



MINISTERIO
DE FOMENTO

SUBSECRETARÍA

DIRECCIÓN GENERAL
DE TRANSPORTES
POR CARRETERA

SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE ORDENACIÓN
Y NORMATIVA

***“LA COMERCIALIZACIÓN
DEL TRANSPORTE DE
MERCANCÍAS POR
CARRETERA”***

DOCUMENTO DE SÍNTESIS

Diciembre 2002

ÍNDICE

	Pág
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.....	4
2. TRANSPORTE PÚBLICO CON VEHÍCULOS PESADOS.....	5
2.1. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	5
2.2. TIPOS DE CLIENTES.....	6
2.3. TRAYECTOS GARANTIZADOS POR LOS CONTRATOS.....	7
2.4. POLÍTICA DE RETORNOS.....	9
2.5. RETORNOS EN VACÍO.....	13
2.6. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN.....	15
2.7. FORMALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS.....	16
2.8. PARTICIPACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LA EMPRESA.....	17
2.9. CAPACIDAD EXCEDENTARIA.....	18
2.10. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN.....	18
2.11. PLAZO DE COBRO.....	20
2.12. VALORACIÓN DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	21
3. OPERADORES DE TRANSPORTE.....	23
3.1. ACUERDOS PREFERENCIALES CON CLIENTES.....	24
3.2. TIPO DE CLIENTES.....	25
3.3. TIPO DE PROVEEDORES.....	26
3.4. LA EXCLUSIVIDAD DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE.....	27
3.5. CARACTERIZACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE.....	28
3.6. POLÍTICA DE RETORNOS.....	30
3.7. FACTURACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS TRABAJOS REALIZADOS CON PROVEEDORES EN EXCLUSIVIDAD.....	30
3.8. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS CONTRATOS EN EXCLUSIVIDAD CON LOS PROVEEDORES.....	31
3.9. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN O COLABORACIÓN CON OTROS OPERADORES.....	32
3.10. PLAZO DE PAGO A LOS PROVEEDORES.....	32
3.11. VALORACIÓN DEL SISTEMA DE OBTENCIÓN DE CARGAS.....	33
4. TRANSPORTE PÚBLICO CON VEHÍCULOS LIGEROS.....	34
4.1. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	34
4.2. TIPO DE CLIENTE.....	35
4.3. TRAYECTOS GARANTIZADOS POR LOS CONTRATOS.....	36
4.4. POLÍTICA DE RETORNOS.....	37
4.5. RETORNOS EN VACÍO.....	40
4.6. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN.....	41
4.7. PARTICIPACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LA EMPRESA.....	42
4.8. FORMALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS.....	43
4.9. CAPACIDAD EXCEDENTARIA.....	44
4.10. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN.....	44
4.11. PLAZO DE COBRO.....	45
4.12. VALORACIÓN DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	45

1. INTRODUCCIÓN

El estudio cuya síntesis ahora se presenta se incardina dentro de las actuaciones de ejecución del Plan Estratégico para el Sector del Transporte de Mercancías por Carretera (PETRA), y tiene, como objetivo básico, conocer los sistemas, medios y características a través de los cuales los empresarios del transporte de mercancías por carretera y los operadores de transporte obtienen los clientes y/o las mercancías que transportan, cómo atienden esta demanda y su nivel de satisfacción en relación a los sistemas de comercialización que emplean.

La elaboración del estudio ha sido desarrollada por las empresas Eryba, S.L. y Spim, S.L., bajo la supervisión de la Dirección General de Transportes por Carretera y con la colaboración de las asociaciones integrantes del Comité Nacional del Transporte por Carretera.

1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudio se divide en tres partes, relativas, por un lado, al análisis del transporte público en vehículos pesados, por otro, a operadores de transporte y, en último lugar, al transporte público en vehículos ligeros y tiene como objetivos específicos los siguientes:

- a) Elaboración de una tipología y análisis comparado de los sistemas de comercialización y modos de obtención de cargas en el transporte de mercancías por carretera.
- b) Conocer qué parte de las demandas de transporte recibidas por las empresas son atendidas por éstas con sus propios vehículos y qué parte mediante colaboración con otros transportistas.
- c) Conocer la capacidad excedentaria y de los retornos en vacío realizados por las empresas de transporte de mercancías en función del tipo de sistema de comercialización.
- d) Valoración de los volúmenes de facturación garantizados por los acuerdos exclusivos y preferenciales que mantienen las empresas de transporte de mercancías por carretera.
- e) Valoración del grado de satisfacción de las empresas del sector con relación a los sistemas de comercialización que utilizan para la consecución de cargas.
- f) Diferenciación en función de los siguientes parámetros:
 - Por características del vehículo (pesados y ligeros)
 - Por tamaño de empresa (número de vehículos)
 - Por ámbito de actuación (local, comarcal, nacional e internacional)
 - Por las características del servicio (carga completa y carga fraccionada)

1.2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio se ha desarrollado en dos fases:

- Análisis cuantitativo: Realización de una encuesta telefónica a empresas y operadores de transporte.
- Análisis cualitativo: Realización de entrevistas personales a empresas y operadores de transportes con el objetivo de profundizar en los diferentes aspectos objeto de análisis y resolver o aclarar las posibles incoherencias que pudieran presentarse en el proceso de encuestación telefónico.

DETERMINACIÓN Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para la selección de la muestra se ha estratificado el universo de empresas en base, a las siguientes variables:

- Ámbito de trabajo (comarcal, local, nacional e internacional)
- Número de autorizaciones (una, de 2 a 5, de 6 a 20, mas de 20)
- Comunidades autónomas
- Tipo de vehículo (Pesado, ligero)

A partir de la estratificación realizada, la determinación de la muestra se realizó mediante afijación proporcional a cada uno de los estratos, seleccionando las unidades muestrales correspondientes a cada uno de los mismos de forma aleatoria.

	TOTAL ENCUESTAS	Nº ENCUESTAS			
		1 AUTORIZACIÓN	2-5 AUTORIZACIONES	6-20 AUTORIZACIONES	>20 AUTORIZACIONES
INTERNACIONAL	400	244	124	28	4
PESADO-NACIONAL	1.610	982	499	113	16
COMARCAL	400	328	68	4	0
LOCAL	400	231	148	20	1
LIGERO-NACIONAL	690	524	152	13	1
OPERADORES DE TRANSPORTE		400			
TOTAL ENCUESTAS		3.900			

A su vez para la determinación de la muestra correspondiente a cada estrato se tuvieron en cuenta los siguientes errores máximos de muestreo:

- Datos a nivel global: error del $\pm 2\%$ para un nivel de confianza del 95,5%
- La misma tasa de error para las empresas con autorización nacional y de un $\pm 5\%$ para el resto de autorizaciones.

Por otro lado, se han realizado 100 entrevistas personales a operadores y empresas de transporte de mercancías por carretera en el País Vasco, Madrid y Cataluña.

DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo se llevó a cabo en el Call Center de Eryba S.L., por un equipo de trabajo integrado por 20 entrevistadores, a los cuales previamente al inicio del trabajo les fue impartido un curso de formación para la realización del mismo.

El proceso de encuestación, fue realizado entre el 15 de octubre y 22 de noviembre de 2002.

TABULACIÓN DE RESULTADOS

Una vez finalizado el trabajo de campo se procedió a la grabación y depuración de los resultados obtenidos, realizándose las re-entrevistas necesarias para solventar las incoherencias detectadas en la información recogida.

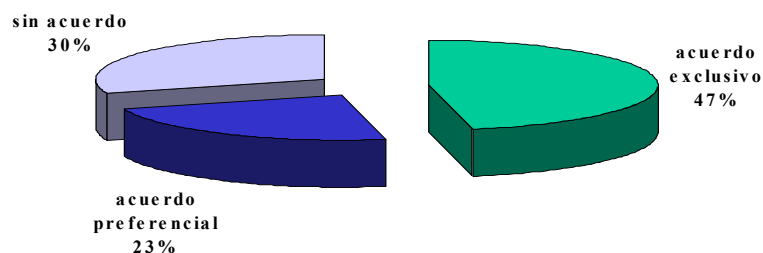
La grabación y explotación de resultados se ha realizado mediante el paquete estadístico Barwin.

2. TRANSPORTE PÚBLICO CON VEHÍCULOS PESADOS

2.1. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

La mayor parte de las empresas de transporte (70%), trabaja bajo acuerdos de comercialización estables. El 47% mediante acuerdos de exclusividad y el 23% mediante acuerdos preferenciales.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS EN FUNCIÓN DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN



El mantenimiento de este tipo de acuerdos es superior entre las empresas de mayores dimensiones, sin embargo hay que resaltar la importancia de los mismos entre los autónomos (empresas de 1 autorización), tanto por los acuerdos que se establecen entre ellos y las cooperativas en las que se agrupan, como por su relación de estabilidad con otras entidades con mayor capacidad de gestión comercial (operadores y empresas de mayor dimensión). El 72% de los mismos mantiene acuerdos estables frente al 77% de las empresas entre 6 y 20 autorizaciones y el 89% de más 20.

		TOTAL ENCUESTAS	ACUERDO EXCLUSIVO (%)	ACUERDO PREFERENCIAL (%)	TOTAL CON ACUERDOS (%)	SIN ACUERDO (%)
ÁMBITO	COMARCAL	374	32 %	27 %	59 %	42 %
	LOCAL	369	39 %	22 %	61 %	39 %
	PESADO NACIONAL	1.529	54 %	22 %	76 %	24 %
	INTERNACIONAL	382	46 %	22 %	68 %	32 %
	TOTAL	2.654	47 %	23 %	70 %	30 %
TAMAÑO	UNA AUTORIZACION	1.651	52 %	20 %	72 %	29 %
	2 A 5 AUTORIZACIONES	807	40 %	25 %	65 %	35 %
	6 A 20 AUTORIZACIONES	168	38 %	39 %	77 %	23 %
	MAS DE 20 AUTORIZACIONES	28	46 %	43 %	89 %	11 %

Puede observarse que, en general, este tipo de acuerdos tiene una mayor penetración cuanto mayor es el ámbito geográfico de operación (nacional e internacional).

Hay que resaltar que el porcentaje más bajo de empresas que trabajan sin estabilidad se da entre las empresas de mayor dimensión (tan sólo el 11%) lo que indica que es mayoritaria en estas empresas una estrategia de relación de continuidad entre transportista-cliente (cargador).

Por otra parte, el hecho de que cerca de la mitad de los transportistas (el 47%) trabajen en exclusividad, porcentaje que se eleva en el ámbito nacional hasta el 54%, y en las empresas de una autorización hasta el 52%, siendo en las empresas de más de 20 autorizaciones del 46%, es una manera de “asegurar” una relación mercantil sólida, que permite planificar las inversiones y las operaciones. Como contrapartida, esta fuerte dependencia del cliente (cargador en la mayoría de los casos, agencia u otros tipos de cliente, en otros casos) puede suponer un aspecto negativo como es la posible subordinación a dicho cliente (a cambio de su “fidelidad”) en la fijación del precio de transporte.

El sentido de los acuerdos exclusivos y preferenciales es distinto según el tamaño de empresa:

- ✓ Empresas pequeñas (incluyendo autónomos) este tipo de acuerdos son naturalmente entre transportistas pequeños y grandes.
- ✓ Empresas medianas y grandes: este tipo de acuerdos permanentes son entre empresas y clientes (cargadores)

2.2. TIPOS DE CLIENTES

Independientemente de los sistemas de comercialización utilizados, las empresas contratan sus cargas fundamentalmente de forma directa con empresas cargadoras, seguidos de los operadores de transporte.

Si bien la tipología de clientes es similar entre las empresas con acuerdos preferenciales y no estables (en torno al 70% contratan con empresas cargadoras y el 26% con operadores), esta situación varía en las empresas con acuerdos de exclusividad, entre las que se reduce al 53% las que contratan con empresas cargadoras y al 16% con

operadores, incrementándose notablemente entre las mismas la contratación con cooperativas (20%) y otras empresas de transporte (11%).

TIPO DE CLIENTE DE LAS EMPRESAS SEGÚN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN (%)

	TOTAL	OPERADOR DE TRANSPORTE	COOPERATIVA	OTRAS EMPRESAS TRANSPORTE	EMPRESAS CARGADORAS	OTROS SISTEMAS
EXCLUSIVOS	1.260	16%	20%	11%	53%	2%
PREFERENTE	600	27%	8%	8%	71%	4%
SIN ACUERDOS	794	26%	4%	5%	72%	8%

Hay que matizar que la reducción de la importancia de las relaciones de exclusividad con cargadores directos se produce en las empresas de pequeña dimensión (cinco o menos autorizaciones) en los ámbitos nacional e internacional, donde crece de manera relevante la importancia de las cooperativas, de los operadores de transporte y de otras empresas de transporte, lo que pone de manifiesto la integración estable de las empresas de menor dimensión en organizaciones (del propio transporte) de mayor entidad.

Al mismo tiempo, se refuerza el comentario anterior en cuanto a la posible fuerte dependencia del cliente-cargador ante la fijación del precio de transporte, al representar éste en los ámbitos local y comarcal, el 78% y el 83% respectivamente de la contratación en exclusiva, y el 80% en los ámbitos nacional e internacional para las empresas de mayor dimensión.

En la contratación preferencial, donde el predominio del tipo de cliente cargador supera el 80% para las empresas de mayor dimensión, los efectos negativos se plantean como en el supuesto anterior. No obstante, esta fórmula de contratación supone tan sólo el 23% frente al 47% de la de exclusividad y el 30% de la sin acuerdo.

Cuando no existen acuerdos estables de ningún tipo, las medias y grandes empresas del transporte contratan básicamente con clientes directos, salvo en ámbitos geográficos amplios (nacional e internacional), donde llegan a contratar en porcentajes significativos con otros operadores o empresas del sector.

