

Pablo M. Ballesteros / Madrid

La marca japonesa va a **cambiar la identidad visual exterior de sus 78 concesionarios de la red española entre 2017 y 2021**, según ha confirmado el consejero director general de **Nissan**, Marco Toro, en la presentación de los resultados del año fiscal 2016 (abril de 2016 a marzo de 2017), ante la prensa.



Para realizar esta modificación, **la inversión media necesaria va a ser de 80.000 euros**, que serán aportados **a partes iguales por la marca y por la propia concesión**

, que podrá financiar el 100% de la inversión.

La principal novedad es la presencia de **un gran logo en la fachada**, cuya estructura tiene continuidad en el interior de la concesión, debajo de la cual **se expondrá el modelo más novedoso** del momento o el que se quiera promocionar.

Toro ha defendido la **renovación del exterior**, dos años más tarde de que se haya redibujado la configuración interior de los concesionarios —que ya ha afrontado el 50% de la red— ya que **«hace 17 años» que no se hacían mejoras estéticas**

No obstante, aun contando con la inversión necesaria para llevar a cabo los ajustes estéticos, **Nissan calcula finalizar el año fiscal 2017 con una rentabilidad media por concesión de un 1,7%**

, lo que supondría mantener la cifra de 2016, a pesar de que el ejecutivo de la empresa nipona prevé que

las ventas de la red van a crecer un 10%

, mientras que las de

la marca lo harán un 7%

(esto supondría una subida del porcentaje de ventas que gestiona la red, que ahora se sitúa en un 88%) y el

mercado un 6%

En el año fiscal 2016, **Nissan creció un 13%, con 68.471 unidades, lo que le reportó una subida en la cuota de mercado de un 5% a un 5,1%**, después de que las matriculaciones totales hayan crecido un 12%, con 1.354.000 automóviles, frente a los 1.213.000 de 2015.

El peso de los **crossover** —segmento en el que mantienen un **14% de penetración**— en las operaciones totales de la entidad asiática es del 71,28% y, con

46.245 comercializaciones

está lejos de Renault que, con 32.967, unidades es segunda en el mercado.

Otra de las bazas de Nissan es su apuesta por los **vehículos eléctricos**, tecnología en la que mantiene **un 30% de**

cuota de mercado

y que verá reforzada en los próximos meses con la

llegada de un Leaf con más autonomía

, y con el

sistema ProPilot

que le permite circular autónomamente por el mismo carril siguiendo al vehículo que lo precede.