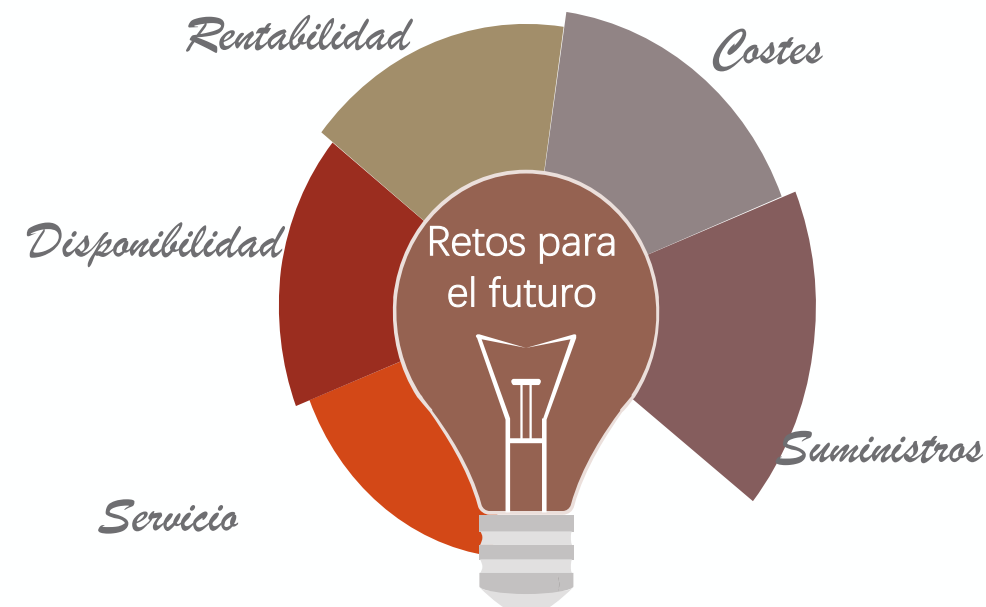
Situación de IMPAGOS/RETRASOS COBROS 2023Q1 vs 2022Q4.
% que dice "ha aumentado"

Tur: 7% y VI: 0%

El 7% de los fabricantes cita problemas de aumento de impagos o retrasos en los cobros en este primer trimestre. Esperando para el siguiente trimestre un aumento de los impagos y retrasos de los pagos, especialmente en turismo.

Esperado de IMPAGOS/RETRASOS COBROS en el 2023Q2
% que dice "van a aumentar"

Tur: 5% y VI: 0%



IMPAGOS

Datos clave – GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN / MAYORISTAS

ACTIVIDAD

Q1 de 2023 vs Q1 de 2022

+15%

En el primer trimestre de 2023 se observan datos positivos, respecto al mismo trimestre del año anterior.

Esperado para Q2 de 2023 vs Q2 de 2022

+7%

A pesar de venir de un crecimiento del 15%, los distribuidores creen que el segundo trimestre va a aumentar la facturación, aunque en menor medida.

Estimación cierre 2023 vs 2022

+9%

Los distribuidores declaran una mejora del negocio para este año del 16%.

Evolución de la facturación vs 2019

25%

A nivel de facturación, se superan los niveles del 2019, en un 25% según la previsión de cierre de este año. Hay que tener en cuenta el aumento de parque y fuertes aumentos de tarifas.

Evolución de las ventas de marcas blancas vs trimestre anterior

+6%

El uso de marcas blancas y privadas ha subido un +6% respecto al trimestre pasado.

Evolución de las ventas de marcas blancas para el siguiente trimestre

+6%

Se espera para el próximo trimestre que aumente su uso un +6%.