Esta situación es opuesta a la que se registra en relación a la obtención de cargas de retorno no sujetas a acuerdos de exclusividad o preferenciales, perdiendo peso como clientes las empresas cargadoras frente a las agencias, lo cual es debido a la dificultad por parte de las pequeñas empresas para conseguir cargas directamente de las empresas cargadoras en las plazas distintas a las de origen del transportista.

2.3. TRAYECTOS GARANTIZADOS POR LOS CONTRATOS

A la mayor parte de las empresas únicamente les garantizan uno de los trayectos.

Este hecho se acrecienta en el caso de las empresas con acuerdos preferenciales (79%), y especialmente entre las empresas sin acuerdos estables (83%), reduciéndose respecto a las empresas con acuerdos de exclusividad (a mayor intensidad de la estabilidad, mayor cobertura de la misma).

Por otra parte la garantía de ida y vuelta se reduce notablemente en los acuerdos correspondientes a las empresas de ámbito local y comarcal. La razón no es tanto que contraten un solo recorrido, sino que el contrato de ida implica el contrato de vuelta, dada la casi absoluta imposibilidad de buscar un retorno salvo que se concierte con el que contrata el primero de los sentidos.

En ámbitos nacionales e internacionales, el aumento de la contratación de Ida y Vuelta llega a cifras significativas, en especial en los acuerdos de exclusividad (34% en nacional, 40% en internacional). En este supuesto sin duda pueden desempeñar un papel de elevada importancia los contratos de tracción estable entre autónomos y empresas, que garantizan el conjunto de los recorridos en el tiempo a los primeros por parte de los segundos.

TRAYECTOS GARANTIZADOS POR LOS CONTRATOS					
EMPRESAS CON ACUERDOS EXCLUSIVOS					
	TOTAL	IDA Y VUELTA	SOLO UN TRAYECTO	UN TRAYECTO O LOS DOS	
TAMAÑO DE EMPRESA	TOTAL	1260	31%	59%	10%
	UNA	858	33%	57%	9%
	DE 2 A 5	325	26%	62%	12%
	DE 6 A 20	64	17%	72%	11%
	MAS DE 20	13	23%	69%	8%
ÁMBITO DE TRANSPORTE	COMARCAL	118	14%	79%	8%
	LOCAL	143	13%	81%	6%
	PESADO NACIONAL	823	34%	55%	11%
	INTERNACIONAL	176	40%	49%	11%
EMPRESAS CON ACUERDOS PREFERENCIALES					
	TOTAL	IDA Y VUELTA	SOLO UN TRAYECTO	UN TRAYECTO O LOS DOS	
TAMAÑO DE EMPRESA	TOTAL	600	14%	79%	7%
	UNA	322	16%	77%	7%
	DE 2 A 5	200	13%	82%	5%
	DE 6 A 20	66	8%	83%	9%
	MAS DE 20	12	25%	75%	0%
ÁMBITO DE TRANSPORTE	COMARCAL	100	5%	92%	3%
	LOCAL	82	13%	80%	6%
	PESADO NACIONAL	333	14%	78%	8%
	INTERNACIONAL	85	27%	69%	4%
EMPRESAS CON ACUERDOS NO ESTABLES					
	TOTAL	IDA Y VUELTA	SOLO UN TRAYECTO	UN TRAYECTO O LOS DOS	
TAMAÑO DE EMPRESA	TOTAL	794	11%	83%	6%
	UNA	471	9%	85%	6%
	DE 2 A 5	282	14%	78%	7%
	DE 6 A 20	38	3%	97%	0%
	MAS DE 20	3	0%	67%	33%
ÁMBITO DE TRANSPORTE	COMARCAL	156	6%	89%	4%
	LOCAL	144	11%	85%	3%
	PESADO NACIONAL	373	12%	82%	6%
	INTERNACIONAL	121	10%	79%	12%

2.4. POLÍTICA DE RETORNOS

INCIDENCIA EN EL PRECIO DE LA CONTRATACIÓN DE UN VIAJE CON RETORNO ASEGURADO

Solamente en torno a una cuarta parte de las empresas, independientemente del sistema de comercialización utilizado reconoce que exista una diferencia en el precio de viaje de ida al tener asegurado el retorno, si bien a través de las entrevistas realizadas se detecta la proclividad existente a negociar el precio del porte en el caso de que se produzca esta circunstancia.

Por otra parte son las empresas de ámbito local y comarcal las que en mayor medida niegan esta reducción de precio, si bien y dadas sus características es entre las que mayor número de retornos en vacío se produce, por lo que en una gran mayoría de los casos su tarifa incluye el viaje de ida y vuelta (sólo si existiese la posibilidad de hacer ésta última en carga, que como se ha expuesto es en porcentajes muy pequeños, se modificaría a la baja la tarifa del primer sentido de viaje).

¿ES IGUAL EL PRECIO DE IDA CUANDO SE ASEGURA EL RETORNO?						
		TOTAL	SIEMPRE	HABITUALMENTE	CASI NUNCA	NUNCA
	TOTAL	2654	74%	9%	6%	11%
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	ACUERDO EXCLUSIVO	1.260	75%	8%	6%	11%
	ACUERDO PREFERENCIAL	600	70%	11%	7%	12%
	SIN ACUERDO	794	77%	7%	5%	11%
ÁMBITO DE TRANSPORTE	COMARCAL	374	87%	3%	2%	7%
	LOCAL	369	85%	6%	3%	6%
	PESADO NACIONAL	1.529	68%	11%	7%	14%
	INTERNACIONAL	382	79%	8%	6%	7%

INCIDENCIA DE LA PLAZA DE DESTINO EN LA CONTRATACIÓN DE VIAJES

Aproximadamente la mitad de las empresas no rechaza la contratación de viajes en función de la plaza de destino, siendo mas frecuente esta conducta (aceptación del destino) entre las empresas con acuerdos de exclusividad (64%), hecho derivado de la relación de dependencia establecida con la parte suministradora de carga.

En relación al ámbito de trabajo, es entre las empresas de ámbito nacional e internacional en las que mayor medida se produce esta posibilidad de rechazo, reduciéndose entre las de ámbito local y comarcal, tanto por las razones antes apuntadas de que el retorno en vacío es algo estructural en dichos ámbitos, como previsiblemente por las menores consecuencias económicas de los retornos en vacío en estos supuestos.

EMPRESAS QUE DESCARTAN VIAJES EN FUNCIÓN DEL DESTINO, SEGÚN TIPO DE ACUERDO

	TOTAL	SÍ	NO	A VECES
TOTAL	2.654	35%	58%	7%
ACUERDO EXCLUSIVO	1.260	31%	65%	5%
ACUERDO PREFERENCIAL	600	40%	52%	8%
SIN ACUERDO	794	37%	51%	11%

EMPRESAS QUE DESCARTAN VIAJES EN FUNCIÓN DEL DESTINO, POR ÁMBITO

	TOTAL	SI	NO	A VECES
TOTAL	2654	35%	58%	7%
COMARCAL	374	19%	74%	7%
LOCAL	369	23%	72%	4%
PESADO NACIONAL	1.529	42%	50%	8%
INTERNACIONAL	382	32%	59%	9%

ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE LOS RETORNOS

En cuanto a la realización de viajes de retorno en vacío, este hecho alcanza casi la mitad de las empresas con acuerdos de exclusividad y sin ningún tipo de acuerdos, incrementándose notablemente entre las empresas de ámbito local y comarcal, por encima del 66% las comarcales y del 80% las locales, circunstancia derivada de la operativa en cortos recorridos como ya se ha expuesto.

Esto pone de manifiesto la trascendencia de los retornos en vacío en los resultados de las empresas que trabajan en los ámbitos nacional e internacional, lo que les lleva a tratar de minimizarlos, como se ve especialmente en las empresas de mayor dimensión y con acuerdos preferenciales o sin acuerdos.

ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE LOS RETORNOS EN VACÍO

	TOTAL	BUSCA OTRAS CARGAS	VUELVE DE VACÍO	A VECES VUELVE DE VACÍO, A VECES CARGA	
TOTAL	2100	33%	45%	22%	
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	ACUERDO EXCLUSIVO	875	27%	48%	25%
	ACUERDO PREFERENCIAL	515	48%	35%	17%
	SIN ACUERDO	710	30%	50%	20%
TIPO DE TRANSPORTE	COMARCAL	343	7%	78%	15%
	LOCAL	324	3%	87%	10%
	PESADO NACIONAL	1.156	47%	29%	24%
	INTERNACIONAL	277	44%	25%	31%

ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE LOS RETORNOS EN VACÍO SEGÚN TAMAÑO Y SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN-ÁMBITOS NACIONAL E INTERNACIONAL

		TOTAL	BUSCA OTRAS CARGAS	VUELVE DE VACÍO	A VECES VUELVE DE VACÍO, A VECES CARGA
ACUERDOS EXCLUSIVOS	PESADO NACIONAL	542	35 %	37 %	28 %
	UNA	338	28 %	42 %	31 %
	DE 2 A 5	160	44 %	31 %	26 %
	DE 6 A 20	35	60 %	29 %	11 %
	MÁS DE 20	9	56 %	33 %	11 %
	INTERNACIONAL	106	35 %	36 %	29 %
	UNA	65	31 %	37 %	32 %
	DE 2 A 5	31	39 %	35 %	26 %
	DE 6 A 20	9	44 %	33 %	22 %
	MÁS DE 20	1	100 %	0 %	0 %
ACUERDOS PREFERENCIALES	PESADO NACIONAL	287	67 %	15 %	18 %
	UNA	138	65 %	15 %	20 %
	DE 2 A 5	99	66 %	13 %	21 %
	DE 6 A 20	42	71 %	19 %	10 %
	MÁS DE 20	8	88 %	0 %	13 %
	INTERNACIONAL	62	68 %	11 %	21 %
	UNA	24	63 %	21 %	17 %
	DE 2 A 5	24	71 %	4 %	25 %
	DE 6 A 20	13	69 %	8 %	23 %
	MÁS DE 20	1	100 %	0 %	0 %
SIN ACUERDOS	PESADO NACIONAL	327	48 %	28 %	24 %
	UNA	193	48 %	27 %	25 %
	DE 2 A 5	112	48 %	29 %	22 %
	DE 6 A 20	20	45 %	30 %	25 %
	MÁS DE 20	2	50 %	0 %	50 %
	INTERNACIONAL	109	39 %	22 %	39 %
	UNA	56	27 %	21 %	52 %
	DE 2 A 5	45	49 %	27 %	24 %
	DE 6 A 20	8	75 %	0 %	25 %
	MÁS DE 20	1	100 %	0 %	0 %

MOMENTO DE CONTRATACIÓN DE LOS RETORNOS

Respecto al momento de contratación de las cargas de retorno, cerca del 50% de las empresas lo realiza antes de cargar siendo entre las empresas de mayor dimensión entre las que prevalece en mayor medida esta conducta, lo cual es lógico debido a la estructura comercial de las mismas. No obstante, los porcentajes de “previsión” en la contratación previa del retorno no son especialmente significativos, y no guardan una correlación muy destacada en relación con la mayor capacidad de las empresas más grandes.

CONTRATACIÓN DE LA CARGA DE RETORNO

	TOTAL	ANTES DE CARGAR	DURANTE EL VIAJE	DESPUÉS DE DESCARGAR	NS/NC
TOTAL	1.147	47%	32%	19%	1%
ACUERDO EXCLUSIVO	458	48%	29%	22%	1%
ACUERDO PREFERENCIAL	334	49%	34%	14%	4%
SIN ACUERDO	355	44%	35%	20%	1%

	TOTAL	ANTES DE CARGAR	DURANTE EL VIAJE	DESPUÉS DE DESCARGAR	NS/NC
TOTAL	1.147	47%	32%	19%	1%
UNA	632	43%	34%	23%	0%
DE 2 A 5	388	48%	31%	17%	3%
DE 6 A 20	108	64%	27%	8%	1%
MÁS DE 20	19	53%	37%	11%	0%

¿CONSIDERA LA TRIANGULACIÓN O SÓLO EL RETORNO?

En cuanto a la triangulación como forma habitual de obtención de retornos solo es tenida en cuenta de forma minoritaria por las empresas de mayor tamaño (menos de un 8% de las empresas independientemente del sistema de comercialización utilizado). Sin embargo, ese tipo de empresas que con alguna frecuencia utiliza este sistema para retornar crece significativamente (en torno al 30%).

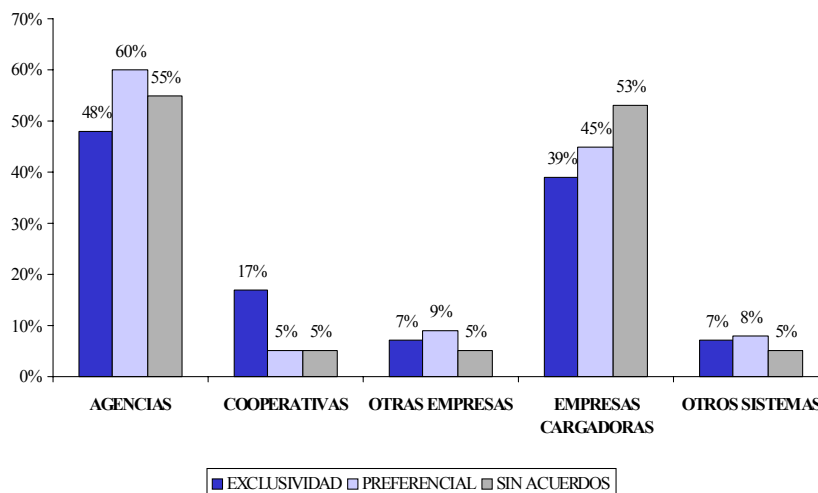
Esta práctica es tenida en cuenta en mayor medida en los ámbitos operativos más amplios (ámbito nacional e internacional), por razones evidentes de coste, y de comportamiento de mercado ya expuestas, así como por las de mayor dimensión (capacidad comercial).

