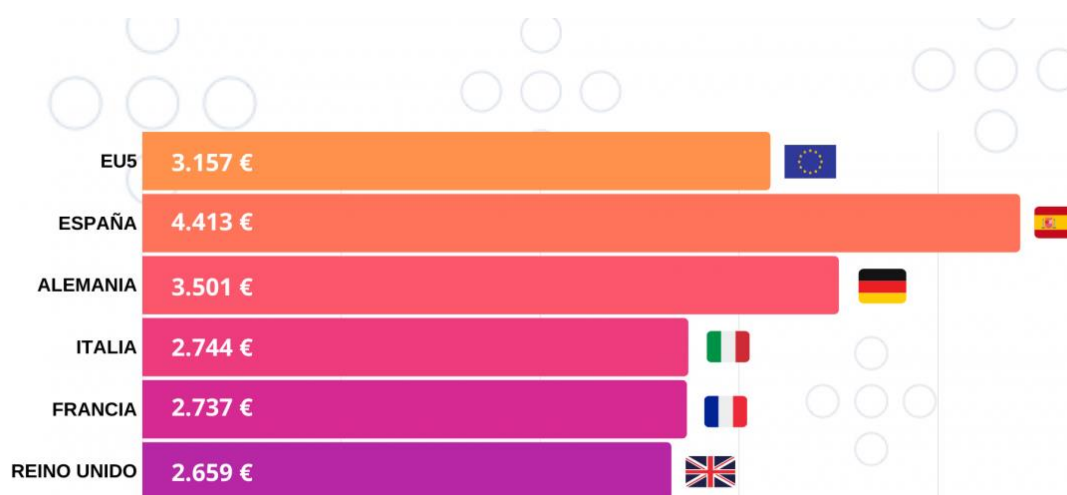


Las promociones en España rozaron los 4.500 euros de media en 2018, unos 1.200 euros más que la media del Euro5

En España se realizan el doble de promociones que en estos otros países

## Los concesionarios españoles aplican promociones un 40% superiores a la media de la UE



El esfuerzo promocional realizado por los concesionarios españoles en 2018 fue casi un 40% superior al de la media de sus homólogos en los grandes mercados de la Unión Europea (UE), formado por Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España, según datos de promoCAR para Sumauto, especialista en portales verticales de automoción, que agrupa a Autocasión y AutoScout24, entre otros.

Este análisis -que coincide con la recta final del año y la oleada de promociones que realizan los concesionarios para llegar a objetivos de ventas- muestra cómo los descuentos aplicados en 2018 alcanzaron los 4.413 euros de media, 1.200 euros más que en el caso de los cinco grandes mercados de la UE. Esto se tradujo en que el precio medio (PVP) que pagaron los españoles fue de 26.127 euros, frente a los 28.089 euros del resto de mercados europeos.

Esta situación muestra cómo, debido a la complejidad y fuerte competencia del mercado español, los concesionarios se ven obligados a aplicar mayores descuentos en los precios de los vehículos, lo cual se acentúa precisamente en los últimos meses del año, cuando además, para mejorar su rúpel, recurren a las automatrículas, traducándose en una mayor cantidad de vehículos de kilómetro cero a precios más atractivos, algo que impacta directamente en su cuenta de resultados.

De hecho, los concesionarios pierden una media de 12 euros por vehículo matriculado al que no dan salida y tienen que mantener en el stock, según datos de Tüv Süd, por lo que les sale más a cuenta aplicar una buena rebaja en el mercado de nuevos antes de que concluya el año, que esperar a que lleguen al de ocasión.

Sumauto estima que estos descuentos podrían incluso aumentar a lo largo del próximo año coincidiendo con el incremento de automatrículas de modelos eco que las marcas realizarán para esquivar las multas de Bruselas por incumplimiento de la normativa de emisiones. Esta realidad amenaza a los concesionarios con un stock de VO al que deberán dar salida apoyándose en un mayor esfuerzo promocional y una apuesta decidida por los canales online para encontrar una venta más rápida.

### **El doble de promociones**

Esta complejidad del mercado se aprecia también en el amplio número de promociones distintas que llevan a cabo las marcas. Y es que España, con 4.050 promociones, duplicó en volumen a los principales países del Euro5, donde se llevaron a cabo un total de 2.286 promociones diferentes.

Entre las más de 4.000 promociones que se realizaron en España en 2018, más de la mitad (el 57,7%) correspondieron a descuentos directos, stocks y primas a la matriculación. En segundo lugar se situaron las financiaciones a tipo de interés reducido (17,3%), seguidas de los servicios posventa gratuitos a precio reducido, extensiones de garantía o seguros (11,9%). A continuación, se localizaron los descuentos por entrega de coche a cambio y sobre tasación de vehículo usado (7%) y, por último, los equipamientos gratuitos o a precio reducido (5,8%), según datos de MSI para el Libro Blanco del VO de Faconauto.

Según el director general de Sumauto, Nicolás Cantaert, *“a la oleada de automatrículas que se producen en los últimos meses del año para conseguir los objetivos de ventas, este año deberemos sumarle un extra de entrada de stock por la nueva normativa europea de emisiones, al que los concesionarios deberán dar salida apostando por promociones agresivas y mayor visibilidad en los marketplaces especializados [donde el vehículo de ocasión se vende doble de rápido](#) que en una exposición física”*.

*Sumauto es el especialista en portales verticales de motor de Vocento, que aún a Autocasión, AutoScout24, Unoauto, Motocasión y Mascus. Su entendimiento de los mercados nacional y europeo, su carácter de nativo digital combinado con su experiencia en la transformación del clasificado a marketplace, le posicionan como partner digital de conocimiento para los concesionarios y compraventas, proporcionándoles soluciones que integran todo el ciclo de vida de la compra y venta de un vehículo para hacer que su negocio sea más rentable y su inversión en medios, más eficiente. Sumauto aún a más de 3.700 clientes profesionales y más de 4 millones de usuarios únicos mensuales.*