DE

Situación de STOCK frente al trimestre anterior

38%

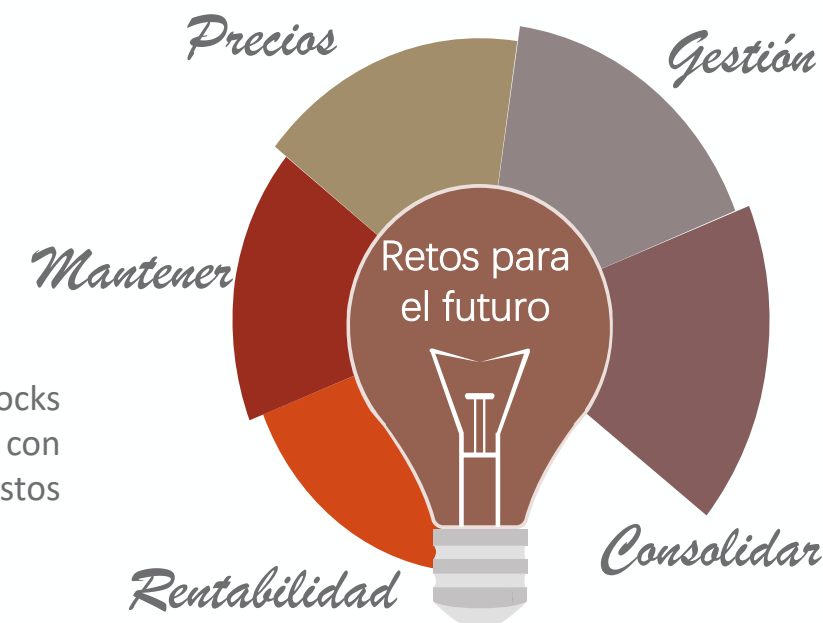
Esperado de STOCK frente al trimestre actual

20%

Fuerte crecimiento de los stocks en este primer trimestre, con una perspectiva alcista de estos para el trimestre siguiente.

EVOLUCIÓN

STOCK



IMPAGOS

Situación de IMPAGOS frente al trimestre anterior

+10%

Este trimestre, el impago o retraso en el cobro ha aumentado en mayor proporción que el trimestre pasado, por lo que la tendencia para el futuro se prevé alcista, según los distribuidores.

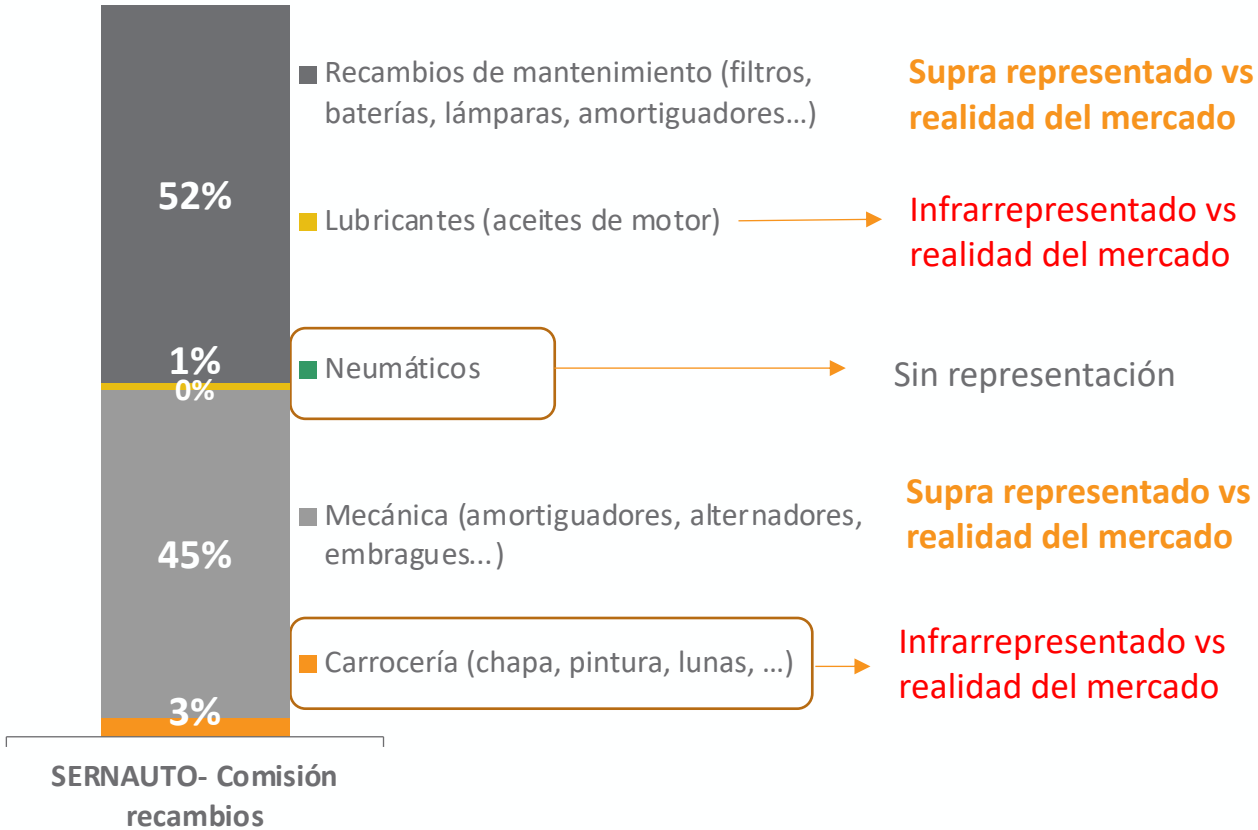
Esperado de IMPAGOS frente al trimestre actual