	TOTAL	CONSIDERO TRIANGULACIÓN	CONSIDERO RETORNO	A VECES TRIANGULACION A VECES RETORNO	NS/NC
TOTAL	1.147	8%	60%	31%	1%
UNA	632	9%	64%	28%	0%
DE 2 A 5	388	7%	57%	35%	2%
DE 6 A 20	108	11%	49%	39%	1%
MAS DE 20	19	16%	42%	42%	0%

	TOTAL	CONSIDERO TRIANGULACIÓN	CONSIDERO RETORNO	A VECES TRIANGULACION A VECES RETORNO	NS/NC
TOTAL	1.147	8%	60%	31%	1%
COMARCAL	77	3%	86%	9%	3%
LOCAL	42	0%	74%	14%	12%
PESADO NACIONAL	820	9%	57%	34%	0%
INTERNACIONAL	208	10%	57%	32%	0%

TIPO DE CLIENTE PARA LOS RETORNOS

En cuanto a la contratación de cargas en retorno se realiza fundamentalmente a través de agencias de transporte y empresas cargadoras.



2.5. RETORNOS EN VACÍO

El número de las empresas que siempre retorna en vacío es superior entre las empresas sin acuerdos estables de comercialización (42%) frente a las que opera bajo algún tipo de acuerdo (29%). Esta situación es opuesta frente a las que no realizan ningún retorno en vacío, 46% de las que mantienen acuerdos de exclusividad, 22% con acuerdos preferenciales y 16% sin acuerdos.

RETORNOS EN VACÍO: EMPRESAS CON ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 21% AL 50%	DEL 51% AL 75%	DEL 75% AL 99%	100%
TOTAL	1.260	46%	4%	5%	8%	4%	4%	29%
AUTORIZACIONES								
1	858	44%	4%	5%	8%	4%	5%	30%
DE 2 A 5	325	49%	3%	4%	10%	3%	2%	27%
DE 6 A 20	64	59%	2%	5%	6%	0%	0%	28%
MÁS DE 20	13	54%	15%	0%	0%	0%	8%	23%
COMARCAL	118	21%	3%	2%	9%	7%	5%	53%
LOCAL	143	15%	0%	1%	7%	1%	3%	72%
PESADO NACIONAL	823	53%	5%	5%	8%	4%	3%	21%
INTERNACIONAL	176	59%	3%	6%	7%	4%	5%	16%

RETORNOS EN VACÍO: EMPRESAS CON ACUERDOS PREFERENCIALES

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 21% AL 50%	DEL 51% AL 75%	DEL 75% AL 99%	100%
TOTAL	600	22%	13%	18%	9%	4%	4%	29%
AUTORIZACIONES								
UNA	322	21%	12%	16%	8%	4%	3%	35%
DE 2 A 5	200	24%	11%	20%	11%	4%	6%	26%
DE 6 A 20	66	20%	23%	24%	9%	5%	3%	17%
MÁS DE 20	12	50%	25%	17%	0%	0%	8%	0%
COMARCAL	100	6%	4%	3%	0%	8%	5%	74%
LOCAL	82	16%	0%	2%	4%	4%	6%	68%
PESADO NACIONAL	333	26%	18%	23%	14%	4%	4%	12%
INTERNACIONAL	85	33%	18%	29%	7%	1%	4%	8%

RETORNOS EN VACÍO: EMPRESAS SIN ACUERDOS

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 21% AL 50%	DEL 51% AL 75%	DEL 75% AL 99%	100%
TOTAL	794	16%	9%	12%	12%	1%	7%	42%
AUTORIZACIONES								
UNA	471	15%	9%	9%	14%	1%	7%	45%
DE 2 A 5	282	20%	9%	17%	10%	1%	6%	38%
DE 6 A 20	38	11%	11%	18%	13%	5%	11%	32%
MÁS DE 20	3	0%	33%	0%	33%	0%	33%	0%
COMARCAL	156	6%	1%	5%	6%	1%	2%	78%
LOCAL	144	13%	0%	1%	4%	1%	3%	79%
PESADO NACIONAL	373	20%	14%	18%	14%	2%	10%	21%
INTERNACIONAL	121	23%	13%	15%	23%	1%	10%	15%

En este sentido la media de retornos en vacío entre las empresas con acuerdos estables de comercialización (39% con acuerdos de exclusividad y 42% con acuerdos preferenciales) es inferior a la correspondiente a las empresas que operan sin ningún tipo de acuerdo (56%).

Independientemente del sistema de comercialización utilizado, la media de retornos en vacío se reduce notablemente entre las empresas de ámbito nacional e internacional y entre las de mayor dimensión. Es decir el número de retornos en vacío está directamente relacionado (de manera inversa) con estas dos variables.

MEDIA DE % DE RETORNOS EN VACÍO

	TOTAL	1 AUT.	2 A 5 AUT.	6 A 20 AUT.	> 20 AUT.
ACUERDO EXCLUSIVO	39%	41%	37%	32%	31%
ACUERDO PREFERENCIAL	42%	47%	41%	30%	10%
SIN ACUERDO	56%	59%	50%	52%	44%

MEDIA DE % DE RETORNOS EN VACÍO

	TOTAL	ACUERDO EXCLUSIVO	ACUERDO PREFERENCIAL	SIN ACUERDO
LOCAL	83%	80%	82%	86%
COMARCAL	80%	68%	89%	84%
NACIONAL	33%	32%	27%	40%
INTERNACIONAL	28%	27%	19%	34%

El análisis de estos datos revela las grandes diferencias que en materia de retornos en vacío se establecen entre los ámbitos local y comarcal del transporte, por una parte, y los ámbitos nacional e internacional, por otra, que ya ha sido expuesta en las conclusiones de otros aspectos del estudio.

Mientras los primeros presentan una operativa con elevados retornos en vacío (superiores al 80%), los segundos se mantienen siempre por debajo del 40%, y con medias en torno al 30%. A este respecto, es importante destacar cómo la fórmula de acuerdos preferenciales es la que obtiene una mayor productividad de los vehículos en las empresas de mayor dimensión. Esto denota la superior organización comercial de estas empresas frente al resto. No obstante, para las empresas de pequeña dimensión, sin capacidad comercial, resulta más favorable el régimen de acuerdo en exclusividad en cuanto a presentar menores retornos en vacío.

Una variable importante que influye en la cuantía de los recorridos en vacío es el tipo de mercancía que transportan los vehículos. Como se ha visto, el total de las empresas que declaran volver en vacío suponen el 33% en el ámbito nacional y el 28% en el internacional.

Estos porcentajes están calculados sobre las empresas a las que sus acuerdos ya sean estables o no, solo les garantizan un trayecto. Si consideramos la base total, las empresas que retornan en vacío representan en función del ámbito de trabajo, el 19% en el nacional y el 14% en el internacional.

Si analizamos estos datos entre las empresas que se dedican exclusivamente al transporte de carga general los resultados son los siguientes:

	Retornos en vacío: carga general
Empresas de ámbito nacional	10%
Empresas de ámbito internacional	8%

Por otra parte el hecho de disponer de autorizaciones de ámbito nacional no implica que toda su actividad se desarrolle en este ámbito.

2.6. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN

Los acuerdos correspondientes a más de la mitad de las empresas tienen una antigüedad superior a cinco años (63% de las empresas con acuerdos de exclusividad y 71% con acuerdos preferenciales).

Por otra parte durante el último año se han incorporado a estos sistemas el 4% de las que trabajan bajo acuerdos de exclusividad y el 2% de las que operan con acuerdos preferenciales.

ANTIGÜEDAD DE LOS ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

	Absolutos	TOTAL	MENOS 1 AÑO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	MAS DE CINCO
TAMAÑO	UNA	858	5%	4%	8%	7%	6%	9%	61%
	DE 2 A 5	325	2%	2%	4%	8%	10%	4%	68%
	DE 6 A 20	64	0%	0%	8%	8%	6%	6%	67%
	MAS DE 20	13	8%	0%	8%	0%	0%	8%	69%
	TOTAL	1.260	4%	3%	7%	7%	7%	7%	63%
ÁMBITO	COMARCAL	118	3%	3%	5%	5%	3%	4%	77%
	LOCAL	143	5%	5%	6%	7%	4%	9%	62%
	PESADO NACIONAL	823	3%	2%	7%	8%	8%	7%	64%
	INTERNACIONAL	176	7%	5%	10%	7%	7%	8%	55%

ANTIGÜEDAD DE LOS ACUERDOS PREFERENCIALES

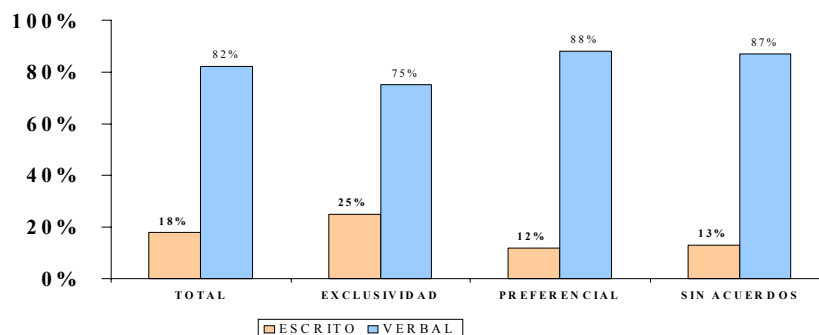
	% Horizontales	TOTAL	MENOS 1 AÑO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	MAS DE CINCO
TAMAÑO	UNA	322	2%	2%	7%	8%	7%	8%	66%
	DE 2 A 5	200	1%	4%	4%	8%	8%	4%	72%
	DE 6 A 20	66	2%	2%	2%	3%	2%	3%	88%
	MAS DE 20	12	0%	0%	0%	0%	0%	8%	92%
	TOTAL	600	2%	3%	5%	7%	7%	6%	71%
ÁMBITO	COMARCAL	100	1%	3%	1%	5%	8%	8%	74%
	LOCAL	82	1%	5%	4%	9%	7%	6%	68%
	PESADO NACIONAL	333	1%	1%	6%	5%	7%	7%	74%
	INTERNACIONAL	85	5%	7%	8%	18%	4%	2%	56%

En cuanto a la duración de estos acuerdos, prácticamente la totalidad de los mismos (en torno al 95%) son de duración indeterminada, solamente el 4% de los exclusivos y el 3% de los preferenciales son de duración anual.

2.7. FORMALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS

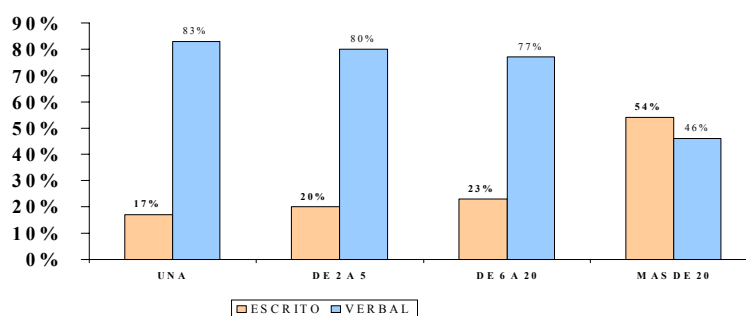
Respecto a la formalización de los contratos, estos son mayoritariamente de carácter verbal, si bien los acuerdos por escrito tienen una mayor penetración entre las empresas que operan bajo acuerdos de exclusividad, el 25% de las mismas tienen formalizado sus acuerdos por escrito frente al 12% de las que trabajan bajo acuerdos preferenciales.

FORMALIZACIÓN DE CONTRATOS EN FUNCIÓN DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN



En general, se constata la preponderancia del acuerdo verbal sobre el contrato escrito. A su vez estos acuerdos (escritos) tienen mayor preponderancia entre las empresas de mayor dimensión (previsiblemente son acuerdos con clientes/cargadores).

FORMALIZACIÓN DE CONTRATOS EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE AUTORIZACIONES



2.8. PARTICIPACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LA EMPRESA

Los acuerdos en exclusividad garantizan por término medio el 90% de la facturación de las empresas frente al 75% garantizado por los acuerdos preferenciales.

La participación de estos acuerdos en la facturación decrece a medida que se incrementa la dimensión de éstas, lo cual es lógico ya que estas empresas no tienen comprometida toda su flota en el cumplimiento de estos acuerdos, trabajando tanto bajo sistemas estables como no estables.

% SOBRE FACTURACIÓN TOTAL DE LOS ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

	TOTAL	COMARCAL	LOCAL	PESADO NACIONAL	INTERNACIONAL
TOTAL	90%	94%	91%	89%	92%
UNA	94%	94%	96%	93%	96%
DE 2 A 5	86%	94%	90%	85%	90%
DE 6 A 20	72%	83%	41%	78%	62%
MAS DE 20	50%	0%	0%	51%	48%

% SOBRE FACTURACIÓN TOTAL DE LOS ACUERDOS PREFERENCIALES

	TOTAL	COMARCAL	LOCAL	PESADO NACIONAL	INTERNACIONAL
TOTAL	75%	80%	84%	72%	73%
UNA	78%	80%	89%	71%	86%
DE 2 A 5	73%	80%	79%	75%	53%
DE 6 A 20	73%	77%	70%	71%	77%
MAS DE 20	65%	0%	0%	63%	85%

2.9. CAPACIDAD EXCEDENTARIA

Independientemente del sistema de comercialización (estable o no), en torno al 70% de las empresas consideran que no podrían realizar un mayor número de kilómetros en carga de los realizados actualmente.

Las empresas de ámbito nacional son las que en mayor medida consideran que podrían realizar más kilómetros en carga, así como las que trabajan bajo acuerdos preferenciales.

Si se comparan estos datos con los que reflejan los retornos en vacío realizados, se observa que en los ámbitos local y comarcal los porcentajes de empresas que consideran que podrían hacer más kilómetros en carga son notablemente inferiores a los porcentajes de empresas que realizan el 100% de retornos en vacío. En cambio, en los ámbitos nacional e internacional, sucede lo contrario, lo que puede interpretarse como una mayor inquietud en los transportes de larga distancia por incrementar la productividad.

