Estudio de mercado de vehículos seminuevos de carga y pasaje,

realizado por: Marketing Creation & Research S.A de C.V

preparado para ANPACT®

En 23 entrevistas a profundidad con armadoras, distribuidores, empresas de autotransporte, subastadoras y arrendadoras se identificó que:

El mercado de seminuevos entre 1 y 10 años de antigüedad se comporta distinto al mercado de vehículos con más de 10 años de antigüedad.

Un estudio de Marketing Creation & Research S.A de C.V preparado para ANPACT®

Con base en 264 encuestas en línea a empresas de autotransporte se identificó que:

32% tienen de **1 a 10 vehículos pesados motrices,**

28% **de 11 a 50**

18% **tiene más de 50**

*el resto no respondió

Compran en:

54% **agencias certificadas**

y/o

37% **particulares**

y/o

31% **empresas de mayor tamaño**

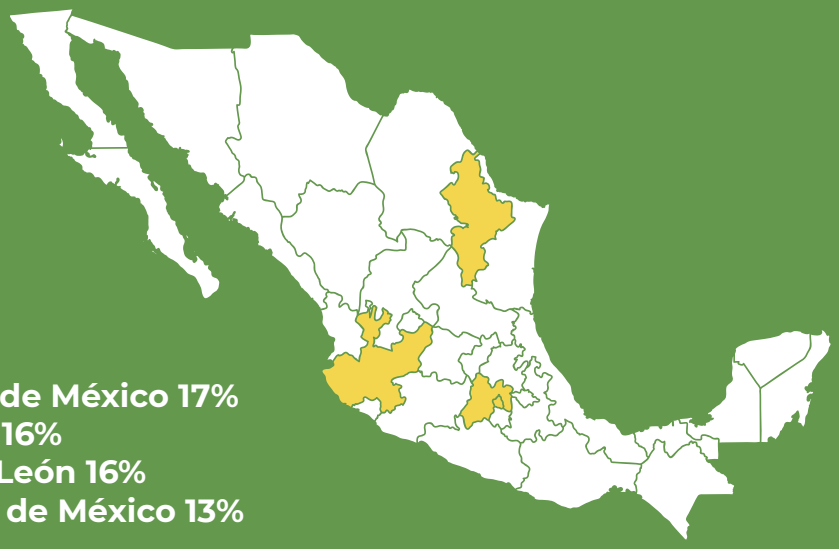
60% de los vehículos seminuevos comercializados son **tractocamiones de tres ejes.**

3/4 partes de los entrevistados que **compra** **seminuevos o usados lo hace en su totalidad en** **y un 94% los vende exclusivamente en territorio nacional.**

Mientras más grande es la flotilla − probable que adquieran unidades **seminuevas** pero quienes las adquieren, lo hacen en **agencias certificadas**

Mientras más grande es la flotilla es + probable (62%) **que venda a particulares, por encima de agencias (43%) y empresas pequeñas (40%).**

2/3 consideran que la venta de usados se concentra en:



1.Ciudad de México 17%
2.Jalisco 16%
3.Nuevo León 16%
4.Estado de México 13%

Las unidades seminuevas son principalmente año modelo

2010 y 2015.

Medios de comunicación de compra y venta:

1. **Conocidos y amigos**
2. **Redes sociales**

Un estudio de Marketing Creation & Research S.A de C.V preparado para ANPACT®

Con base en 264 encuestas en línea a empresas de autotransporte se identificó que:

Los vehículos se venden a:

55% **particulares**

36% **agencias certificadas**

33% **empresas de menor tamaño**

*el resto vende en portales, lotes, tienguis, explanadas u otros.

Atributos más relevantes en la transacción:

72% **Precio**

65% **Antigüedad del vehículo**

47% **Marca y tipo de vehículo**

La **mitad** compra un vehículo con **recursos propios.** y un **37%** utilizando un **financiamiento**.

Según los vendedores, las principales **problemáticas** en la **venta** de vehículos seminuevos son:

- Compradores se niegan a pagar **precio justo**
- **Financiamiento**

Según los compradores, las principales **problemáticas** en la **compra** de vehículos seminuevos son:

- Vicios ocultos en **cuestiones mecánicas**
- **Fraudes**

Principales medios para determinar el de un

- **Internet**
- **Medios tradicionales**

En relación con el programa de renovación vehicular vigente hasta 2017.

1. **46%** Lo conoció pero no lo utilizó
2. **30%** Sí lo utilizó
3. **24%** No lo conoció

Para renovar la flota, se requieren apoyos gubernamentales, **principalmente:**

86% Financiamiento para mipymes

80% Estímulos para **tecnologías limpias**

Un estudio de Marketing Creation & Research S.A de C.V preparado para ANPACT®