El impacto del Plan 2000E todavía no se deja sentir en el mercado de segunda mano

La comunidad andaluza concentró el 15% de las ventas nacionales de usados

Las ventas de usados en Sevilla caen un 17% en el primer semestre

Las ventas de vehículos usados en Sevilla cayeron un 17,5% hasta junio, situándose en 22.600 unidades, según "El Informe sobre el Mercado de Vehículos de Ocasión" realizado por la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor (GANVAM). En Andalucía, las compras de vehículos de ocasión precipitaron su caída durante el segundo trimestre de 2009 y retrocedieron un 17,2% hasta junio, situándose en 94.870 unidades, un 15% del total de España.

Por su parte, en España, las compras de coches de segunda mano también disminuyeron durante el segundo trimestre de 2009 y retrocedieron un 13,9% hasta junio, situándose en 631.000 unidades.

De esta forma, el informe de Ganvam - que representa a 2.400 concesionarios y 3.000 compraventas independientes- revela que las ayudas del plan 2000E, puesto en marcha por el Gobierno el pasado 18 de mayo, no han tenido todavía un efecto directo en el aumento de las ventas de vehículos usados.

No obstante, el estudio muestra que el mercado de vehículos usados en España sigue, principalmente, en manos de particulares, los cuales concentraron más de la mitad de las ventas (54%) del primer semestre, mientras que el 31% se canalizaron directamente desde las redes oficiales de concesionarios. Los compraventas independientes acapararon un 14% de la tarta del mercado, mientras que las empresas alquiladoras apenas representaron un 1% de las ventas totales.

La relación 1,6 usados por cada uno nuevo se mantiene

En el primer semestre, las ventas nacionales de turismos de ocasión superaron a las de nuevos en un 59,4%, lo que supone una relación de ventas VO /VN de 1,6 a 1, dos décimas por encima del ratio obtenido al cierre de 2008. Esta relación –la más alta de la historia- responde a la fuerte caída de la demanda de nuevos en los primeros seis meses del año (-39,2%) y no tanto a la madurez del mercado de usados, que presenta todavía un gran potencial de crecimiento a corto y medio plazo.

De esta forma, España recorta distancias con los principales países fabricantes de vehículos de la Unión Europea, situándose a tan solo tres décimas de Alemania y cinco de Italia, aunque todavía lejos de países como Francia o Reino Unido que acumulan un diferencial de 1,1 y 1,6 puntos, respectivamente, con respecto a nuestro mercado.

Cuadro 1. Relación Ventas Vehículos de Ocasión (VO) sobre ventas de Vehículos Nuevos (VN)

Países	Enero-Junio 09
Reino Unido	3,2
Francia	2,7
Portugal	2,5
Italia	2,1
Alemania	1,9
España	1,6
Bélgica	1,3

Fuente: Ganvam

Coches de más de ocho años y de gama baja

Por otro lado, el estudio constata que la supresión del Plan Prever, que suponía un incentivo alentador al achatarramiento de vehículos, sigue ejerciendo un "influjo negativo" sobre la edad del parque, hasta el punto de que el 56% de los vehículos vendidos en el primer semestre en las redes oficiales y vendedores independientes tenían ocho o más años de antigüedad. Los vehículos seminuevos de hasta tres años, procedentes principalmente de kilómetros cero y flotas, representaron el 20% de este mercado.

En relación al tipo de vehículo, el estudio muestra que los automóviles de gama baja aumentaron sus ventas en diez puntos porcentuales en el primer semestre. Así, los coches de gama baja y media-baja siguen capitalizando las operaciones de usados ya que ocho de cada diez pertenecen a este segmento. Los vehículos de gama media-alta apenas suponen un 9% de las ventas, mientras que el segmento alto sólo representa un 8%.

Cuadro 2. Ventas Vehículos de Ocasión (VO) por segmentos

Segmentos	2009
Segmento Bajo	35%
Segmento Medio Bajo	48%
Segmento Medio Alto	9%
Segmento Alto	8%

Fuente: Ganvam

Madrid, Cataluña y Andalucía, a la cabeza

Por zonas geográficas, el informe de Ganvam muestra que las comunidades autónomas que tienen un mayor peso en el mercado nacional de usados son, por este orden, Madrid, que concentra el 18,1% de las ventas, seguida de Cataluña, con un 15,7%; Andalucía, con un 15% y la Comunidad Valenciana, con un 9,3%. Por el contrario, las menos representativas son Ceuta y Melilla, con apenas un 0,4% de las ventas nacionales, así como Cantabria y La Rioja, con un 1% y 0,7%, respectivamente.

Asimismo, el estudio constata que todas las regiones, a excepción de las ciudades autónomas Ceuta y Melilla (+5,8%), registraron una caída en sus ventas de vehículos usados en el primer semestre. Los descensos más significativos vinieron protagonizados por la Comunidad Valenciana (-28,6%), con 58.440 unidades, seguida de Baleares, con una caída del 18,8% y 15.340 vehículos; Andalucía (-17,2%), con 94.870 unidades; Cataluña (-16,8%), con 98.850, y Canarias (-16,3%), con un total de 24.100 coches usados vendidos hasta

junio.

Por el contrario, las caídas de ventas menos acusadas fueron las registradas, por este orden, por Aragón (-2,7%), con 20.560 vehículos; Castilla y León (-4,2%), con 32.680 unidades; La Rioja (-6,1%), con 4.430 y Asturias con idéntica caída y 15.430 unidades comercializadas. El País Vasco y Galicia registraron sendas caídas del 7,6%, con unas ventas de 29.040 y 34.970 vehículos usados, respectivamente. Madrid, que representa el 18% de las ventas nacionales de VO, con 114.470 unidades, retrocedió un 9,9% en el primer semestre de 2009.

Caen las importaciones

En relación al mercado exterior, las ventas de turismos de ocasión procedentes de fuera de España retrocedieron un 53,6% en el primer semestre del año, hasta situarse en 14.970 unidades, de las cuales el 69% recayó en tan solo seis marcas.

Por fabricantes, la casa Mercedes Benz concentró la mayor cifra de ventas de usados hasta junio, con 3.778 unidades (-67,8%), seguida de BMW, con 2.283 (-67,8%); Volkswagen, con 1.588 (-59,7%) y Audi, con 1.233 (-45,7%)

Cuadro 3. Importaciones de Vehículos de Ocasión (VO) por marcas (1er Semestre)

Marcas	2009	2008	%
Audi	1.233	2.273	-45,7%
BMW	2.283	7.093	-67,8%
Mercedes Benz	3.778	7.896	-52,1%
Volkswagen	1.588	3.942	-59,7%
Peugeot	630	1.716	-63,3%
Renault	812	1.307	-33,9%

Fuente: Ganvam

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 más de 10.300 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 278.000 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