% DE EMPRESAS QUE OPINAN QUE PODRÍAN REALIZAR MÁS KM EN CARGA

		EXCLUSIVOS	PREFERENCIALES	NO ESTABLES
TAMAÑO	UNA	28%	32%	27%
	DE 2 A 5	32%	36%	32%
	DE 6 A 20	27%	33%	32%
	MÁS DE 20	23%	42%	33%
	TOTAL	29%	34%	29%
ÁMBITO	COMARCAL	26%	33%	24%
	LOCAL	24%	15%	22%
	PESADO NACIONAL	31%	39%	32%
	INTERNACIONAL	24%	31%	31%

2.10. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN

La subcontratación de otras empresas para atender las demandas de transporte varía notablemente en función del sistema de comercialización con el que operan las empresas, siendo sensiblemente inferior entre las que trabajan bajo acuerdos de exclusividad que entre las que operan con acuerdos preferenciales o sin acuerdos estables. En todo caso, hay que tener presente que, cuando se trata de empresas de una dimensión relativamente grande y que a su vez son agencias de transporte, no siempre consideran como subcontratación su labor de intermediarios.

El 82% de las empresas con acuerdos de exclusividad no utiliza la colaboración de otros transportistas frente al 58% de los que trabajan con acuerdos preferenciales y el 71% bajo sistemas no estables de comercialización.

La ausencia de subcontratación, independientemente del sistema de comercialización con el que trabajan las empresas, es superior entre las de menor dimensión y entre las de ámbito local y comarcal.

La mayor incidencia de la subcontratación se produce entre las empresas de mayor dimensión, en los ámbitos nacional e internacional (por este orden) y en las empresas con acuerdos preferenciales, que cumplen una parte de sus compromisos utilizando este sistema.

Por otra parte la subcontratación por encima del 10% del conjunto de demandas que reciben las empresas es minoritario, representando solamente el 5% de las empresas con acuerdos de exclusividad, el 14% de las que trabajan con acuerdos preferenciales y el 10% sin acuerdos.

**NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN
EMPRESAS CON ACUERDOS EN EXCLUSIVIDAD**

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 20% AL 50%	DEL 50% AL 60%	MÁS DEL 60%
TOTAL	1.260	82%	12%	4%	1%	0%	1%
AUTORIZACIONES							
UNA	858	90%	7%	2%	1%	0%	1%
DE 2 A 5	325	70%	21%	6%	2%	0%	1%
DE 6 A 20	64	52%	36%	9%	2%	2%	0%
MÁS DE 20	13	8%	38%	38%	8%	8%	0%
COMARCAL	118	92%	4%	0%	0%	0%	4%
LOCAL	143	85%	11%	1%	0%	1%	1%
PESADO NACIONAL	823	80%	14%	4%	2%	0%	0%
INTERNACIONAL	176	85%	10%	5%	0%	0%	0%

**NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN
EMPRESAS CON ACUERDOS PREFERENCIALES**

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 20% AL 50%	DEL 50% AL 60%	MÁS DEL 60%
TOTAL	600	58%	29%	9%	4%	0%	1%
AUTORIZACIONES							
UNA	322	72%	23%	3%	1%	0%	1%
DE 2 A 5	200	48%	33%	11%	8%	0%	1%
DE 6 A 20	66	24%	44%	23%	6%	2%	2%
MÁS DE 20	12	17%	33%	25%	17%	8%	0%
COMARCAL	100	69%	27%	2%	0%	0%	2%
LOCAL	82	66%	26%	6%	2%	0%	0%
PESADO NACIONAL	333	51%	31%	11%	6%	1%	1%
INTERNACIONAL	85	61%	25%	11%	4%	0%	0%

**NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN
EMPRESAS SIN ACUERDOS ESTABLES**

	TOTAL	NINGUNO	MENOS DEL 10%	DEL 10% AL 20%	DEL 20% AL 50%	DEL 50% AL 60%	MÁS DEL 60%
TOTAL	794	71%	20%	5%	3%	1%	1%
AUTORIZACIONES							
UNA	471	83%	13%	2%	1%	1%	1%
DE 2 A 5	282	59%	28%	8%	4%	0%	1%
DE 6 A 20	38	26%	34%	16%	18%	3%	3%
MÁS DE 20	3	0%	33%	67%	0%	0%	0%
COMARCAL	156	83%	11%	3%	2%	0%	2%
LOCAL	144	71%	21%	7%	1%	0%	1%
PESADO NACIONAL	373	65%	25%	5%	4%	1%	1%
INTERNACIONAL	121	77%	15%	4%	2%	2%	0%

2.11. PLAZO DE COBRO

El plazo de cobro de las empresas de transporte a partir de la emisión de la factura es similar en todas ellas independientemente del sistema de comercialización con el que trabajan.

Algo más de la mitad de las empresas que trabajan en régimen de exclusividad, el 52%, cobran en un plazo igual o inferior a los 60 días, frente al 43% de las que mantienen acuerdos preferenciales y el 46% que trabaja sin ningún tipo de acuerdo.

A sensu contrario, el 47% de las empresas con régimen de colaboración de exclusividad cobran a 90 o más días, cifra que asciende al 58% en las colaboraciones preferenciales, y un 55% en los que no tienen ningún tipo de acuerdo. Plazo que, en ocasiones, es sobre la fecha de realización de un servicio, pero en otras muchas ocasiones son a fecha de emisión (o inclusive de recepción) de la factura, y con la posibilidad de aplazamientos adicionales si hay fecha fija mensual de pago, cuestión cada día más extendida en las relaciones mercantiles, y, en consecuencia, en el transporte.

En relación con el ámbito geográfico, el plazo de cobro es ligeramente inferior entre las empresas de ámbito nacional e internacional, no observándose diferencias significativas en función del tipo de cliente para el cual trabaja (agencias, empresas cargadoras, etc.).

PLAZO DE COBRO: EMPRESAS CON ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

	TOTAL	CONTADO	30 DÍAS	45 DÍAS	60 DÍAS	75 DÍAS	90 DÍAS	120 DÍAS	180 DÍAS
TOTAL	1.260	1%	24%	6%	21%	2%	35%	10%	2%
AUTORIZACIONES									
UNA	858	1%	25%	7%	21%	2%	34%	10%	2%
DE 2 A 5	325	0%	23%	4%	21%	1%	38%	10%	4%
DE 6 A 20	64	3%	19%	5%	23%	0%	31%	17%	2%
MÁS DE 20	13	0%	8%	0%	38%	0%	38%	0%	15%
COMARCAL	118	1%	45%	1%	8%	4%	28%	9%	4%
LOCAL	143	1%	27%	4%	14%	0%	28%	18%	7%
PESADO NACIONAL	823	1%	20%	5%	24%	2%	38%	9%	1%
INTERNACIONAL	176	2%	22%	13%	24%	0%	30%	7%	3%

PLAZO DE COBRO: EMPRESAS CON ACUERDOS PREFERENCIALES

	TOTAL	CONTADO	30 DÍAS	45 DÍAS	60 DÍAS	75 DÍAS	90 DÍAS	120 DÍAS	180 DÍAS
TOTAL	600	2%	16%	2%	23%	1%	44%	11%	3%
AUTORIZACIONES									
UNA	322	2%	21%	2%	21%	1%	39%	11%	1%
DE 2 A 5	200	1%	11%	2%	22%	1%	49%	10%	5%
DE 6 A 20	66	0%	9%	0%	26%	0%	52%	11%	3%
MÁS DE 20	12	0%	0%	0%	50%	0%	50%	0%	0%
COMARCAL	100	1%	21%	0%	23%	3%	30%	13%	6%
LOCAL	82	2%	22%	0%	13%	0%	41%	17%	4%
PESADO NACIONAL	333	2%	14%	2%	26%	1%	45%	9%	2%
INTERNACIONAL	85	0%	14%	4%	16%	0%	58%	7%	1%

PLAZO DE COBRO: EMPRESAS SIN ACUERDOS ESTABLES

	TOTAL	CONTADO	30 DÍAS	45 DÍAS	60 DÍAS	75 DÍAS	90 DÍAS	120 DÍAS	180 DÍAS
TOTAL	794	4%	17%	3%	22%	36%	13%	5%	1%
AUTORIZACIONES									
UNA	471	4%	17%	3%	23%	31%	15%	4%	1%
DE 2 A 5	282	3%	15%	3%	21%	43%	9%	5%	2%
DE 6 A 20	38	3%	24%	0%	18%	45%	8%	3%	0%
MÁS DE 20	3	0%	0%	0%	0%	33%	33%	33%	0%
COMARCAL	156	7%	22%	0%	17%	31%	15%	7%	1%
LOCAL	144	1%	23%	5%	13%	31%	17%	9%	2%
PESADO NACIONAL	373	4%	13%	2%	27%	38%	12%	3%	1%
INTERNACIONAL	121	2%	15%	3%	25%	44%	8%	2%	2%

2.12. VALORACIÓN DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

La valoración realizada por las empresas varía sensiblemente en función de la estabilidad del sistema de comercialización utilizado.

Así tenemos que en torno al 60% de las empresas con sistemas estables de comercialización, consideran bueno o muy bueno su sistema de obtención de cargas, frente al 52% de las empresas si acuerdos estables.

Las empresas que mejor valoración realizan (se considera una valoración de 1 a 5, siendo la cifra más alta la que indica mejor valoración) son las que trabajan bajo acuerdos de exclusividad (valoración media 3,61 puntos) seguido por las que mantienen acuerdos preferenciales (3,57 puntos). La valoración media de las empresas sin acuerdos estables se sitúa en 3,42 puntos, y es éste sistema al que un mayor porcentaje de empresas (12%) califican de malo o muy malo.

Por otra parte, independientemente del sistema de comercialización utilizado, las empresas de mayor dimensión son las que mejor valoran sus métodos de obtención de cargas.

En lo relativo a ámbitos geográficos, se observa que en general es en el ámbito internacional donde peor valoración obtienen los sistemas de comercialización, hecho sin duda ligado a la dificultad de tener redes comerciales en el exterior.

Respecto a los resultados obtenidos en 1999, hay un ligero descenso de la valoración realizada prácticamente en todos los ámbitos de trabajo y sistemas de comercialización.

Al margen de lo anterior y en base, a lo detectado en las entrevistas realizadas, esta valoración positiva de los sistemas de obtención de cargas utilizadas en el caso de las pequeñas y medianas empresas lleva implícito un cierto grado de conformismo y reconocimiento de la imposibilidad o incapacidad para acceder a otras formulas de comercialización distintas a las utilizadas actualmente.

EMPRESAS CON ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

	TOTAL	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	MEDIA
TOTAL	1.260	7%	57%	27%	7%	1%	3,61%
AUTORIZACIONES							
UNA	858	7%	58%	27%	7%	1%	3,63%
DE 2 A 5	325	5%	54%	29%	9%	3%	3,50%
DE 6 A 20	64	9%	63%	23%	5%	0%	3,77%
MÁS DE 20	13	15%	77%	8%	0%	0%	4,08%
COMARCAL	118	15%	51%	25%	6%	3%	3,70%
LOCAL	143	2%	65%	24%	8%	1%	3,54%
PESADO NACIONAL	823	7%	58%	27%	6%	1%	3,64%
INTERNACIONAL	176	5%	51%	30%	11%	3%	3,44%

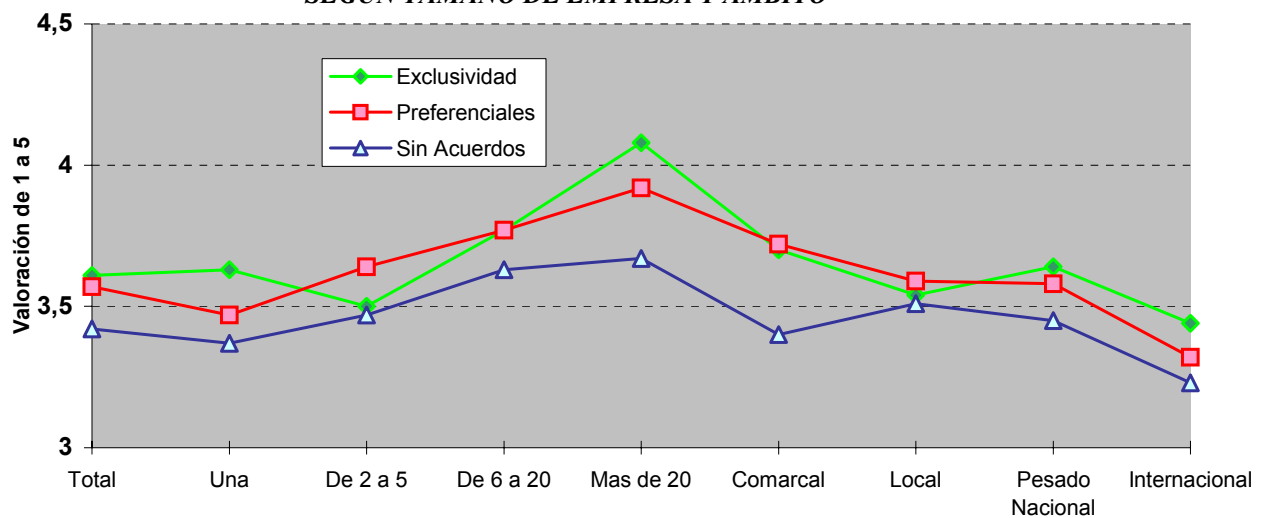
EMPRESAS CON ACUERDOS PREFERENCIALES

	TOTAL	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	NS/NC	MEDIA
TOTAL	600	6%	54%	33%	7%	1%	0%	3,57%
AUTORIZACIONES								
UNA	322	4%	49%	38%	8%	1%	0%	3,47%
DE 2 A 5	200	8%	54%	32%	6%	0%	1%	3,64%
DE 6 A 20	66	6%	70%	20%	5%	0%	0%	3,77%
MÁS DE 20	12	0%	92%	8%	0%	0%	0%	3,92%
COMARCAL	100	6%	62%	30%	2%	0%	0%	3,72%
LOCAL	82	7%	52%	33%	6%	1%	0%	3,59%
PESADO NACIONAL	333	6%	55%	31%	7%	1%	0%	3,58%
INTERNACIONAL	85	4%	38%	46%	13%	0%	0%	3,32%

