

# MÁS DE 400 PROFESIONALES DEL MOTOR ASISTEN AL IV FORO SOBRE EL VEHÍCULO DE OCASIÓN

20/06/2008. El IV Foro de Profesionales del Vehículo de Ocasión (V.O.) concluye con la participación de más de 40 ponentes y la asistencia de más de 400 profesionales del sector procedentes de toda España.



Madrid, 23 de junio 2008. El más importante foro de debate de profesionales sobre el mercado del vehículo de ocasión tuvo lugar el 19 de junio en Madrid, en el Auditorio Sur de Ifema. En su cuarta edición, el Foro de Profesionales del V.O. se ha desarrollado por primera vez coincidiendo con la celebración del XII Salón del Vehículo de Ocasión, un marco inigualable para debatir sobre los temas que más preocupan a los profesionales de la compra-venta de vehículos.

Otra novedad en el IV Foro Profesional del V.O. ha sido la participación de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (Ganvam) como promotor del evento. De nuevo, las empresas Absline Multimedia y Konecta Marketing se han encargado de su organización.

En esta nueva cita anual de los profesionales del sector han participado más de 40 ponentes, moderados por José Antonio Bueno, socio de Europraxis, que se han encargado de debatir, a través de mesas-coloquios, e intentar dar soluciones a los problemas que afectan al mercado del vehículo de ocasión.

## **Necesidad de crear nuevas iniciativas**

La apertura de la jornada corrió a cargo de Juan Antonio Sánchez Torres, presidente de Ganvam, quien incidió en la necesidad de crear nuevas iniciativas que ayuden a mejorar la rentabilidad de los concesionarios y compra-ventas en estos momento de crisis que vive el sector. En este sentido hizo referencia al recién presentado Plan VIVE del Ministerio de Industria, el cual considera insuficiente.

El presidente de Ganvam aprovechó la ocasión para presentar la II Edición del Libro Blanco del Vehículo de Ocasión. Este estudio es una herramienta muy útil para todos los profesionales de la compra-venta ya que facilita información sobre lo que opinan los clientes sobre el mercado del V.O. Sánchez Torres destacó dos conclusiones a tener en cuenta, por un lado la escasa fidelización que el cliente tiene con el agente de venta y por otro la falta de información que los clientes potenciales, aquellos que aún no han comprado un coche, tienen sobre este mercado.

La primera mesa-coloquio giró en torno al cliente final, sobre la importancia de la formación específica para el vendedor de vehículo de ocasión y el

incremento del proceso burocrático, un problema que cohibe las dotes comerciales de los vendedores. Durante este primer debate se incidió en la importancia de hacer un seguimiento día a día con el cliente que ha comprado el coche, una cuestión que quizás en buenos momentos de venta se ha dejado un poco de lado.

### **La falta de financiación, un gran problema para el sector**

La 'gestión del Vehículo de Ocasión' fue el segundo tema de debate. Se puso sobre la mesa la buena oportunidad que la exportación supone para los profesionales españoles debido a las ventajas fiscales de las que se pueden beneficiar o la necesidad de ofrecer una financiación para cualquier tipo de vehículo independientemente de su edad.

En este sentido se trató sobre el caso concreto del inmigrante, un comprador potencial de V.O. que está frenando sus compras debido a la situación actual del mercado, bien porque el crecimiento del paro hace que muchos regresen a su país de origen o porque la financiación hacia este grupo de población se ha reducido considerablemente.

No pudo faltar una mesa-coloquio sobre las 'Nuevas tendencias, formatos y ayudas para la venta' donde una vez más se hizo hincapié en la importancia de estar presente en Internet como el mayor escaparate para un vendedor y como un canal alternativo y compatible con la venta tradicional. Internet ha conseguido unificar criterios de precio, estado y calidad y se ha consolidado en el último año como el canal de búsqueda de coches de ocasión más utilizado por los usuarios, según se desprende del II Libro Blanco del Vehículo de Ocasión de Ganvam, recientemente presentado. Las medianas y grandes empresas están aprovechando la gran visibilidad que su stock de vehículos y productos tiene en Internet y aumenta la tendencia de trabajar con webs propias complementándose con la publicación de ofertas en grandes portales como supermotor.com o coches.net.

