Entre otros motivos, obviar al vehículo eléctrico usado, adelantar el dinero, no traducir la deducción en una cantidad concreta y obligar a hacer la declaración

Las búsquedas de eléctricos se desinflan: suben al 25% con el anuncio de la deducción y caen al 4% al conocer la letra pequeña

Madrid, 28 de junio de 2023.- La medida del Gobierno de permitir a los compradores de coches eléctricos nuevos deducirse un 15% en la Declaración del IRPF no ha calado en los conductores, en tanto las búsquedas no solo no han crecido, sino que entre el pasado lunes y martes cayeron 21 puntos porcentuales, según Autoscout24.

En concreto, si bien el anuncio del lunes disparó la búsqueda de eléctricos nuevos del 16 al 25%, al conocer la letra pequeña se desinfló hasta el 4%. Es decir, solo cuatro de cada cien coches nuevos que se han buscado en Internet para su compra son eléctricos una vez conocido con detalle la medida.

De forma específica, no ha contribuido a mejorar las expectativas que la iniciativa no incluya el vehículo eléctrico usado, que permitiría hacer más accesible la compra a rentas medias y bajas. Tampoco la propia articulación de la "ayuda", es decir, una deducción en el IRPF que no se concreta en una cantidad visible de ahorro para el consumidor.

Además, para poder beneficiarse de esta medida es preceptivo hacer la declaración del IRPF, es decir, aquellos contribuyentes que están exentos por no superar los 22.000 euros brutos de umbral de ingresos anuales, estarían obligados a presentarla.

Por último, desde AutoScout24 se hace hincapié en que esta deducción obliga, además, a adelantar el dinero al comprador, de modo que si adquiere un coche eléctrico este año, deberá esperar hasta mínimo abril de 2024, cuando se abra la campaña de renta, para su posible reembolso.

Sumauto *es el especialista en portales verticales de motor que aúna AutoScout24, Autocasión, Unoauto, RentingCoches.com y Motocasión. 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 aúna más de 3.700 clientes profesionales y más de 4 millones de usuarios únicos mensuales. Más información en www.sumauto.com*

Más información:
Ion, Imagen y Comunicación
Pablo G. Doménech/Jorge Serrano
pablo@ioncomunicacion.es
jorge@ioncomunicacion.es
Tlf. 91 576 05 88
www.ioncomunicacion.es
@IonComunicacion