EMPRESAS SIN ACUERDOS ESTABLES

	TOTAL	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	MEDIA
TOTAL	794	3%	49%	35%	11%	1%	3%
AUTORIZACIONES							
UNA	471	3%	46%	37%	13%	1%	3%
DE 2 A 5	282	4%	53%	32%	10%	2%	3%
DE 6 A 20	38	3%	58%	39%	0%	0%	4%
MÁS DE 20	3	0%	67%	33%	0%	0%	4%
COMARCAL	156	6%	43%	36%	13%	1%	3%
LOCAL	144	2%	53%	39%	6%	0%	4%
PESADO NACIONAL	373	3%	53%	33%	10%	1%	3%
INTERNACIONAL	121	2%	43%	36%	17%	3%	3%

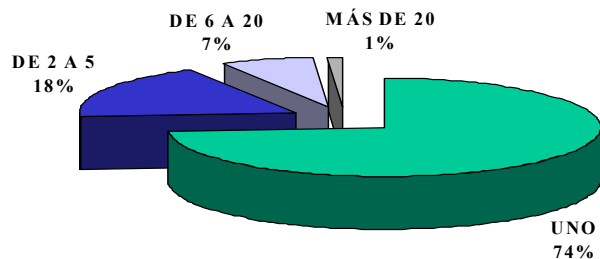
VALORACIÓN POR LAS EMPRESAS DE SUS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA Y ÁMBITO



3. OPERADORES DE TRANSPORTE

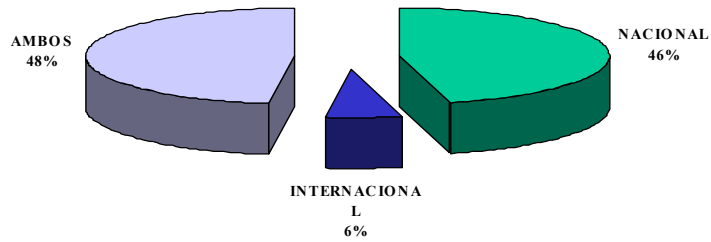
Con carácter previo, señalar que del conjunto de Agencias encuestadas, una gran mayoría, el 74%, tenían un solo centro, el 18% de 2 a 5 centros, y sólo el 8% disponían de 6 o más centros.

DISTRIBUCIÓN DE AGENCIAS EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE CENTROS



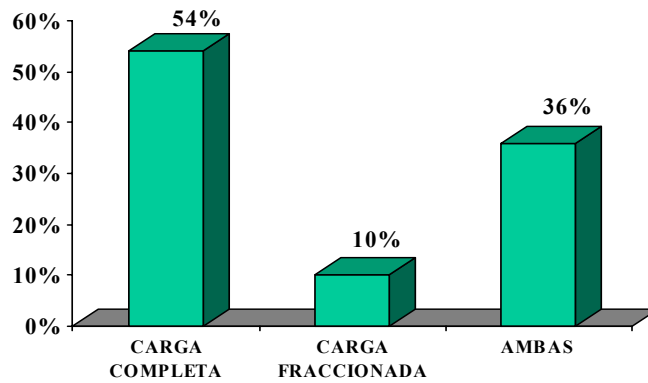
El 48% de las agencias operan en dos ámbitos (nacional e internacional), frente al 46% sólo en el nacional y el 6% únicamente en el internacional.

DISTRIBUCIÓN DE AGENCIAS EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO DE TRABAJO



La mayor parte de las agencias, el 54%, trabajan exclusivamente en carga completa, el 10% en carga fraccionada y el 36% ambos tipos de carga.

DISTRIBUCIÓN DE AGENCIAS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE TRANSPORTE REALIZADO



3.1. ACUERDOS PREFERENCIALES CON CLIENTES

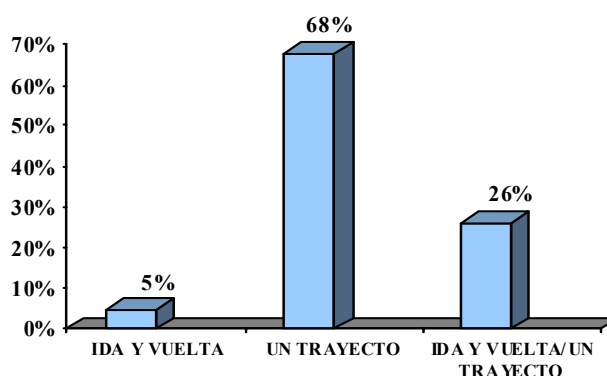
Algo más de la mitad de las agencias (el 54%) mantiene acuerdos preferenciales con sus clientes, siendo las de mayor dimensión las que en mayor medida trabajan bajo este tipo de acuerdos.

	CON ACUERDOS	SIN ACUERDOS
NUMERO DE CENTROS		
UNO	54%	46%
DE 2 A 5	68%	32%
DE 6 A 20	62%	38%
MAS DE 20	57%	43%
AMBITO DE TRABAJO		
NACIONAL	55%	45%
INTERNACIONAL	56%	44%
NACIONAL/INTERNACIONAL	60%	40%

La participación media de las empresas con las que mantienen acuerdos preferenciales en la cartera de clientes de las agencias es el 57,6%.

Estos acuerdos garantizan a las agencias fundamentalmente un solo trayecto (para el 68% de las agencias). Siempre ida y vuelta solamente el 5%.

TRAYECTOS GARANTIZADOS MEDIANTE LOS ACUERDOS PREFERENCIALES

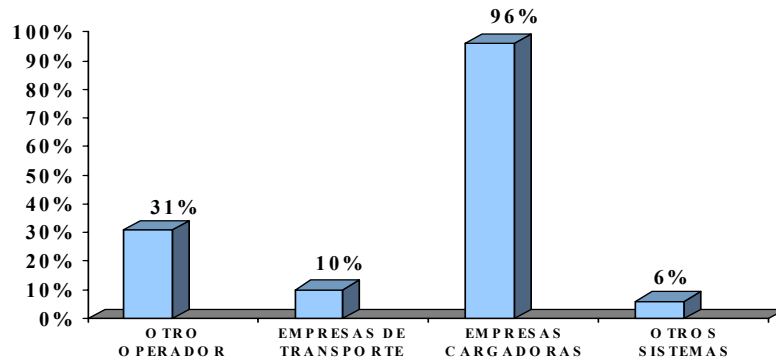


3.2. TIPO DE CLIENTES

Prácticamente la totalidad de las agencias trabaja con empresas cargadoras (el 96%) destacando a su vez la colaboración con otros operadores (31%).

El resto de clientes son de carácter minoritario destacando entre los mismos las empresas de transporte (10%).

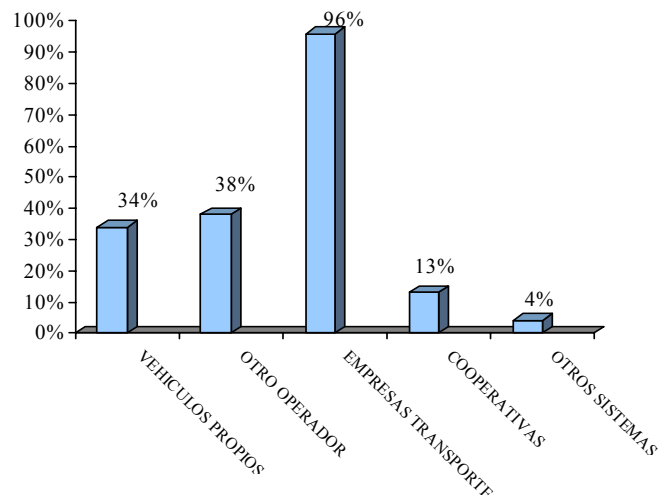
DISTRIBUCIÓN DE AGENCIAS POR TIPO DE CLIENTE



3.3. TIPO DE PROVEEDORES

Los proveedores con los cuales trabajan las agencias de transporte para la realización de los portes son los siguientes:

DISTRIBUCIÓN DE AGENCIAS POR TIPO DE PROVEEDOR



Al margen de las empresas de transporte (96%) y de la colaboración con otros operadores (38%), el 34% de las agencias realiza conjuntamente las dos actividades (agencia/transportista) por lo que dispone de vehículos propios para atender (toda o parte) su demanda de transporte. Es una cifra que muestra una especialización de actividad (sólo agencia el 66%).

TIPO DE PROVEEDORES

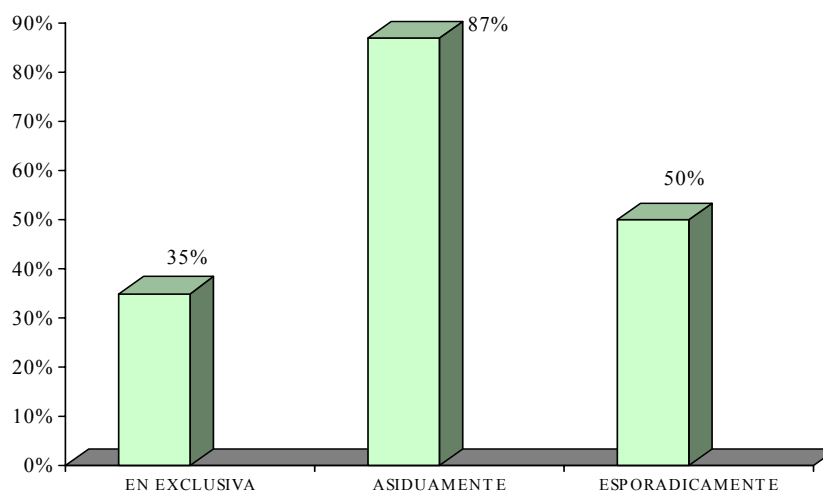
	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
VEHÍCULOS PROPIOS	34%	31%	46%	38%	29%
OTROS OPERADORES	38%	40%	35%	27%	29%
EMPRESAS DE TRANSPORTE	96%	94%	99%	100%	100%
COOPERATIVAS	13%	15%	10%	8%	29%
OTROS SISTEMAS	4%	3%	2%	0%	0%

Por otra parte las cooperativas y otros sistemas ocupan una posición marginal dentro del conjunto de proveedores de las agencias.

3.4. LA EXCLUSIVIDAD DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE

Las agencias combinan para el desarrollo de su actividad proveedores con distinto grado de habitualidad. Mayoritariamente, el 87% trabajan asiduamente con determinados proveedores, reduciéndose las que trabajan con algún proveedor en exclusiva al 35%.

REGIMEN DE TRABAJO DE LAS AGENCIAS CON SUS PROVEEDORES



Como hemos visto las empresas combinan para el desarrollo de su actividad proveedores con distinta grado de asiduidad. Si aislamos cada uno de los segmentos se observa lo siguiente:

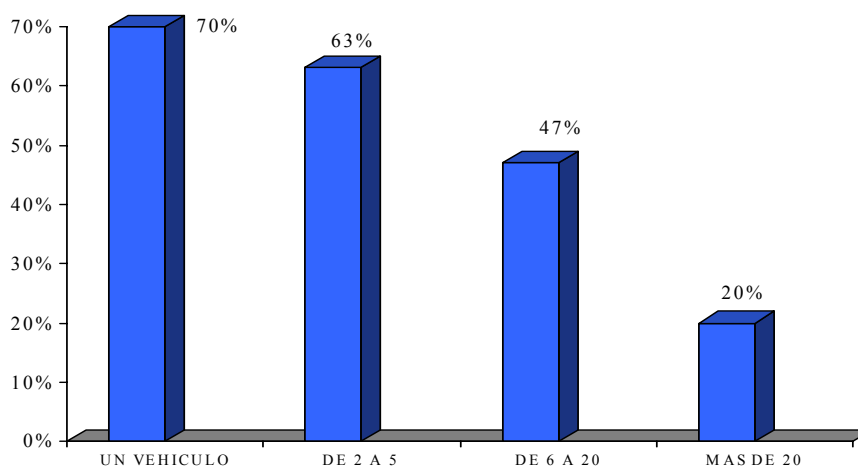
PROVEEDORES	% AGENCIAS
SÓLO EN EXCLUSIVIDAD	4,33%
SÓLO ASIDUOS	34,61%
SÓLO ESPORÁDICOS	0,51%
EXCLUSIVOS Y ASIDUOS	10,94%
EXCLUSIVOS Y ESPORÁDICOS	7,89%
ASIDUOS Y ESPORÁDICOS	30,03%
LOS TRES	11,70%

Las agencias que trabajan solo con proveedores en exclusividad solamente representan el 4% del sector, destacando aquellas que trabajan siempre con los mismos proveedores de forma habitual (34,61%) y las que combinan proveedores asiduos con esporádicos (30%).

3.5. CARACTERIZACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE

Independientemente de la asiduidad con la que trabajan los proveedores (transportistas) para las agencias, éstos son mayoritariamente autónomos y empresas de pequeña dimensión. Lo cual se debe tanto a la muy pequeña capacidad comercial de este tipo de empresas artesanales, que las lleva a una suerte de “outsourcing” comercial en otros operadores del sector (agencias y empresas mayores), en especial en los ámbitos geográficos de mayor dimensión (nacional e internacional), de acuerdo con lo expuesto al principio de estas conclusiones, como posiblemente a la preferencia de las propias agencias a buscar transportistas de pequeña dimensión, que no les suponga un potencial competidor cara a sus cargadores en un momento dado.

