

Récord KYMCO: 7.442 ventas a particulares en la campaña 'Easy Days' que finaliza el 31 de agosto

- A falta de 13 días para que la exitosa campaña concluya (mayo-agosto), la marca celebra ya un crecimiento de las ventas del ¡19 %!
- Con este ascenso, KYMCO se coloca como la primera marca de scooter del canal Particular con una cuota del 21,76 % en lo que va de año

Madrid, 19 de agosto. Últimos días de la acción comercial inédita de KYMCO, una campaña agresiva en descuentos que finaliza el **31 de agosto**, bajo el nombre comercial 'Easy Days. Licencia para moverte' y que en sus casi 4 meses de duración ha logrado registrar de nuevo **cifras récords en sus resultados comerciales**. Los servicios KYMCO vinculados a esta campaña, los planes de financiación ('Plan Dúo') y los seguros incluidos, se mantienen en toda la gama hasta finalizar el ejercicio (ver tabla, abajo).

"A falta de unos días para que esta campaña concluya, podemos anticipar y celebrar los resultados récords de venta de la marca en todas sus categorías. El fuerte crecimiento que hemos vivido de dos dígitos durante la campaña es testimonio del papel tan importante que juega la **movilidad personal** en estos tiempos de incertidumbre y muestra la gran capacidad de adaptación y respuesta de KYMCO", ha explicado **Carlos Wang**, director General de KYMCO España.

Durante los meses de la mencionada campaña, de **mayo a agosto** (incluido hasta ayer martes 18), los **cuatro meses claves tras el confinamiento y el parón de la actividad económica**, KYMCO ha acumulado unas ventas récords de **7.442 scooters** (6.832 motocicletas y 610 ciclomotores), que suponen un crecimiento del ¡19 %! Con este ascenso, KYMCO ha logrado la **mayor cuota en el mercado de scooter dirigido a los particulares**, el **22,8 %**, en este periodo.

Dos terceras partes de este volumen de matriculaciones (71,3 %) han tenido lugar en los meses de **junio (2.490 unidades, + 36,66 %) y julio (2.821 unidades, +38,15 %)**, coincidiendo con el periodo tradicionalmente más relevante para el sector de las dos ruedas en lo que se refiere a volumen de ventas. En lo que llevamos de agosto acumula 1.157 unidades (+ 65,76 %!). Las 974 unidades restantes se produjeron durante el mes de mayo, cuando aún había regiones en España con limitaciones en la actividad y en la movilidad.

Los vehículos KYMCO más demandados entre los usuarios durante la campaña están siendo los **superventas Agility City 125** (2.216 unidades), **Super Dink 125** (1.546 unidades), **People S 125** (615 unidades), **Agility City 50** (518 unidades) y **Xciting S 400** (459 unidades).

Gracias a este fuerte impulso, KYMCO ha remontado en el **ranking anual como primera marca de scooter más vendida a los particulares**, con unas ventas de **10.702 unidades y una cuota del 21,76 %**. Además, destaca su producto estrella, el scooter **Agility City 125**, que se sitúa de nuevo como el vehículo de **dos ruedas más demandado en España** (acumula 3.871 matriculaciones en lo que va de año).

Campaña KYMCO 'Easy Days' Licencia para moverte' (Descuentos) + Planes de financiación y Seguros incluidos

GAMA KYMCO		DESCUENTOS			FINANCIACIÓN	SEGURO
		'Easy Days' PVR €	Ahorro € / PVR	PVR €	Plan Dúo	1 año Aseguradora Allianz
		(hasta 31 de agosto)			€ mes (tramo 1)	
Agility 50		1.749	50	1.799	39,94	Incluido
Agility City 50		1.999	100	2.099	45,65	Incluido
Agility City 125		2.099	-	-	47,93	Incluido
Miller 125		2.099	300	2.399	47,93	Incluido
Filly 125		2.199	500	2.699	50,21	incluido
Like 125		2.299	300	2.599	52,5	Incluido
People S 125		2.788	200	2.988	63,66	+ Cobertura de Robo
Super Dink 125		3.699	600	4.299	69,05	+ Cobertura de Robo
Grand Dink 300		3.899	200	4.099	72,78	+ Cobertura de Robo
Super Dink 350 TCS		4.799	400	5.199	89,58	+ Cobertura de Robo
Xciting S 400		5.999	400	6.399	111,98	+ Cobertura de Robo
AK 550		9.299	950	10.249	173,58	+ Cobertura de Robo
					154,98 - 60 meses 0% TAE	

Sobre KYMCO España

Primera marca de movilidad urbana, especializada en la comercialización de scooters en el canal Particular (cuota del 20,7 %, 2019). Se fundó en 1994 en Madrid bajo la directriz de un plan de crecimiento a largo plazo basado fundamentalmente en la creación de una red de-distribución sólida, eficiente y rentable, y en la comercialización de una gama de gran calidad, innovadora, muy competitiva y de valor para el cliente final. Las ventas de KYMCO España se dirigen exclusivamente al canal Particular. Aunque Empresas y Renting son los canales de mayor volumen de ventas por bloque, la marca confía en el canal de consumo privado, que aporta mayor rentabilidad para la red (60 concesionarios y 1.400 agentes). El principal baluarte de la marca es el servicio de posventa, que ha consolidado un sistema inédito de gestión de recambios con una plataforma electrónica propia que permite ofrecer un servicio directo e inmediato (24 h) de suministro de repuestos a más de 1.000 puntos de venta en España. Hace dos años, la marca inició su transformación digital, y desde entonces la operativa en la red se produce en un entorno totalmente digital e APP y tabletas electrónicas. KYMCO España se encuentra en constante evolución y desarrollo de nuevos productos y negocios que aportan soluciones de movilidad urbana y de valor a todos sus clientes, en el centro de todas sus decisiones.

KYMCO España es parte del **Grupo KYMCO** (Kwang Yang Motor Company) fundado en 1963 en Kaohsiung, la segunda ciudad más grande de Taiwán. KYMCO desarrolla y fabrica motores, chasis y componentes y está presente en el mercado de ciclomotores, motocicletas, scooters, ATV'S, vehículos propulsados por gas, scooters eléctricos, sillas de ruedas motorizas y bicicletas eléctricas. El grupo comercializa sus vehículos a 102 países de los cinco continentes y lleva más de 30 años exportándolos fuera de Asia. En Taiwán, KYMCO lidera el mercado desde hace más de 17 años con 3.600 concesionarios. En Europa, KYMCO disfruta de una posición de mercado significativa cuyos ingresos representan más del 50% de las ventas totales del grupo en el exterior. KYMCO es líder en el mercado de scooters en España. Su presidente Allen Ko ha puesto en marcha un plan de crecimiento basado en producir vehículos capaces de ganarse el corazón de todos los usuarios (*Win My Heart*) y para ello confía en los valores de la compañía (Distinción, Orgullo y Perseverancia).