

ÉXITO DE PARTICIPACIÓN EN EL II FORO DE PROFESIONALES DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

20 de Octubre de 2006.

La segunda edición del Foro de Profesionales del Vehículo de Ocasión , VO Business 06, se ha celebrado en Madrid con un gran éxito de asistencia y participación. Así, más de 250 personas acudieron al acto en representación de un total de 200 empresas. Con estos resultados se han superado ampliamente las cifras de la pasada edición, que contó con 165 empresas asistentes.



Este II Congreso de Profesionales del Vehículo de Ocasión ha tenido lugar en el Palacio Municipal de Congresos de la capital y ha reunido las principales compañías del sector para debatir sobre las claves, los retos y las perspectivas de futuro del negocio de venta de coches. Los temas de coloquio elegidos se han enfocado sobre todo a ofrecer nuevas ideas y alternativas para ampliar el negocio del vehículo de ocasión y mejorar su rentabilidad.

Un congreso interactivo

En esta ocasión el Congreso ha contado con seis mesas redondas en las que se ha debatido sobre distintos aspectos del proceso de compraventa del vehículo de ocasión. Además, durante el acto se emitieron fichas de presentación y vídeos interactivos de los ponentes y empresas asistentes.

El acto estuvo presidido por el **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**, representado por Julio de Juan Sáez, Jefe del área de Coordinación de Programas de Automoción, que explicó durante su intervención que *"el mercado del vehículo de ocasión está madurando y creciendo gracias al desarrollo de productos financieros más sofisticados y a una creciente profesionalización del sector"* .

El Marketing del Vehículo de Ocasión

En el primer coloquio se han abordado los aspectos comerciales y relacionados con el marketing, analizando los canales de venta más atractivos y rentables o las claves para conseguir la satisfacción de los clientes. El papel de **los salones de vehículo de ocasión** o la difusión del sector en **revistas líderes del automóvil** han sido analizados en profundidad por algunos de los expertos asistentes.

Así, la directora de Salones de Motor de IFEMA, Marta Peraza, señalaba que *"las ferias como el Salón del VO son los escenarios ideales reforzar la imagen de marca de los concesionarios y compraventas. Participar en un salón del VO es dar una imagen de solvencia y profesionalidad"*.

También en esta mesa se habló del uso de Internet en la promoción comercial de los productos de VO. Carlos Henao afirmaba que *"Internet ofrece muchas posibilidades, no solo como promoción directa a través de páginas web de las compañías, sino también a través de foros, blogs y consiguiendo un buen posicionamiento en los buscadores"* .

Valores añadidos al Vehículo de Ocasión

Los valores añadidos al vehículo de ocasión o los ingresos atípicos en el mercado

del vehículo de ocasión es el tema que se ha abordado en el segundo debate, donde representantes de empresas del sector asegurador y de garantías han dado respuesta a los profesionales interesados en obtener ingresos adicionales a través de servicios como la **financiación, seguros o ampliación de garantías**.

En este sentido, el Director General de Avant Garantías, Nicolás Cabrera que *"las garantías aseguradas son un gran valor añadido ya que con ellas se transmite transparencia con el cliente con lo que se consigue su fidelización y además, supone un añadido de seguridad y valor de servicio para el concesionario"*.

Por otra parte, el moderador de esta mesa, Juan Antonio Sánchez Torres, presidente de Ganvam, anunció en primicia en el Congreso una buena noticia para el sector, y es que según los datos de ventas de vehículos nuevos y de ocasión durante los nueve primeros meses del año 2006, se ha alcanzado **por primera vez la proporción de 1 a 1, es decir, por cada vehículo nuevo se vende otro de ocasión**. Esto supone un nuevo paso adelante en el avance del mercado de VO en España.

La procedencia del Vehículo de Ocasión

Otra de las cuestiones más relevantes en el negocio del vehículo de ocasión es conocer su procedencia, normalmente usuarios particulares o empresas de renting.

Otro de los temas de debate fue el del **kilometraje** como uno de las grandes factores para determinar el precio del vehículo de ocasión, pero en este sentido, es necesario cambiar los hábitos de los usuarios, ya que muchos vehículos de elevado kilometraje están en perfectas condiciones para su venta y utilización sin problemas por parte del usuario. Constantino García, Director Gerente de Cars&Cars confirmaba estos datos y afirmaba que *"la clave del sector está en ofrecer transparencia y calidad a los clientes, ya que todo vehículo de ocasión tiene salida en su precio adecuado"*.