### **Las subastas online, una vía más de aprovisionamiento**

El último debate de la jornada se centró en el problema del aprovisionamiento, ¿dónde puede un profesional comprar coches? La rotación de stock ha disminuido porque la necesidad de compra es menor. Por este motivo, el renting se consolida como el producto ideal para los compraventas, para vehículos de más de dos años. Durante el debate se habló sobre las subastas de vehículos, especialmente las realizadas por Internet. Se trata de un canal innovador y una vía más para el aprovisionamiento de los profesionales. En este sentido se destacó la importancia de que los vehículos que se subastan tengan precio libre y quien fije el precio sea el vendedor de los mismos.

Un problema que existe actualmente es el trucaje del kilometraje. En este sentido, Jaime Barea, jefe de la Asesoría Jurídica de Ganvam, apuesta por el control de los kilómetros en las ITV con lo que la DGT dispondría de una base de datos con el seguimiento de los kilómetros que podría ser consultada por los compradores.

El cierre de la jornada lo protagonizó Luis Valero Artola, director general de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac). Incidió en la importancia del mercado del vehículo de ocasión, como un mercado complementario al de vehículos nuevos. No quiso despedirse sin vaticinar dos años complicados debido a que las restricciones del crédito están afectando mucho al sector. El Plan VIVE que está preparando el gobierno sería necesario ampliarlo ya que sólo entre 35.000 y 40.000 vehículos podrían acogerse a él en contraste con los 140.000 vehículos que se entregaron en 2007 por el Plan Prever.

### **Conclusiones de los asistentes sobre los temas debatidos**

Como colofón final al IV Foro Profesional del V.O. se dieron los resultados de una encuesta realizada entre todos los asistentes sobre los temas debatidos.

Sobre 'El Cliente final' el 60% de los consultados están de acuerdo con que **un programa de marca ayudaría a transmitir y reforzar un concepto de calidad** frente al 40% que no lo considera necesario. En general se perciben diferencias entre los comerciales que trabajan dentro del sector del mercado del vehículo de ocasión y los del nuevo. Un 80% afirma que tiene perfiles y formaciones diferentes.

En relación al 'Management' se concluye que la certificación de vehículos es un aspecto importante a la hora de la compra por parte del cliente. El 81,1% considera que el cliente lo tiene en cuenta a la hora de adquirir un vehículo. Aproximadamente el 25% de los encuestados afirma que **la tendencia actual cambiará en un corto plazo**, antes del primer semestre de 2009, sin embargo, cerca de tres cuartas partes de los consultados no prevén un cambio de la tendencia antes de finales del año que viene.

En cuanto al tema de las 'Nuevas Tendencias', la web generalista es considerada la más atractiva para difundir un negocio a través de Internet, seguida de la web de los propios distribuidores y en tercer lugar por las webs de las marcas. De nuevo **Internet es el medio preferido de comunicación** por la amplia mayoría de los consultados (66,1%), seguidos a bastante distancia de la televisión (24,4%) y prensa (19,7%).

Y respecto a la última mesa-debate, se percibe un cierto rechazo general (69,3%) de los clientes finales a los vehículos procedentes de renting y/o Rent a Car, especialmente a estos últimos (45,7%). En general, para la mayoría de los encuestados las subastas son un canal interesante de aprovisionamiento, únicamente el 17,3% no las considera de interés.

Contacto para prensa:

Sara Soria

[ssoria@absline.es/](mailto:ssoria@absline.es)

Telf: 91 484 57 54. Fax: 91 484 25 81

En Internet: [www.supermotor.com](http://www.supermotor.com), [www.supermotortv.com](http://www.supermotortv.com), [www.absline.com](http://www.absline.com)