

transporte & logística

Esta sección es una producción de LA NACION y EXPOTRADE | www.lanacion.com.ar/comercio-externo



• ESTRATEGIA La mayoría de las compañías cuenta con planes de financiación y garantía

EXPOTRADE

Camiones. Crece el mercado de las unidades usadas

Terminales automotrices invierten en una alternativa que gana terreno y se presenta como una posibilidad de renovación sin un costo alto

Texto **Alejo González Prandi** | REDACCIÓN EXPOTRADE

El negocio de los camiones usados cada vez gana más lugar en la agenda de las terminales en el país. En julio de 2019, Mercedes-Benz anunció la apertura de SelecTrucks. Tres meses después, Scania –que participa en este rubro desde 2017– lanzó su plataforma de comercialización destinada a este tipo de vehículos. Con cinco años de experiencia, Usados Volvo dio los primeros pasos.

Varias razones convergen para que las marcas decidan invertir en este terreno. Hace 30 años, en Europa, tanto Mercedes-Benz como Volvo comenzaron en este negocio. En Brasil, la firma alemana desembarcó hace seis años y la marca de origen sueco, en 2000.

Por lo pronto, en la Argentina, Federico Amden, gerente de SelecTrucks, dijo que “el objetivo principal es integrar la propuesta comercial de Mercedes-Benz”. El directivo destacó que el concesionario cuenta con sistemas de financiación propia para cambiar una unidad usada por otra, con garantía de la terminal o por un camión 0 kilómetro de la compañía.

Amden recalcó, entre otros puntos, que el negocio abarca la venta de repuestos; servicios y planes de mantenimiento; la línea de remanufactura de piezas Reman (cajas y motores para camiones y buses); planes de ahorro y la compra de vehículos usados del cliente como parte de pago, más el acondicionamiento de las unidades.

Durante un encuentro con la

prensa especializada durante el año pasado, Facundo Sosa, gerente de Venta de Vehículos Usados de Volvo, explicó que entre 2012 o 2013 la filial argentina comenzó a detectar la necesidad de vender a grandes clientes que compran muchas unidades. “La única manera es que la terminal con sus herramientas participe de ese tipo de negocios”, dijo.

En ese contexto, el directivo informó que en 2019 la compañía vendió 230 unidades en el país, a través de Usados Volvo. El 50% de esa cifra está conformado por camiones de la firma y de Renault. La otra mitad corresponde a otras marcas. Los camiones usados Volvo Trucks y Renault Trucks que comercializa el grupo tienen una garantía especial de seis meses

o 100.000 kilómetros de rodado que abarca motor, caja y diferencial, con cobertura nacional. Las unidades se entregan con filtros y aceite nuevos y son inspeccionados por técnicos entrenados en la fábrica.

Por su parte, Fernando Ríos, director de Ventas de Scania Argentina, señaló que la iniciativa “surgió como una alternativa más para facilitar al cliente la operación de compra de un 0 km”. A través de esa posibilidad, los clientes pueden “delegar la comercialización del camión usado en Scania y concentrarse en lo que realmente importa, su negocio”, añadió, y comentó que actualmente se toman unidades multimarca para comercializar a través de sus concesionarios. Allí se inspeccionan y se hacen las

reparaciones necesarias. “Los que adquieran un vehículo usado seleccionado de la marca obtendrán un contrato de mantenimiento por un período de dos años, con la posibilidad de renovarlo”, especificó Ríos. Hoy, la empresa tiene 28 puntos de servicio.

Para Amden “el balance del año pasado fue muy bueno”. Se cumplieron los objetivos de compra, acondicionamiento y venta de unidades; finalizó de la construcción de la concesionaria y el equipamiento del taller, y se lanzó SelecTrucks, su web institucional y sus redes sociales.

Sosa explicó que las empresas interesadas en camiones usados “fundamentalmente no tienen más de cinco o seis vehículos”. Sostuvo que lo que buscan “es tratar de tener una antigüedad promedio en su flota de 10 a 13 años” y que, al llegar a esa instancia, “compran unidades de tres o cuatro años”.

Sin embargo, aclaró que en 2019 pasó algo diferente. “En los picos devaluatorios, los camiones nuevos se disparan en pesos al estar sujetos al dólar. Los usados no reaccionan de manera directa, sino que en los siguientes cuatro o cinco meses van acomodando su precio. En esos momentos, hay clientes que son compradores habituales de unidades nuevas que compran usadas para aprovechar la oportunidad”.

Durante los primeros dos años Usados Volvo tuvo el desafío de ir conociendo a los nuevos clientes. Pero los buenos resultados no tardaron en llegar. “En el último tiempo hemos logrado vender una, dos, tres y cuatro camiones usados al mismo cliente en distintos momentos. Resolvemos todos sus problemas técnicos o mecánicos”.

Para 2020, optimismo no falta. En palabras de Fernando Ríos, en Scania Argentina se estima “un incremento en la comercialización de usados, teniendo en cuenta que los que adquieren vehículos 0 km de Scania no solo incrementan su flota, sino que renuevan unidades con el fin de obtener un costo operativo más bajo”.

Federico Amden prevé un año de oportunidades para el mercado de camiones usados. “En Mercedes-Benz vamos a seguir ofreciendo una propuesta basada en nuestros pilares: vehículos reparados y acondicionados transferidos a nombre de la marca, entregados con garantía oficial y con el apoyo de Mercedes-Benz Financiera”.

Con esa misma confianza se ubica Facundo Sosa. “En Volvo creemos que continuará siendo un mercado de renovación. Los clientes no tienen la necesidad de vender sus propios camiones. Prefieren entregarlos y que sea nuestra responsabilidad”, aseveró. ●