

Clicars aumenta un 56% su volumen de ventas y se convierte en la mayor exposición multimarca de coches de España

La startup española, que anunció su rentabilidad el año pasado, alcanza una facturación acumulada de 75 millones de euros en 4 años de vida

Según la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM) 2019 cerró con una leve subida del 0,9% en las ventas de vehículos de ocasión, superando los dos millones de unidades, lo que equivale a que por cada vehículo nuevo se comercializan 1,7 usados. De hecho, según datos consultados en MSI, el vehículo nuevo cayó un 11% en ventas a particulares el año pasado. Los artífices principales de que el mercado de ocasión haya terminado el ejercicio en positivo son los modelos de entre 3 y 5 años, debido a que presentaron una subida del 15,6%.

Por su parte Clicars.com -líder en Europa en venta de coches online- se desmarca como líder online en nuestro país con la venta de 5.000 coches desde su nacimiento, y tras haber alcanzado recientemente la rentabilidad económica con una facturación acumulada de 75 millones de euros a cierre de su año fiscal (septiembre 2019).

La compañía ha transformado la forma en la que los españoles compran vehículos de segunda mano y km 0, haciendo que adquirir un coche online hoy en día resulte tan cotidiano como comprar un vuelo o un hotel. Desde su nacimiento en el 2016 en un loft en Madrid y guardando los pocos coches que tenían en un parking público, la compañía ya ha vendido más de 5.000 coches de más de 37 marcas y dispone de la mayor exposición de España de vehículos de segunda mano y kilómetro cero en sus instalaciones de vanguardia en Madrid.

A través de un proceso transparente y de confianza único en el mercado, Clicars ha aumentado un 56% el volumen de ventas con respecto a 2018. En el último trimestre, la compañía que ha duplicado el stock de vehículos y cuenta ya con más de 600 coches en stock, albergando así la mayor exposición de coches multimarca de España.

Con una propuesta totalmente centrada en una excelente experiencia de cliente, Clicars refuerza su estrategia omnicanal, y da servicio tanto en sus instalaciones de Madrid o enviando los coches a cualquier punto que desee el cliente en 48h. Así lo demuestran los datos, donde 3 de cada 4 coches vendidos en Clicars han sido reservados de forma online. A cierre de año 2019, cuenta con más de 1M de páginas vistas al mes y, desde que empezaron a operar, más de 77.000 clientes han sido asesorados por sus expertos.

“Estamos muy contentos de haber conseguido vender 5.000 coches en tan sólo 4 años, estas cifras nos reafirman en que la tendencia de compraventa de vehículos en España está cambiando. Nuestro

objetivo siempre ha sido ofrecer una apuesta vanguardista, basada en la innovación tecnológica y convirtiéndonos en un referente de la industria 4.0 del motor, apostando por la calidad y garantía máxima para el cliente. Pero para que esto haya sido posible han sido esenciales las claves de transparencia, sencillez y confianza, señas de identidad de Clicars”, asegura Pablo Fernández, cofundador de Clicars.

Un crecimiento de plantilla en el último año de más del 170% hasta superar los 100 empleados
La forma de gestión del talento de Clicars viene directamente de la mano de la apuesta por las personas y el talento. En un mundo en constante cambio, poner el foco en personas ágiles y multidisciplinares, va directamente de la mano de la eficiencia. Así, la startup empezó en 2016 con un equipo de dos personas y, actualmente, el equipo de Clicars ha vivido un crecimiento de plantilla en el último año de más del 170% hasta llegar a superar los 100 empleados.

“El éxito de Clicars es gracias a todo el equipo. Es un privilegio trabajar con un equipazo joven con tanto talento y energía que cree en la misión de la empresa y que se involucra y la siente como propia. Es todo un orgullo ver como cientos de clientes quedan satisfechos y nos recomiendan por todos los canales, gracias al servicio de los excelentes profesionales que están detrás”, afirma Carlos Rivera, cofundador de Clicars.

Perfil medio del comprador: hombre de 40 años y que financia

A la hora de trazar el perfil medio del comprador de coches online, según los datos internos se desprende que son hombres en su mayoría (69%) de unos 40 años, frente al 31% de mujeres con una media de 38 años. Atendiendo a la financiación de los vehículos, los consumidores siguen algo reticentes a la hora de descapitalizarse en la compra de un vehículo y, por ello, optar por esta forma de pago es una solución que muchos adoptan. Según un análisis interno de la compañía, en los últimos tres años ascendió el porcentaje de usuarios que optaron por la financiación en 9 puntos porcentuales, siendo de 52,5% a cierre de 2019.

Teniendo en cuenta los motivos por los que una persona se decide a comprar un vehículo de segunda mano o kilómetro cero, según los datos internos, la necesidad es el principal motivo para los usuarios españoles (86%); siendo la antigüedad del vehículo (43%) el factor con mayor crecimiento, poniendo de manifiesto el cambio progresivo en la antigüedad del parque automovilístico español. Otros factores decisivos de cambio han sido las necesidades familiares (21%) o laborales (20%).

Berlinas, de gasolina y cambio manual, lo más popular del 2019

Referente a las características de los vehículos, según los datos de la compañía, los conductores han variado sus preferencias a la hora de adquirir un segunda mano o un kilómetro cero. En 2019, los motores diésel (26%) han encabezado las ventas, seguidos muy de cerca por los de gasolina (23%). Si bien las ventas de diésel han aumentado con respecto al año pasado (16%), el número de coches vendidos de gasolina con respecto a 2018 ha sido mucho mayor (157%), evidenciando el cambio de tendencia por la polémica en torno a la contaminación y las restricciones al tráfico en las grandes ciudades que se ha sucedido en el último año.

Referente a la carrocería elegida, los tres tipos de coche más demandados en el pasado año han sido

en su mayoría coches grandes, tipo Berlina (38%), 4x4 SUV (33%) y los compactos (14%). En cuanto a las marcas, las más populares en 2019 han sido Peugeot (24%), Citroën (17%) y Renault (7%). Teniendo en cuenta el cambio de marcha, se encuentra que, en datos generales de ventas, predomina el cambio manual (86%) frente a los automáticos (14%).

Datos de contacto:

Clicars

916611737

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>