

¿Ser una marca fiable implica perder menos valor en el tiempo? Imagen de marca y depreciación

La web Valorarmicoche.com analiza el artículo de Autopista.es sobre las marcas más fiables del momento para compararlas con las marcas que menos se deprecian y establecer una relación entre la imagen de marca y su (menor) pérdida de valor con el paso del tiempo

El pasado 19 de junio de 2018 la revista autopista.es publicó la siguiente noticia: “las marcas de coches más fiables del momento, según los conductores españoles”, a través del estudio de mercado BEST CARS 2018.

Este estudio recopila miles de respuestas y conclusiones de los conductores españoles, (distinguiendo también según hombres, mujeres, jóvenes, mayores de 30, e incluso según los usuarios de cada marca). Esta información puede tener un elevado interés sobre todo porque permite saber cómo perciben los usuarios cada marca, lo que repercutirá, por ejemplo, en sus intenciones de compra o venta.

La encuesta Best Cars se centra en la imagen de marca del automóvil, sirviendo para saber dónde se encuentra cada fabricante de coches a los ojos de los consumidores. La mecánica de la encuesta es que el lector asocie en cada uno de los 13 criterios que forman el panel de preguntas qué marca merece estar entre las más valoradas en cada apartado y así obtener las marcas más fiables. Por ejemplo: Buen servicio al cliente, Respeto al medio ambiente, Buena publicidad, Buen acabado, Alto estándar de seguridad, Buen diseño y Buen precio de reventa.

Valorarmicoche.com realiza continuos análisis estadísticos del mercado y de valores residuales y en base a ello, lleva a cabo estudios de depreciación de los vehículos. Por ejemplo su último RANKING VALORARMICOCHE 2018 analiza el mercado de ocasión para determinar cómo se han devaluado desde 2013 los coches de segunda mano.

En concreto, la depreciación se refiere a la pérdida de valor que sufren los vehículos con el paso del tiempo. Es un hecho conocido que los coches de unas marcas se devalúan más que los de otras con el paso de los años. Si bien los factores que llevan a esta devaluación son muy diversos, muchas veces subjetivos, y difíciles de prever. Por ello, parece muy interesante comparar la depreciación con la percepción de fiabilidad de una marca: ¿Serán los mismos factores los que impulsan a uno y otro? ¿La imagen de marca determina su depreciación? ¿Son los coches más fiables los que menos se deprecian? ¿La percepción de la marca por los consumidores determina cómo pierde valor con el paso del tiempo?

TOYOTA: La poderosa marca japonesa está en auge, y ello lo refleja el ser la marca más fiable según esta encuesta. Compitiendo en el TOP con las marcas “de lujo” (Mercedes, Audi, BMW...) Toyota se lleva el galardón como marca con una muy buena imagen en el mercado.

De hecho, hace unos días se lanzaba una encuesta en Twitter (a través de la cuenta @valorarmicoche) en la que se preguntaba qué marca creían los usuarios de Twitter que perdía menos valor con el tiempo. Efectivamente hubo un empate entre TOYOTA y LAND-ROVER. Siendo curioso que según el ranking mencionado anteriormente, LAND-ROVER sí es la marca que menos valor pierde con el tiempo, pero TOYOTA, ni siquiera aparece en el Top10 de menos depreciados. La importancia de la imagen de marca se impone a los datos de mercado. La percepción de fiabilidad se impone en este caso a la realidad estadística de los datos de depreciación del mercado.

AUDI y BMW: Finalmente, donde se percibe una relación más estrecha entre fiabilidad y depreciación es en AUDI y BMW, estas marcas tienen una gran imagen de marca, cultivada con los años y ello tiene su espejo en su menor pérdida de valor con el paso del tiempo. Estas marcas también son de las que menos valor pierden con el paso de los años y es fácil preguntarse ¿qué peso tendrá en esa menor devaluación la imagen de marca?

Es posible sacar conclusiones propias, probando a tasar el coche propio con los informes que usan los profesionales: Tasaciones gratuitas de coches online.

Datos de contacto:

Valorarmicoche

Nota de prensa publicada en: [Sevilla](#)

Categorías: [Nacional](#) [Automovilismo](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>