+18%

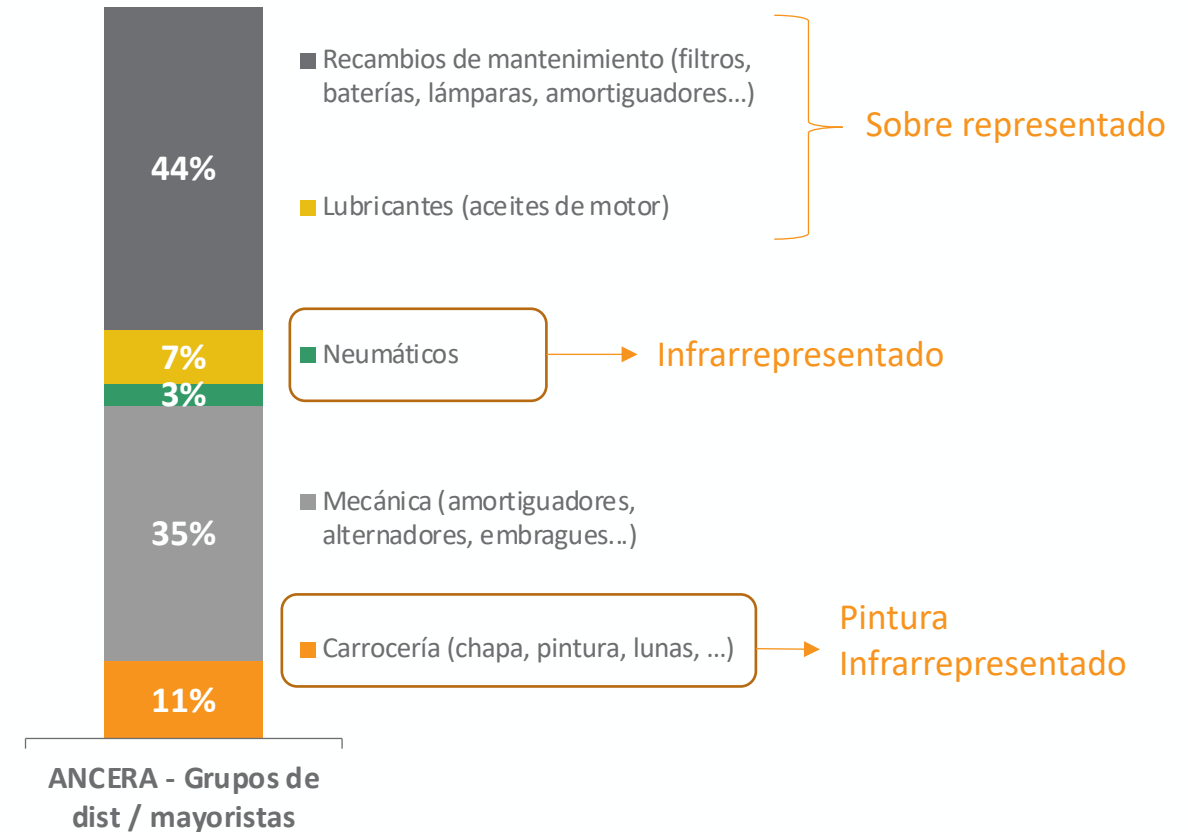
Nota metodológica sobre el peso de las familias

⇒ Reparto de la facturación por familias: los resultados son representativos principalmente de la evolución del mercado de productos de mantenimiento y mecánica, al tener poca representatividad las familias de lubricantes, neumáticos y carrocería-pintura.