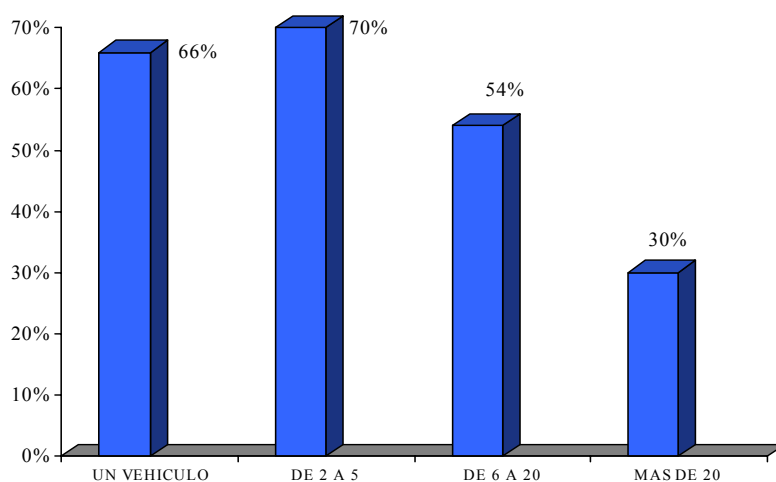
DISTRIBUCION DE LAS AGENCIAS EN FUNCION DE LA DIMENSION DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE CON LOSQUE TRABAJAN EN EXCLUSIVA O CON ASIDUIDAD



En relación a los exclusivos o asiduos, estos son para el 70% de las agencias, autónomos de un vehículo, y para el 63%, empresas de 2 a 5 vehículos, frente al 47% que trabajan con empresas de 6 a 20 vehículos (se señala que una misma agencia puede tener relaciones de este tipo con transportistas de los diferentes tamaños señalados, lo cual supone que el conjunto de los porcentajes citados sumen más del 100%).

Respecto a los esporádicos, el 66% de las agencias trabaja con autónomos de un vehículo, el 70% con empresas de 2 a 5 vehículos y el 54% con empresas de 6 a 20 vehículos.

DISTRIBUCION DE LAS AGENCIAS EN FUNCION DE LA DIMENSION DE LOS PROVEEDORES DE TRANSPORTE CON LOS QUE TRABAJAN DE FORMA ESPORADICA



La participación media de los proveedores en función de su tamaño en la cartera de las agencias que trabajan con los mismos es la siguiente:

AGENCIAS QUE TRABAJAN CON EMPRESAS DE:	ASIDUAMENTE	ESPORADICAMENTE
1 vehiculo	61%	55%
2 a 5 vehiculos	42%	42%
6 a 20 vehiculos	47%	43%

De acuerdo de nuevo con lo antes expuesto, en general existe una correlación creciente entre la colaboración más estable agencias/transportistas (exclusivo o asiduo) con el menor tamaño de la empresa de transportes.

3.6. POLÍTICA DE RETORNOS

Más de la mitad de las agencias (el 55%) facilita normalmente los retornos a sus proveedores habituales de transporte (de ellas, el 23% siempre), frente al 30% que nunca facilita retornos.

¿FACILITA RETORNOS A PROVEEDORES HABITUALES?

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
SIEMPRE	23%	22%	21%	42%	0%
HABITUALMENTE	32%	30%	43%	31%	29%
CASI NUNCA	14%	13%	16%	15%	43%
NUNCA	30%	34%	20%	12%	29%
NS/NC	1%	2%	0%	0%	0%

En el caso de las agencias que suelen facilitar retornos a sus proveedores, casi el 80% de ellas, aunque su cliente no le garantice más que un trayecto, suelen no obstante en alguna medida conseguir retornos para sus proveedores de transporte.

Las agencias de mayor dimensión son las que en mayor medida facilitan retornos debido a la red de delegaciones de que disponen.

En cuanto a la triangulación, solamente el 5% de las agencias oferta con habitualidad este sistema, si bien el 30% la facilita en cierta medida a sus proveedores y el 65% sólo facilita el retorno.

¿OFERTA TRIANGULACIÓN O SÓLO RETORNO?

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
OFERTO TRIANGULACIÓN	5%	4%	7%	9%	0%
SÓLO EL RETORNO	65%	68%	59%	52%	80%
A VECES TRIANGULACIÓN, A VECES RETORNO	30%	28%	32%	39%	20%

Por último, y en relación con el precio de los retornos suministrados por las agencias, solamente el 33% de las agencias declaran que habitualmente el precio de los retornos es inferior a los trayectos de ida (el 11% dice que siempre), contra un 44% que dice que esta diferenciación en precios no la practica nunca, y el 23% casi nunca.

3.7. FACTURACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS TRABAJOS REALIZADOS CON PROVEEDORES EN EXCLUSIVIDAD

La participación media de la facturación correspondiente a los proveedores que trabajan en exclusividad en la facturación total de la agencia es el 59% decreciendo ligeramente a medida que se incrementa el tamaño de las mismas.

Sin embargo, se observa que en las agencias de mayor dimensión (más de 20 centros), el nivel de proveedores de muy baja facturación es nulo, lo cual muestra un grado de “exclusividad” más intenso en este tipo de relación, con un claro sesgo hacia una dedicación muy intensa de lo transportistas hacia este tipo de estructuras comerciales.

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
MENOS DEL 10%	5%	4%	7%	8%	0%
DEL 10% AL 20%	9%	7%	15%	15%	0%
DEL 21% AL 50%	31%	35%	15%	38%	40%
DEL 51% AL 75%	26%	25%	33%	23%	20%
MÁS DEL 75%	31%	32%	33%	23%	40%
MEDIA	59%	60%	60%	55%	56%

3.8. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS CONTRATOS EN EXCLUSIVIDAD CON LOS PROVEEDORES

Más de la mitad (61%) de las agencias que trabajan con proveedores en exclusividad, lo llevan haciendo de esa manera desde hace más de 5 años, representando menos del 4% las que se han incorporado en los 2 últimos años a este tipo de relación.

ANTIGÜEDAD DE LOS CONTRATOS

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
MENOS DE UN AÑO	2%	1%	7%	0%	0%
UNO	2%	1%	4%	8%	0%
DOS	7%	8%	7%	0%	20%
TRES	1%	0%	4%	0%	20%
CUATRO	4%	4%	4%	8%	0%
CINCO	6%	7%	7%	0%	0%
MÁS DE CINCO	61%	62%	56%	69%	40%
NS/NC	16%	17%	12%	15%	20%

En cuanto a la duración de los contratos (tabla siguiente), para el 68% de las agencias, estos acuerdos son de duración indeterminada. Solamente el 11% realiza acuerdos anuales. Previsiblemente se trata de acuerdos de renovación tácita (o más bien de prolongación tácita) entre ambas partes, salvo ruptura por parte de una de ellas.

En cuanto al tipo de contratos, éstos son mayoritariamente de carácter verbal (68% de las agencias). Por tanto, en esos casos se trata de acuerdos no formalizados entre las partes. Solamente el 32% formaliza sus contratos por escrito, aumentando esta modalidad entre las agencias de mayor dimensión.

DURACIÓN DE LOS CONTRATOS

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
MENOS DE UN AÑO	7%	8%	7%	0%	0%
UNO	11%	11%	4%	15%	40%
DOS	1%	1%			
CINCO	1%		4%		
INDETERMINADO	68%	68%	63%	77%	60%
NS/NC	13%	12%	22%	8%	

3.9. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN O COLABORACIÓN CON OTROS OPERADORES

El 58% de las agencias no utiliza la colaboración de otros operadores para atender las demandas de transporte de sus clientes.

En cuanto a las agencias que utilizan la subcontratación, ésta no supone más del 20% de sus demandas de transporte para el 37% del conjunto de las agencias.

Por otra parte las agencias de mayor dimensión, son las que en menor medida subcontratan a otros operadores de transporte, dada su propia capacidad empresarial. Son las pequeñas agencias las que en unos porcentajes tampoco muy significativos (menos del 20% de ellas subcontratan más del 10% a otros operadores) acuden a figuras como ellas para realizar sus servicios. Ésta es una consideración que viene a poner de manifiesto la escasa entidad de redes comerciales de agencias (de propietarios diferentes) existente en los momentos actuales.

NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
NINGUNO	58%	56%	59%	62%	71%
MENOS DEL 10%	23%	25%	15%	19%	29%
ENTRE EL 10% Y EL 20%	14%	14%	15%	15%	0%
ENTRE EL 20% Y EL 50%	4%	4%	6%	0%	0%
ENTRE EL 50% Y EL 60%	1%	0%	1%	4%	0%
MÁS DEL 60%	1%	0%	1%	0%	0%
NS/NC	1%	0%	1%	0%	0%

3.10. PLAZO DE PAGO A LOS PROVEEDORES

El 73% de las agencias declara realizar el pago a sus proveedores en un plazo igual o inferior a 60 días a partir de la emisión de la factura y entre 60 y 90 días el 25%. Se concreta en el 27% el pago a 90 o más días.

Por otra parte el plazo de pago es parecido en función del tamaño de la agencia, e inferior en función de la asiduidad o no de los proveedores de transporte, siendo inferior en el caso de los proveedores habituales.

PLAZO DE PAGO A PROVEEDORES

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
AL CONTADO	2%	2%	1%	0%	0%
30 DÍAS	32%	32%	31%	35%	0%
45 DÍAS	2%	2%	1%	8%	0%
60 DÍAS	37%	37%	35%	38%	71%
75 DÍAS	1%	1%	0%	0%	0%
90 DÍAS	24%	24%	28%	15%	29%
120 DÍAS	3%	2%	3%	4%	0%

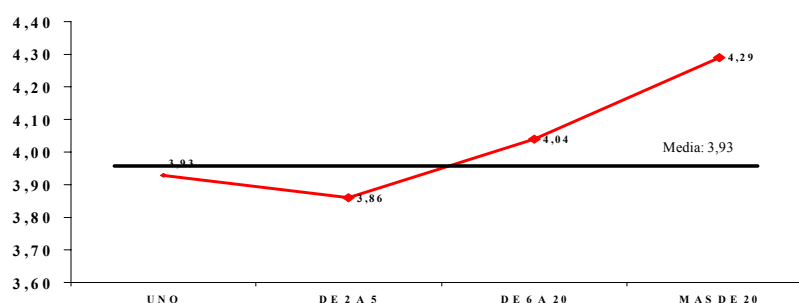
3.11. VALORACIÓN DEL SISTEMA DE OBTENCIÓN DE CARGAS

La valoración realizada por las agencias es muy buena. El 81% considera que su sistema de comercialización es bueno o muy bueno, frente al 2% que lo considera malo, incrementándose esta valoración positiva, tal y como se muestra en el siguiente gráfico entre las agencias de mayor dimensión.

	TOTAL	NÚMERO DE CENTROS			
		UNO	DE 2 A 5	DE 6 A 20	MÁS DE 20
MUY BUENA	15%	16%	11%	12%	29%
BUENA	66%	64%	69%	81%	71%
REGULAR	17%	19%	15%	8%	0%
MALA	1%	1%	3%	0%	0%
MUY MALA	1%	1%	1%	0%	0%
Media	3,93%	3,93%	3,86%	4,04%	4,29%

La valoración media realizada por las agencias es muy buena (3,93 puntos sobre 5 de máxima), siendo superior entre las agencias de mayor dimensión (por encima de los 4 puntos). Se entiende que las mayores agencias son las dotadas de mejor capacidad de gestión, y, en consecuencia, valoran más el nivel que han alcanzado.

**VALORACION MEDIA DEL SISTEMA DE OBTENCION DE CARGAS
EN FUNCION DE LA DIMENSION DE LAS AGNECIAS**

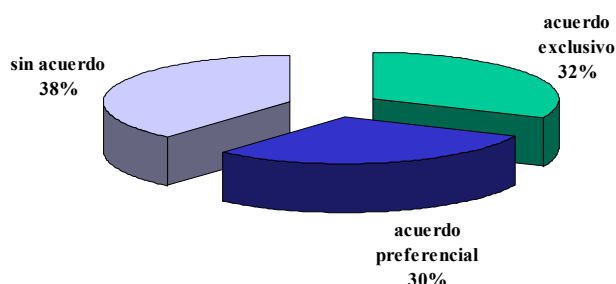


4. TRANSPORTE PÚBLICO CON VEHÍCULOS LIGEROS

4.1. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

El 62% de las empresas analizadas trabajan bajo sistemas estables de comercialización, el 32% a través de acuerdos exclusivos y el 30% preferenciales.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS EN FUNCION DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION



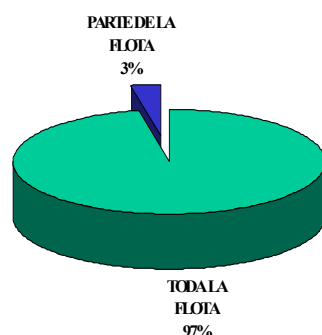
Si analizamos los sistemas de comercialización utilizados en función del número de autorizaciones, se observa lo siguiente:

	AUTORIZACIONES			
	TOTAL	UNA	DE 2 A 5	MAS DE 6
TOTAL	661	495	150	16
ACUERDO EXCLUSIVO	32%	31%	37%	25%
ACUERDO PREFERENCIAL	30%	29%	28%	63%
SIN ACUERDO	39%	40%	35%	13%

A medida que aumenta el tamaño de las empresas (número de autorizaciones), se incrementa el número de las mismas que trabajan bajo sistemas estables de comercialización (el 88% de las empresas de más de seis autorizaciones, trabajan en regímenes estables de comercialización).