Además, se habló de las flotas de renting, un sector que cobrando cada vez más importancia, de hecho, las compras de vehículos por parte de las compañías de renting han experimentado un importante incremento en la cuota de mercado con respecto a las matriculaciones totales.

Finalmente, también se comentó el papel de las subastas de vehículos como sistema de aprovisionamiento para los profesionales. Y en concreto las subastas por Internet, más cómodas y rápidas, están posicionándose por encima de las subastas físicas.

Los programas de comercialización de vehículos de ocasión

En el negocio del vehículo de ocasión existe la posibilidad de crear marcas propias que den cobertura a los servicios específicos del mercado y que conjugan las ventajas de aportar certificaciones, garantías imagen sistemas de comercialización, formación de vendedores... Pues bien, en este II Foro del Vehículo de Ocasión se han ofrecido algunas claves para elaborar programas de comercialización y para profesionalizar la gestión y venta de vehículos de ocasión.

Y es que, tal y como comentaba José Antonio Bueno, Socio de Europraxis y moderador de este debate, *"las marcas, bien las del fabricante o bien las marcas independientes, contribuyen a garantizar el producto y son una promesa de valor y confianza"*. Ana García Bernal, Directora de AGB Consultor también coincidía con esta afirmación y señalaba que *" la gestión del VO a través de marcas abarata la comunicación con el cliente final y además el cliente se siente arropado por una imagen de calidad"*.

La conclusión de este coloquio es que **las marcas independientes han contribuido a dignificar y profesionalizar el mercado del vehículo de ocasión** .

Internet como herramienta de venta de vehículos de ocasión

La tecnología se está convirtiendo en una herramienta fundamental de apoyo a la venta del vehículo de ocasión. Por ello en este Congreso se ha analizado en profundidad el papel de Internet como un **canal novedoso y rentable** para ampliar y optimizar las ventas de vehículos de segunda mano. Y es que la Red ofrece importantes ventajas con respecto a los canales más conocido: es un medio que permite una actualización instantánea, sin limitación de espacio y además es una tecnología en plena expansión, con múltiples posibilidades.

Tal y como explicaba John Shaw, director On line de Anuntis Segundamano, *"Internet permite más calidad en los anuncios con más fotografías, más cantidad de anuncios y de manera permanente"* . En este sentido, el director de ABSline Multimedia, Salvador Ferrer, añadía que *"la gran ventaja de Internet es que puede medir la efectividad y por lo tanto, se puede conocer de inmediato la rentabilidad de este canal para el profesional que anuncia sus coches"* .

Los nuevos compradores

El ciclo de debates concluyó con una interesante exposición sobre los nuevos compradores y mercados emergentes formados por población procedente de otros países. Los inmigrantes residentes en España se han convertido en un importante núcleo de demanda de vehículos de ocasión. Para desvelar el comportamiento de estos nuevos compradores, el Congreso contó con la presencia de responsables de asociaciones y colectivos de inmigrantes, que aportaron su visión sobre las necesidades de este creciente núcleo de potenciales compradores de vehículos de ocasión.

Uno de los puntos que se clarificaron y que puede ser de gran interés para los profesionales vendedores de vehículos de ocasión es el **tipo de coche más demandado por este núcleo de población**.

En este sentido, Walter Vivanco, Secretario General de La Federación Nacional de Asociaciones de ecuatorianos afirmaba que *"inicialmente los inmigrantes demandan un vehículo lo más económico posible y posteriormente, una vez asentados demandan un vehículo de ocasión, de unos cinco o seis años de antigüedad y también vehículos familiares de entre ocho y nueve años de antigüedad"* . El precio medio de estos vehículos es de entre 4.000 y 6.000 euros.

En conclusión, este II Foro del Vehículo de Ocasión se han puesto sobre la mesa **cuestiones de interés y preocupación para el sector del vehículo de ocasión** . Los expertos asistentes han ofrecido sus puntos de vista sobre los distintos aspectos que rodean al proceso de comercialización de este tipo de vehículos, aportando alternativas y nuevas ideas que estamos seguros pueden contribuir a encontrar nuevos canales y vías para optimizar la rentabilidad del negocio del vehículo de ocasión.

Contacto para prensa:
Sara Soria /Bárbara Maregil
Telf: 91 484 57 55/54
Fax: 91 484 25 81
Email: prensa@supermotor.com
Url: www.supermotor.com