COMISIÓN DE RECAMBIOS

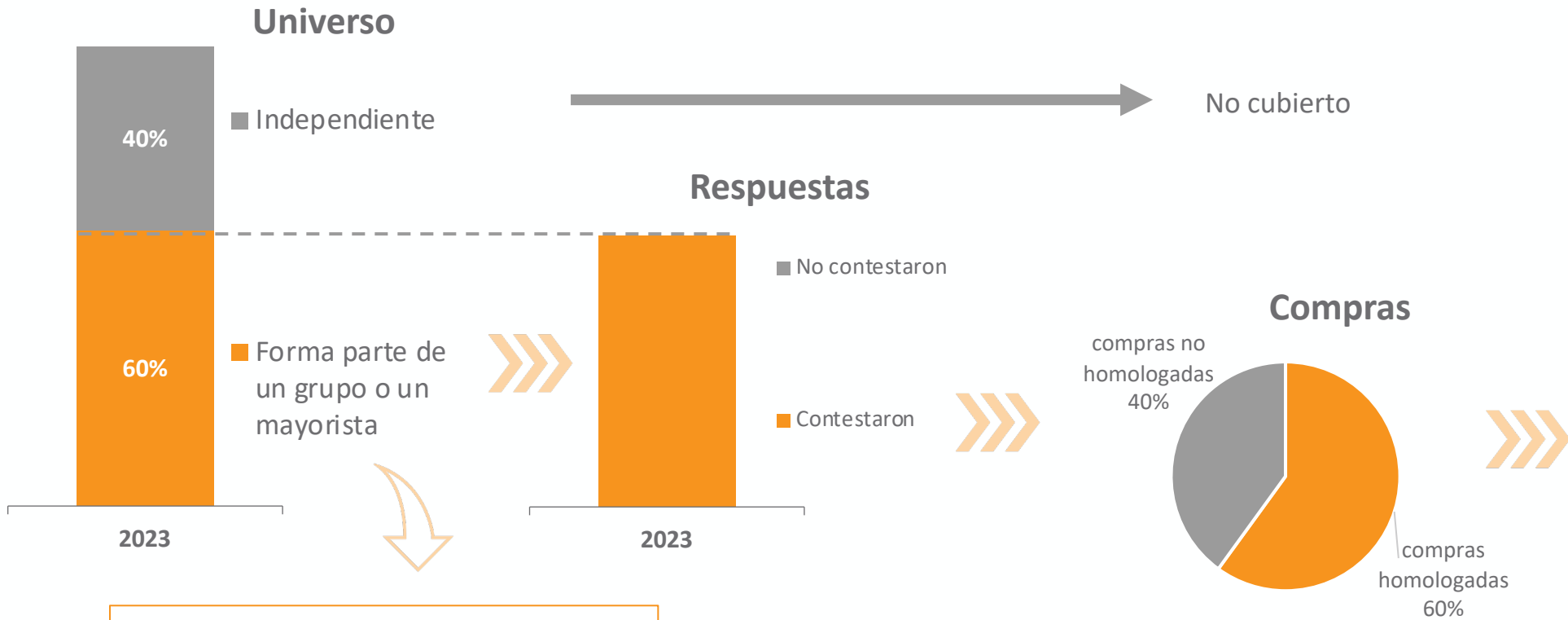


GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN / MAYORISTAS



Nota metodológica

⇒ Debe considerarse cuál es la representatividad de la muestra final, pues tiene matices que deben ser tenidos en cuenta.



Las tiendas no integradas en grupos en general tienen peores resultados que las de grupo

Se asume que las marcas no homologadas tienen el mismo comportamiento que las homologadas

23 grupos / Grandes mayoristas
23 contestaciones

* En este conjunto de participantes no están contemplados las empresas que han cerrado.