Por otro lado, respecto a las empresas que trabajan en régimen de exclusividad, prácticamente la totalidad de las mismas (97%), tienen comprometida toda su flota para el cumplimiento de estos acuerdos.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS EN FUNCIÓN DE LA FLOTA COMPROMETIDA EN LOS ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD



4.2. TIPO DE CLIENTE

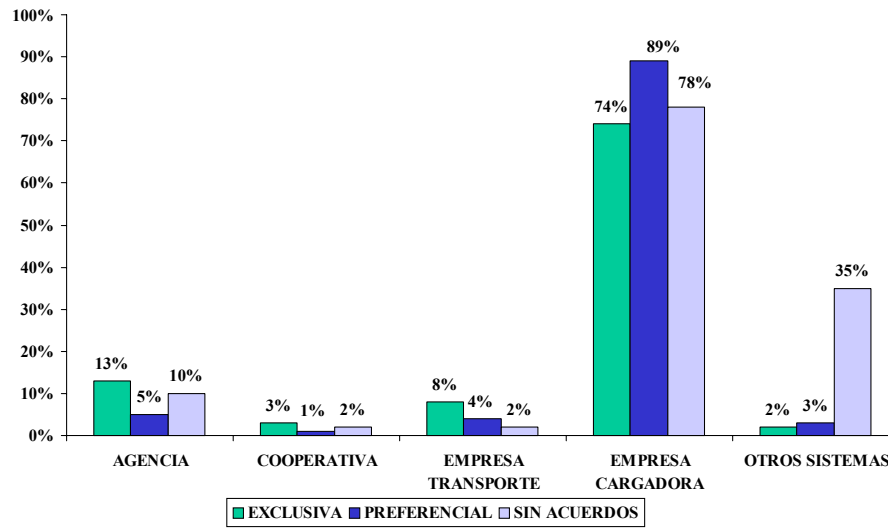
La distribución de empresas de transporte en función de los tipos de clientes con los cuales trabajan es la siguiente:

	TOTAL	EXCLUSIVOS	PREFERENCIALES	SIN ACUERDOS
TOTAL	661	211	195	255
OPERADOR DE TRANSPORTE	10%	13%	5%	10%
COOPERATIVA	2%	3%	1%	2%
OTRA EMPRESAS DE TRANSPORTES	4%	8%	4%	2%
EMPRESAS CARGADORAS	80%	74%	89%	78%
OTROS SISTEMAS	16%	2%	3%	35%

A nivel global, el 80% de las empresas de transporte ligero trabajan directamente con empresas cargadoras, el 10% con agencias de transporte y el 4% para otras empresas de transporte. Destacan otros sistemas (bolsas de carga, redes informales, sociedades de comercialización etc.) utilizados por el 16%.

Existen pequeñas variaciones en los porcentajes de cada tipología de cliente en función de la estabilidad de los sistemas de comercialización utilizados por las empresas, si bien entre aquéllas que trabajan sin acuerdos estables destaca de manera significativa la utilización de otros sistemas (bolsas de carga, redes informales, asociaciones, etc.).

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS EN FUNCION DEL TIPO DE CLIENTE Y DE LA ESTABILIDAD DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION

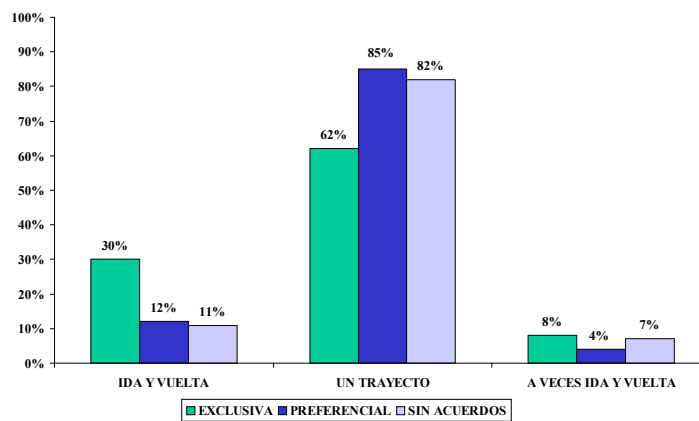


4.3. TRAYECTOS GARANTIZADOS POR LOS CONTRATOS

A nivel total, sólo garantizan la ida y la vuelta al 18% de las empresas, solo un trayecto al 76%, garantizando a veces uno u otro de los dos trayectos al 6%.

En general, el transporte en vehículo ligero es estructuralmente de un solo sentido, siendo poco significativos los retornos en carga.

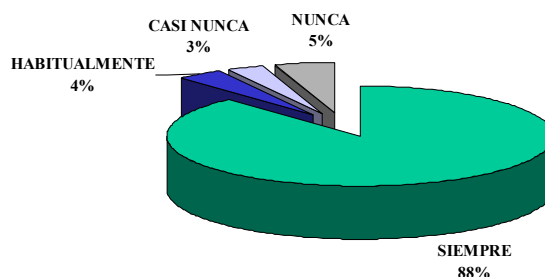
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS EN FUNCION DEL TRAYECTO GARANTIZADO POR EL CLIENTE Y DE LA ESTABILIDAD DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION



4.4. POLÍTICA DE RETORNOS

INCIDENCIA EN EL PRECIO DE LA CONTRATACIÓN DE UN VIAJE CON RETORNO ASEGURADO:

EN LA CONTRATACION DEL VIAJE DE IDA, ¿ES IGUAL EL PRECIO CON INDEPENDENCIA DE QUE SE TENGA ASEGURADO EL RETORNO O NO?



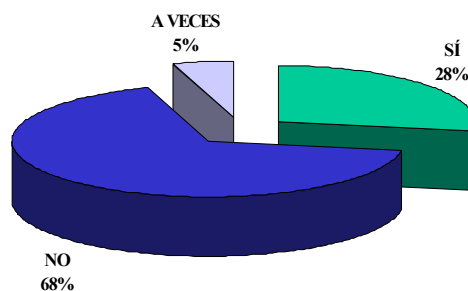
Solamente el 12% de las empresas reconoce diferencias de precio en la contratación de un viaje de ida con el retorno asegurado. El 8% afirma que nunca o casi nunca es igual.

Las empresas que trabajan en exclusividad son las que en menor medida reconocen este aspecto, el 93% declara que el precio es igual independientemente de la garantía del retorno, frente a un 85% de las que trabajan bajo condiciones preferenciales o sin acuerdos.

Estas cifras confirman que este tipo de vehículos suelen realizar un trayecto en carga, y generalmente su retorno en vacío. Por tanto, esta última circunstancia, carece de influencia en general en la fijación del precio del primer viaje.

INCIDENCIA DE LA PLAZA DE DESTINO EN LA CONTRATACIÓN DE VIAJES

¿DESCARTA LA CONTRATACIÓN DE VIAJES EN FUNCION DE LA PLAZA DE DESTINO?

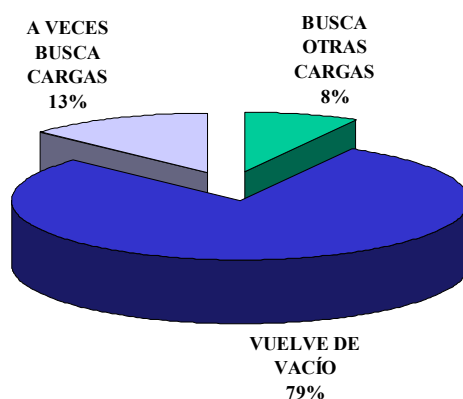


El 28% de las empresas analizadas declara descartar viajes en función de la plaza de destino, frente al 68% que no realiza esta práctica y el 5% que declara seguirla a veces.

Es entre las empresas sin acuerdos estables de comercialización entre las que en mayor medida se produce este hecho (35%), frente al 30% de las que trabajan en exclusividad o bajo condiciones preferentes.

ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE LOS RETORNOS

¿BUSCA OTRAS CARGAS O VUELVE DE VACÍO?

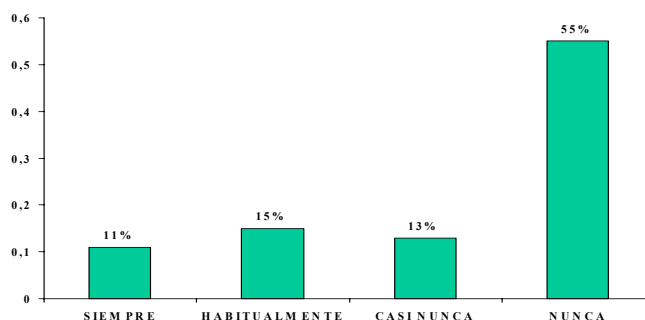


El 79% de las empresas declara volver en vacío, frente al 21% que busca cargas con independencia de que siempre las encuentre o no.

El retorno en vacío se produce en mayor medida entre las empresas que trabajan sin acuerdos estables de comercialización (82% siempre vuelve de vacío), reduciéndose entre las que operan bajo acuerdos de exclusividad o con condiciones preferenciales (78% y 76% respectivamente).

Estas cifras confirman el sistema de explotación de los vehículos ligeros al que se ha hecho referencia en apartados anteriores, en el sentido de que los servicios se comercializan “de facto” como ciclos de ida y vuelta, aunque en la inmensa mayoría de los casos (el 79% obtenido) los denominados retornos lo son en vacío sin siquiera buscar retornos en carga.

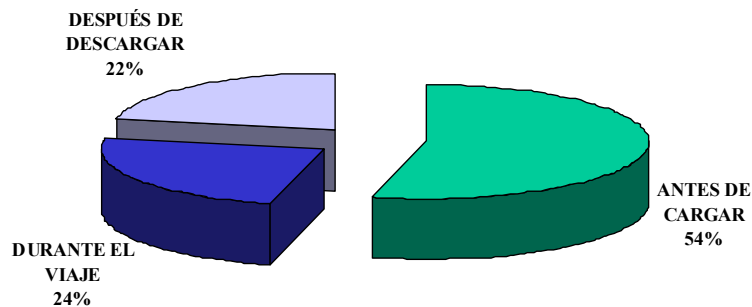
¿REALIZA VIAJES DE RETORNO APLICANDO PRECIOS INFERIORES A LOS DE IDA?



La mayor parte de las empresas (68%) declara no realizar nunca o casi nunca retornos aun precio inferior a los de ida, realizándolos con mayor o menor habitualidad el 26%. Los datos de apartados anteriores indican que, al realizarse los retornos en vacío en un alto porcentaje, y ni siquiera buscar retornos en un alto grado de casos, hace que esta respuesta deba ser matizada en el concepto de nuevo de contratación de los viajes como ciclos de ida y vuelta, se hagan éstas últimas en carga o en vacío.

Las empresas que trabajan sin acuerdos estables de comercialización son las que en mayor medida realizan descuentos en el precio del viaje de retorno (36%), reduciéndose entre las que operan bajo condiciones preferentes al 22% y entre las que trabajan con acuerdos de exclusividad al 18%.

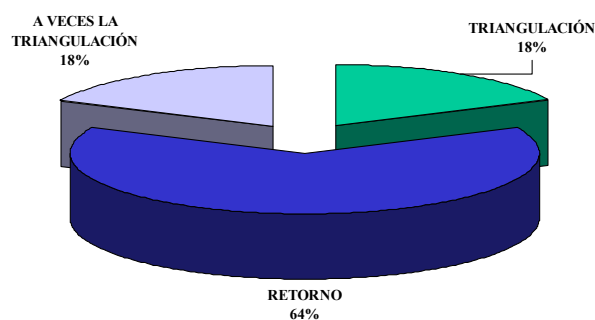
MOMENTO DE CONTRATACIÓN DE LOS RETORNOS



Más de la mitad de las empresas entrevistadas (54%) contrata el retorno antes de cargar (contratación de viaje/ciclo), el 24% durante el viaje y el 22% después de descargar.

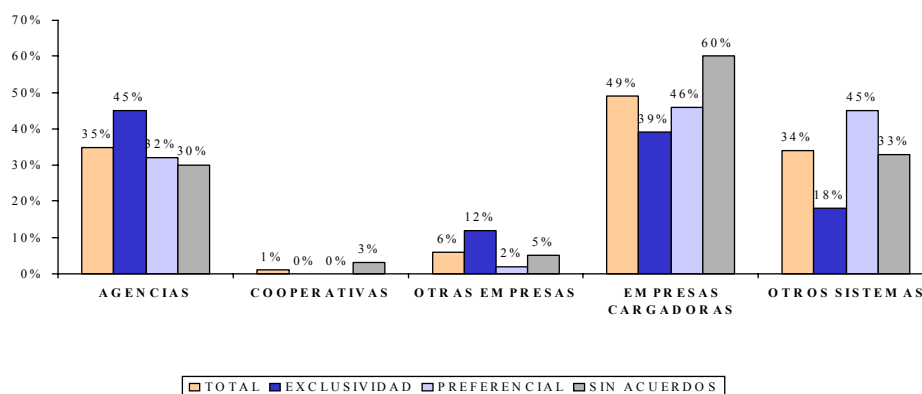
Las empresas de mayor dimensión son las que en mayor medida, contratan los retornos antes de cargar y durante el viaje.

¿CONSIDERA LA TRIANGULACIÓN O SÓLO EL RETORNO?



Las empresas que con mayor o menor habitualidad tienen en cuenta la triangulación representan el 36%, frente al 64% que solo considera el retorno.

TIPO DE CLIENTE PARA LOS RETORNOS



La contratación de cargas de retorno por parte de las empresas de transporte ligero se realiza fundamentalmente a través de empresas cargadoras (49%), agencias de transporte (35%) y otros sistemas (bolsas de carga, redes informales etc.) utilizados por el 34% de las empresas.

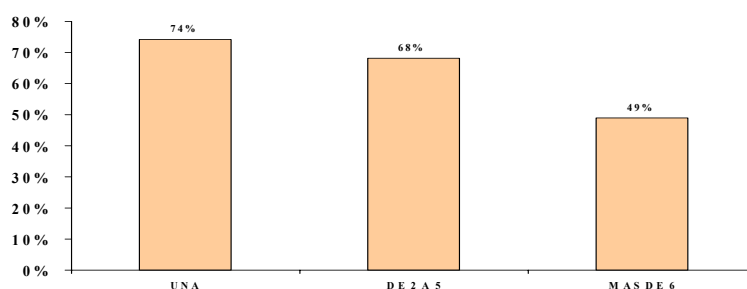
La participación de estos clientes en la cartera de las empresas varía significativamente en función del sistema de comercialización bajo el que trabajan las empresas. Así tenemos que entre las empresas que operan con contratos de exclusividad, aumenta la contratación de cargas a través de agencias de transporte (45%), previsiblemente en trabajos de recogida y distribución física de operadores logísticos o empresas de carga fraccionada, disminuyendo la obtención de retornos directamente de fabricantes (39%) y por medio de otros sistemas (18%).

