

Los distribuidores se ponen creativos en la búsqueda de inventarios



En uno de los años de venta de vehículos usados más inusuales de la historia, los concesionarios a menudo han tenido que cambiar la forma en que obtienen inventario y, en algunos casos, tirar su libro de jugadas de valoración por completo.

Las ventas de vehículos usados se fijaron para otro año fuerte, pero a pocos meses de 2020, el mercado se envió inesperadamente en espiral a la baja.

"Desde que la pandemia [coronavirus] volvió a golpear en marzo, abril, realmente ha cambiado todo lo que sabemos sobre el mercado de autos usados y el mercado de automóviles nuevos, para el caso, también", dijo Majd Saboura, director sénior de soluciones fuera del sitio de Manheim.

Cuando la pandemia cerró las plantas del fabricante de automóviles en la primavera, el inventario de vehículos nuevos se hizo apretado, y lo ha permanecido así. Los inventarios de vehículos nuevos en todo el país se redujeron a 2,3 millones de vehículos en agosto, según cifras de Cox Automotive, marcando el nivel más bajo desde noviembre de 2011.

Mientras que los fabricantes de automóviles dejaron de fabricar automóviles y camiones en marzo y abril, los consumidores también se quedaron en su mayoría en casa, y las subastas físicas redujeron sus operaciones temporalmente y fueron en su mayoría digitales. Los valores de los vehículos al por mayor se desplomaron.

Hacer cambios

Luego, a medida que las restricciones en torno a la pandemia se suavizaron en mayo, los clientes regresaron al mercado con una demanda de pent-up.

Con menos intercambios y vehículos en general, los precios al por mayor posteriormente se dispararon a máximos históricos y, aunque se han enfriado un poco, se mantuvieron elevados hasta septiembre.

Los concesionarios han tenido que adaptarse.

Troy Duhon, propietario del grupo Premier Automotive, con sede en Nueva Orleans, dijo que convirtió a todos sus vendedores en compradores de automóviles, buscando ofertas en la calle.

"Así que los estoy poniendo en Craigslist, los estoy recibiendo en Facebook, los estoy recibiendo en Instagram", dijo Duhon sobre las compras de clientes, agregando que está pagando a sus vendedores incentivos de \$200 a \$400 en buenos hallazgos.

Un vendedor en San José, California, compró 30 vehículos en la calle en agosto, dijo.

"Mucho de lo que estos vendedores están encontrando es cuando van en Facebook y se promueven para comprar autos, amigos y amigos de amigos entran, y hay un factor de confianza completamente diferente", dijo Duhon.

Duhon dijo que también cambió de ofertas publicitarias en vehículos a la venta y en su lugar está haciendo saber a los consumidores que Premier Automotive comprará sus autos y tiene un sitio web dedicado, premierbuyscars.com.

El grupo también se ha vuelto más agresivo con el comercio en el carril de servicio, tocando su base de datos para hacer saber a los clientes que si quieren salir de su vehículo actual, encontrarán bajas tasas de interés en su próxima compra.

Duhon todavía tiene compradores dedicados de vehículos usados centrados en subastas, también. "Pero el problema es que me llaman de la subasta diciendo: 'Jefe, yo no compraría ese auto con tu dinero, y mucho menos el mío'", dijo. El precio es demasiado alto."

Bill Luke Chrysler-Jeep-Dodge-Ram, en Phoenix, ha tenido que reducir su objetivo de margen en vehículos usados, dijo el presidente Don Luke.

Hasta hace unos seis meses vendía vehículos nuevos a un margen negativo y ganaba dinero en financiación y accesorios. Ahora también está vendiendo muchos de sus vehículos usados a un margen negativo, haciendo tacking en garantías extendidas donde puede. Los márgenes más pequeños en los vehículos usados han hecho que las tiendas hayan tenido que esencialmente reentrenar a sus compradores de inventario.

"Tuvimos que reprogramar literalmente a estos tipos para comprar los coches a pesar de que era muy por encima de nuestra métrica, de lo contrario no tendríamos nada que vender", dijo.

En su tienda principal, Luke tiene un muro donde se publican precios para cientos de anuncios de vehículos, es una guía para los compradores, diciéndoles que apunten por debajo de esos valores.

"Y tuvimos que tirar eso por la ventana", dijo.

Los valores usados parecen estar disminuyendo lentamente, sin embargo, por lo que Luke se está preparando para traer la guía de vuelta.

Al mismo tiempo, el inventario de vehículos usados se está estabilizando. Cox Automotive dijo que, a partir del 14 de septiembre, la oferta total superó los 2,23 millones de vehículos usados sin vender, desde 2,20 millones un mes antes y 2,12 millones en la misma semana de un año antes.

Pero con una alta tasa de venta, la oferta media de los días de vehículos usados se situó en 37 a mediados del mes pasado, en comparación con los 48 días de oferta al mismo tiempo un año antes. El suministro de días estuvo en el rango de 35 a 37 durante cuatro semanas hasta mediados de septiembre después de flotar en el rango de 32 a 35 desde mediados de junio.

"La situación de inventario para el mercado usado es estrecha, pero también es estable", dijo Charlie Chesbrough, economista senior de Cox Automotive, en un informe el mes pasado. "La oferta de días no ha cambiado mucho en los últimos dos meses, lo que sugiere que las tasas de venta y el inventario disponible están cambiando a velocidades similares".

Lanzar redes más anchas para vehículos ha ayudado a algunos concesionarios.

Saboura, de Manheim, dijo que incluso antes del gran cambio a más subastas en línea, ha estado "en una cruzada digital", diciendo a los distribuidores que "hay un mundo más grande por ahí que sólo su subasta local o intercambio".

Es conocido por los distribuidores en Minnesota, por ejemplo, que han comprado camiones en Arizona y Texas durante los meses de invierno. Estos concesionarios podían encontrar el producto a mejores tasas que en su mercado interno, y los costos de transporte terminaron siendo un factor no factor. "Especialmente si estás ahorrando un par de grandes en el propio vehículo", dijo Saboura.

Sin embargo, este tipo de compras sólo deben hacerse después de echar un vistazo duro a nivel local, señaló, por razones de eficiencia. Y, por supuesto, los distribuidores deben estar familiarizados con su propio inventario.

Saboura, que solía trabajar en la gestión de carteras de acciones, aprovecha esa experiencia y les dice a los concesionarios que piensen en su inventario como activos bajo gestión: Cada vehículo es una acción en la cartera.

Deben ser conscientes de qué vehículos ofrecen el retorno de la inversión más alto y cuáles se están depreciando rápidamente.

"Así que creo que antes de hacer cualquier abastecimiento, realmente tienes que mirar tu patio trasero y ver lo que tienes, y qué estás vendiendo versus no."

Duhon, cuyo grupo tiene tiendas en Luisiana, Kansas, Missouri, California y Texas, dijo que dondequiera que los distribuidores compren, es probable que tengan que ir más allá de los canales a los que están acostumbrados.

"Cuando todo el mundo está pescando fuera del mismo estanque, tienes que encontrar un nuevo estanque", dijo. "Y creo que hay una gran oportunidad que podemos aprender de CarMax, porque el 50 por ciento de lo que vende CarMax, compran en la calle. Entonces, ¿por qué no puedo competir en el mismo nivel?"

David Muller

Reportero que cubre el negocio de autos usados y venta al por menor de automóviles para Automotive News