Las ventas disminuyen más de un 10% en el conjunto de Andalucía

Las matriculaciones de vehículos en Almería caen un 6% en enero

Las matriculaciones de turismos y todoterrenos registraron una caída del 6,1% en la provincia de Almería en enero, hasta situarse en 492 unidades vendidas al cierre del pasado mes, según datos de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM), que representa a 4.600 concesionarios/servicios oficiales y 3.000 compraventas. En España, las ventas de coches crecieron un 2,5% el pasado mes, contabilizando un total de 54.961 unidades vendidas.

Este descenso de las compras de vehículos en Almería se debió, principalmente, a la caída de las ventas de todoterrenos, que se redujeron un 9,7%, hasta las 84 unidades vendidas. A su vez, las adquisiciones de turismos también cayeron un 5,3%, registrando 408 matriculaciones en enero.

Por provincias, Almería se sitúa entre las de menor volumen de matriculaciones, con el 8,2% de las operaciones registradas durante el pasado mes, por delante solamente de Jaén y Huelva, que registraron 352 y 335 matriculaciones, respectivamente. Por su parte, Sevilla y Málaga fueron las que comercializaron un mayor número de vehículos durante el mes pasado, con 1.426 y 1.347 unidades matriculadas, respectivamente.

Cuadro 1. Matriculaciones en Andalucía

Provincia	Enero 12	% Enero 11/12
Almería	492	-6,1%
Cádiz	950	-6,9%
Córdoba	435	-18,7%
Granada	645	-13,5%
Huelva	335	-16,8%
Jaén	352	-9,5%
Málaga	1.347	-6,3%
Sevilla	1.426	-11,2%
TOTAL	5.982	-10,2%

Fuente: Ganvam.

Andalucía, entre las comunidades con mayor caída de ventas

En el conjunto del territorio nacional, Andalucía ha sido la sexta comunidad donde más cayeron las ventas

en el mes de enero, con un total de 5.982 unidades. Con ello, la región concentra un 10,9% de las ventas nacionales.

La comunidad que más cayó en enero fue Extremadura que, con 738 unidades, registró una contracción del 18,8%, seguida de la Comunidad Valenciana (-13,3%), Navarra (-12,4%) y Castilla y León (-11,8%). Por debajo, se situaron el Principado de Asturias (-11,1%), Andalucía (-10,2%), Aragón (-10,1%), País Vasco y Baleares (-9,9% en ambos casos) y Cantabria (-9%). También Galicia (-8,7%), Cataluña (-2,9%) y Murcia (-0,2%) estrenaron el año con caídas.

Por su parte, cinco comunidades experimentaron un incremento de las ventas en el mes de enero. A la cabeza se situó la Comunidad de Madrid que, con 19.473 unidades comercializadas, registró una subida del 24,4%; seguida de Castilla-La Mancha (+15,7%), Canarias (+13,1%), La Rioja (+3,2%) y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla (+2,1%).

Las marcas Seat, Peugeot y Volkswagen, las más vendidas en Almería

En relación a las marcas más vendidas en Almería en lo que va de año, encabeza el ranking de matriculaciones la casa Seat, con 61 matriculaciones, seguida de las firmas Peugeot y Volkswagen, con 48 unidades cada una. Las marcas Citröen y Audi, con 33 y 28 unidades vendidas, respectivamente, fueron también representativas en enero, ocupando el cuarto y quinto puesto entre las más demandadas en la provincia. Le siguen en volumen Ford, Nissan y Renault, con 26 unidades cada una; seguidas de Opel (24) y Toyota (24).

Más de 3.000 empleos en juego

El presidente de Ganvam, Juan Antonio Sánchez Torres, alertó hoy de la pérdida de otro medio millar de pequeñas y medianas empresas del sector de la distribución en caso de que el nuevo Gobierno no apruebe "lo antes posible" un plan de estímulo a la compra, lo que supondría la destrucción de más de 3.000 puestos de trabajo sólo este año.

Sánchez Torres señaló que a pesar de que en estos cuatro últimos años de crisis se han perdido 40.000 empleos y 2.500 pymes, todavía son muchas las empresas que corren peligro pese a haber redimensionado al máximo su estructura para ajustarla a su actividad.

Por si ello fuera poco, todo apunta a que este año las matriculaciones se situarán por debajo de las 800.000 unidades, lastradas de nuevo por la caída de la actividad económica, que organismos como el Banco de España o el INE sitúan en torno al -1,5% para este ejercicio, aunque el Fondo Monetario Internacional lo lleva incluso al -1,7%.

El responsable de Ganvam explicó que las ventas a particulares serán, un año más, las ‘grandes perjudicadas' por el clima económico, ya que a la alta tasa de paro (22,8% al cierre de 2011) se suma el impacto de los recortes para reducir el déficit e incluso la sombra de una posible subida del IVA, que debido a su carácter lineal supondría "un duro golpe para el consumo".

A su juicio, la aprobación de un plan de ayudas basado en el achatarramiento es indispensable para evitar que la recesión económica y las medidas de ajuste adoptadas por el nuevo Gobierno para equilibrar las cuentas públicas retrasen aún más la recuperación de las ventas. Las matriculaciones se han desplomado más de un 50% respecto a los niveles previos a la crisis.

No es un gasto sino una inversión

Por todo ello, Sánchez Torres defendió que las políticas de contención del gasto y aumento de la recaudación vayan acompañadas de estímulos que reactiven la demanda. El mejor ejemplo de este tipo de actuaciones

sería precisamente la puesta en marcha de un plan de ayudas al achatarramiento, ya que su elevado retorno económico convertiría rápidamente el gasto en una inversión. "Los ingresos adicionales por IVA, impuesto de hidrocarburos y de matriculación -en su caso- compensarían con creces el importe estatal de las subvenciones", afirmó.

En opinión de Ganvam, esta medida no chocaría con las políticas de austeridad y contención presupuestaria, sino que, por el contrario, conseguirían devolver la confianza al consumidor, acelerando la recuperación económica -que algunos posponen incluso a 2014- gracias al impulso de un sector estratégico que genera el 5% del PIB y más del 10% de los empleos en España.

La Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM) es una organización sin ánimo de lucro e independiente políticamente fundada en 1957 que agrupa a cerca de 9.000 asociados entre concesionarios oficiales; compraventas independientes; servicios oficiales; agencias concertadas, y talleres independientes, entre otros sectores de la distribución: vehículos nuevos; usados; turismos; industriales; motocicletas y tractores agrícolas. En conjunto, estas empresas comercializan y dan servicio a más del 80% del parque nacional. El principal objetivo de Ganvam es representar los intereses de los distribuidores y reparadores ante el Gobierno, las distintas AA.PP. y la sociedad en general, potenciando el papel socioeconómico que desempeña su sector, con la creación de 250.000 empleos y una facturación de más 95.000 millones de euros, lo que supone un 9% del PIB.

ION Comunicación

mail@ioncomunicacion.com
C/ Núñez de Balboa, 13
28001 Madrid
Teléfono: 91 576 05 88
Fax: 91 578 42 56
www.ioncomunicacion.es