4.5. RETORNOS EN VACÍO

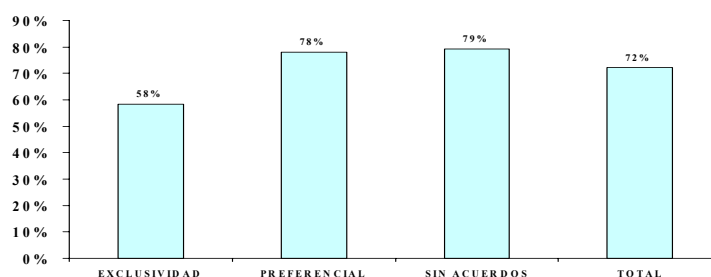
El 18% de las empresas no realiza ningún retorno en vacío, frente al 60% que vuelve en vacío siempre (cifras que deben contemplarse en el contexto ya expuesto de este tipo de transporte, y que complementan a las anteriores, mostrando alguna discordancia con alguna de ellas).

La media de retornos en vacío por empresa es el 72,2%, por encima de este valor se sitúan las empresas con una autorización (74,13%) y las que trabajan con condiciones preferenciales (77,98%) y sin acuerdos estables (79,28%).

MEDIA DE RETORNOS EN VACIO POR EMPRESA EN FUNCIÓN DEL N° DE AUTORIZACIONES



MEDIA DE RETORNOS EN VACIO POR EMPRESA EN FUNCIÓN DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN



4.6. ANTIGÜEDAD Y DURACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN

ANTIGÜEDAD DE LOS ACUERDOS

AÑOS TRABAJA BAJO ESTA MODALIDAD	EXCLUSIVOS	PREFERENCIALES
MENOS DE 1 AÑO	3%	0%
UNO	2%	3%
DOS	3%	7%
TRES	4%	7%
CUATRO	7%	5%
CINCO	9%	8%
MAS DE CINCO	72%	71%
NS/NC	1%	1%

En torno al 70% de las empresas vienen trabajando bajo sistemas estables de comercialización desde hace más de 5 años, y entre uno y cinco años el 25% de las

empresas que operan con acuerdos de exclusividad, y el 30% con condiciones preferenciales. Por otra parte han suscrito acuerdos de exclusividad durante el último año el 3% de las mismas.

La antigüedad media de los acuerdos en exclusividad es ligeramente superior a los preferentes 13 años frente a 12.

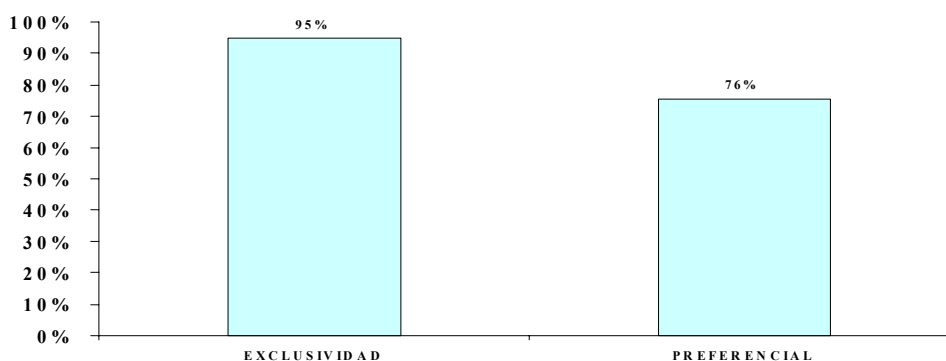
En cuanto a la duración de los acuerdos estables de comercialización, algo más del 80% de las empresas mantienen acuerdos con un plazo de duración indeterminada.

4.7. PARTICIPACIÓN DE LOS ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LA EMPRESA

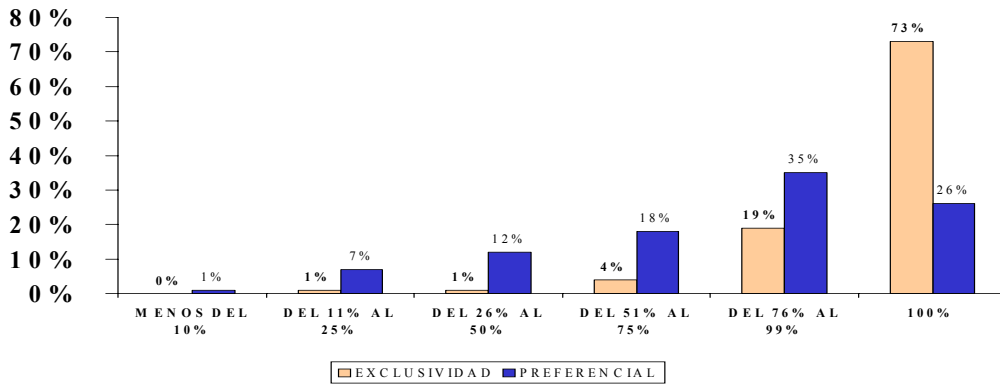
Los trabajos realizados en exclusividad suponen por término medio el 95% de la facturación de las empresas que trabajan bajo este tipo de acuerdo, frente al 76% correspondiente a los acuerdos preferenciales, representando la totalidad de la facturación para el 73% de las empresas que trabajan en exclusividad y para el 26% de la que trabajan con condiciones preferenciales.

Estas cifras expresan que, debido en gran medida debido al pequeño tamaño de las empresas encuestadas (el 74% de una sola autorización, y el 23% de dos a cinco autorizaciones, que totalizan el 975 de las empresas), la asignación de flota por estas empresas a estos contratos de exclusividad es casi por la totalidad de dicha flota, en especial en los acuerdos de exclusividad. Lo cual se valida observando el gráfico de barras adjunto de distribución porcentual de la facturación de estas empresas.

PARTICIPACIÓN MEDIA DE LOS TRABAJOS REALIZADOS BAJO ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS



PARTICIPACION DE LOS TRABAJOS REALIZADOS BAJO ACUERDOS ESTABLES DE COMERCIALIZACION EN LA FACTURACION DE LAS EMPRESAS



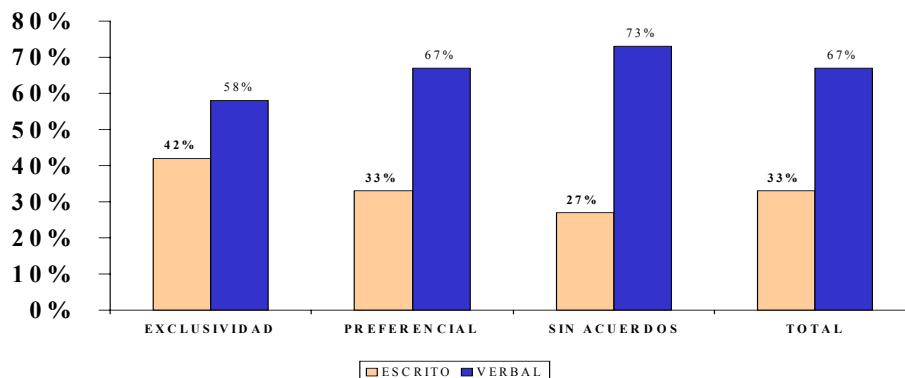
4.8. FORMALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS

La formalización de los contratos por escrito es una práctica poco habitual. El 67% de las empresas trabaja bajo acuerdos verbales frente al 33% que los tiene firmados por escrito.

Entre las empresas que trabajan bajo sistemas estables de comercialización se formalizan los contratos por escrito en mayor medida que entre aquellas que operan sin ningún tipo de acuerdo.

Estos datos de formalización de contratos, combinados con el alto porcentaje de acuerdos existentes de elevada antigüedad (superior a cinco años) muestran una característica básica del funcionamiento del mercado de los vehículos ligeros, basado en la mutua confianza cargador (sobre todo operador)/transportista que se extiende a lo largo de muy largos períodos de tiempo.

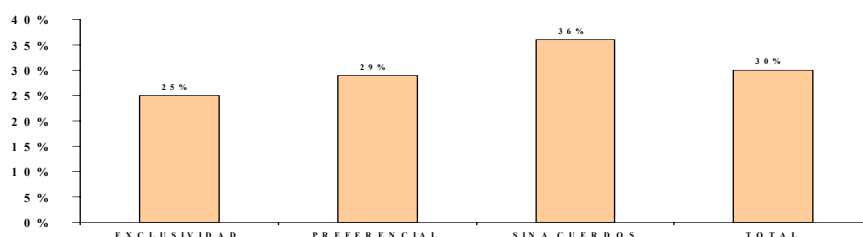
FORMALIZACION DE LOS CONTRATOS EN FUNCION DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION



4.9. CAPACIDAD EXCEDENTARIA

El 70% de las empresas considera que no podría realizar un mayor número de kilómetros en carga de los que realiza actualmente. Esta valoración es similar independientemente de la estabilidad de los acuerdos de comercialización de las empresas, si bien se incrementa entre las empresas con acuerdos estables (75% con acuerdos de exclusividad y 71% preferenciales).

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONSIDERA PODER REALIZAR UN MAYOR NUMERO DE KILOMETROS EN CARGA EN FUNCION DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION

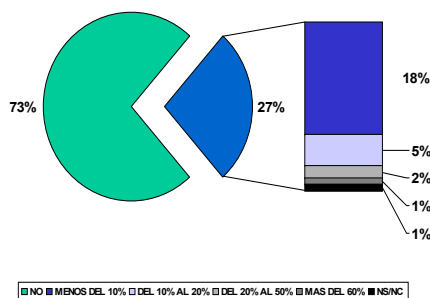


4.10. NIVEL DE SUBCONTRATACIÓN

En torno al 70% de las empresas no utiliza la colaboración de otros transportistas para atender las demandas de transporte recibidas de sus clientes, representando éstas para el 18% de las que se subcontratan menos del 10% de su facturación.

La subcontratación de otros transportistas se ve incrementada según aumenta el tamaño de las empresas, es decir son las empresas de mayor dimensión las que utilizan en mayor medida la colaboración de otras empresas de transporte para atender sus puntas de demanda. Evidentemente, la capacidad comercial propia de las pequeñas empresas (el 97% de las encuestadas tenía entre una y cinco autorizaciones) no es la adecuada para poder subcontratar a otros transportistas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE UTILIZAN LA COLABORACIÓN DE OTRAS EMPRESAS PARA ATENDER SUS DEMANDAS DE TRANSPORTE

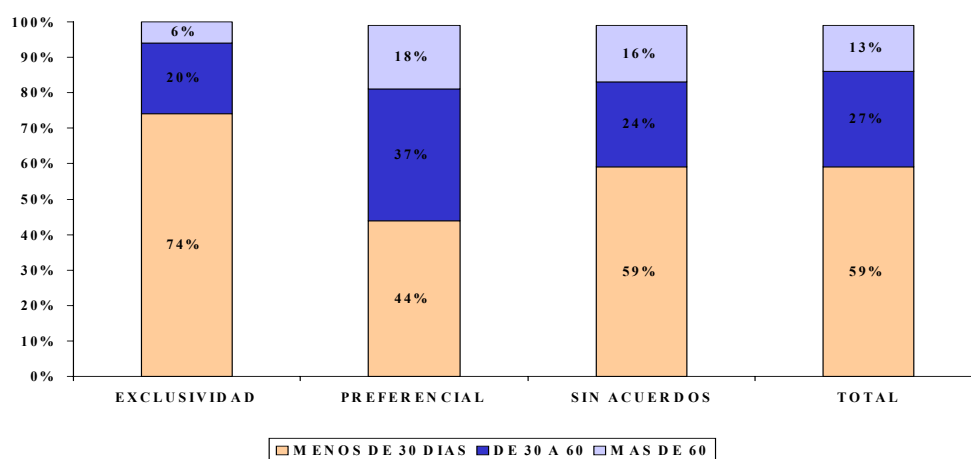


4.11. PLAZO DE COBRO

El 59% de las empresas cobra en un plazo igual o inferior a los 30 días, situándose entre 30 y 60 días el 27% (que totaliza el 86% en 60 días o menos) y por encima de este plazo el 13%.

Por otra parte el plazo de cobro en las empresas con acuerdos de exclusividad es ligeramente inferior, en torno al 94% de las mismas cobra en un plazo inferior a los 60 días, frente al 81% de las trabajan bajo condiciones preferenciales y el 83% sin acuerdos.

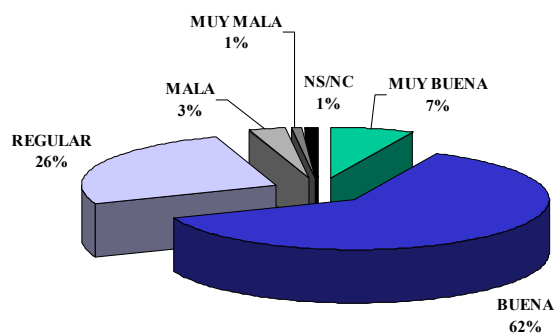
DISTRIBUCION DE EMPRESAS EN FUNCION DEL PLAZO DE COBRO Y EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION



4.12. VALORACIÓN DE LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

La valoración realizada por las empresas es buena. El 69% de las mismas considera su sistema de comercialización bueno o muy bueno, frente al 4% que lo considera malo y el 26% regular.

VALORACION DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACION



La valoración media obtenida respecto a esta cuestión es 3,71 (sobre 5), adquiriendo sus valores más elevados entre aquellas empresas con acuerdos estables de comercialización (3,85 empresas con acuerdos de exclusividad y 3,77 empresas con acuerdos preferenciales), que entre las que no disponen de ningún tipo de acuerdo (3,55).

VALORACION MEDIA DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

