

Las ventas de vehículos aumentan un 51% en enero, pero lejos de las cifras prepandemia

- Las ventas de turismos y todoterrenos alcanzan las 64.147 unidades, un 26% menos que en enero de 2020 antes de los primeros confinamientos.
- Las matriculaciones de vehículos comerciales ligeros logran en el primer mes un aumento del 34,8% más en el mes, con 9.357 ventas
- Las ventas de vehículos industriales, autobuses, autocares y microbuses suben un 20,9% en enero con 2.764 unidades

Madrid, 1 de febrero de 2023. El mercado de turismos y todoterrenos arranca el año con un **aumento del 51.4% de las ventas y un total de 64.147 unidades vendidas**. Este fuerte incremento se debe en parte a las unidades comercializadas en diciembre y que se han matriculado en el primer mes, pero, principalmente, a que el volumen de mercado del año anterior se situó en niveles muy bajos debido a la crisis de los microchips y de los cuellos de botella del transporte. En comparación con las cifras prepandemia, **el mes de enero de 2020 contabilizó 86.443 unidades vendidas**, lo que sitúa al primer mes de este año **un 25,8% inferior**.

Las emisiones medias de CO₂ de los turismos vendidos en **enero se quedan en 118,3 gramos de CO₂ por kilómetro recorrido**, un 0,13% inferior que la media de emisiones de los turismos nuevos vendidos en el mismo mes de 2022.

En cuanto a las matriculaciones por canales, todos registran un notable aumento frente al año anterior pero inferior en comparación con enero de 2020. Las ventas a particulares se sitúan en las 32.040 unidades matriculadas, con un aumento del 48,6%, pero con una caída del 21% frente a enero prepandemia. De igual manera, el mercado a empresas con 27.962 ventas se sitúa en un incremento del 45,6% respecto al año anterior, pero con un retroceso del 14,7% frente a 2019. Por su parte, las ventas a rent-a-car debido a la fuerte caída del año pasado logran crecer un 157,5% con 4.145 matriculaciones, pero con un descenso del 68,4% contra los datos de enero de 2019,

Datos elaborados por IEA a partir de la información facilitada por DGT

MATRICULACIONES DE TURISMOS. Enero 2023

CANAL	Ene-23	Ene-22	%2023/2022	Acum 2023	Acum 2022	%2023/2022
Particular	32.040	21.567	48,6%	32.040	21.567	48,6%
Empresa	27.962	19.200	45,6%	27.962	19.200	45,6%
Alquilador	4.145	1.610	157,5%	4.145	1.610	157,5%
TOTAL TURISMOS	64.147	42.377	51,4%	64.147	42.377	51,4%

VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS

Las matriculaciones de vehículos comerciales ligeros suman 9.357 unidades en el primer mes del año que supone un incremento del 34,8% respecto al año pasado. Respecto a las ventas por canales, solamente dirigidas a autónomos sufren un descenso del -4,4%, mientras que las matriculaciones a empresa y alquilador crecen un 52% y 20,2%, respectivamente.

Datos elaborados por IEA a partir de la información facilitada por DGT

MATRICULACIONES DE VEHICULOS COMERCIALES LIGEROS. Enero 2023

DERIVADOS, FURGONETAS Y PICK-UP	Enero 2023	%2023/2022	Enero-Enero 2023	%2023/2022
Derivados de turismo	46	283,3%	46	283,3%
Furgonetas	4.839	70,7%	4.839	70,7%
Pick-up	579	-23,5%	579	-23,5%
Total Derivados, Furgonetas y Pick-up	5.464	51,6%	5.464	51,6%

FURGONES Y CAMIONES/CHASIS LIGEROS	Enero 2023	%2023/2022	Enero-Enero 2023	%2023/2022
Comerciales ligeros <2,8 Tn.	972	55,5%	972	55,5%
Furgon/Combi >=2,8 <=3,5	2.144	3,8%	2.144	3,8%
Camión/Chasis Cabina >=2,8 <=3,5Tn	777	20,5%	777	20,5%
Total Fg/Ch Ligeros	3.893	16,7%	3.893	16,7%

TOTAL COMERCIALES LIGEROS	9.357	34,8%	9.357	34,8%
----------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Datos elaborados por IEA a partir de la información facilitada por DGT

MATRICULACIONES DE VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS. Enero 2023

Canal	Enero					Enero-Enero				
	2023		2022		%2023/2022	2023		2022		%2023/2022
	Unidades	Peso	Unidades	Peso		Unidades	Peso	Unidades	Peso	
Autónomo	1.591	17,0%	1.664	24,0%	-4,4%	1.591	17,0%	1.664	24,0%	-4,4%
Empresa	6.802	72,7%	4.474	64,5%	52,0%	6.802	72,7%	4.474	64,5%	52,0%
Alquilador	964	10,3%	802	11,6%	20,2%	964	10,3%	802	11,6%	20,2%
Total	9.357	100,0%	6.940	100,0%	34,8%	9.357	100,0%	6.940	100,0%	34,8%

INDUSTRIALES Y AUTOBUSES

Para el primer mes de 2023, las matriculaciones de **vehículos industriales, autobuses, autocares y microbuses** logran un aumento del **20,9%**, con un total de **2.764 unidades**, manteniendo el ritmo positivo con el que cerró el año anterior. Por tipo de vehículos, los industriales registran 2.473 nuevas matriculaciones (+16,2%), y de la misma manera, las ventas de autobuses, autocares y microbuses logran repuntar un 83%, con 291 ventas.



Datos elaborados por IEA a partir de la información facilitada por DGT

MATRICULACIONES DE VEHÍCULOS INDUSTRIALES Y AUTOBUSES. Enero 2023

VEHÍCULOS INDUSTRIALES	Enero 2023	%2023/2022	Enero-Enero 2023	%2023/2022
Vh. Industriales ligeros >3,5 <=6 Tn.	99	296,0%	99	296,0%
Vh. Industriales medios >6 <=16 Tn.	265	35,2%	265	35,2%
Vh. Industriales pesados >16 Tn.	2.109	10,6%	2.109	10,6%
Vh. Industriales pesados rígidos	415	56,6%	415	56,6%
Tractocamiones	1.694	3,2%	1.694	3,2%
TOTAL VEHÍCULOS INDUSTRIALES	2.473	16,2%	2.473	16,2%

AUTOBUSES, AUTOCARES Y MICROBUSES	Enero 2023	%2023/2022	Enero-Enero 2023	%2023/2022
Autobuses y autocares.	234	114,7%	234	114,7%
Microbuses (más de 9 plazas).	57	14,0%	57	14,0%
TOTAL AUTOBUSES, AUTOCARES Y MICROBUSES	291	83,0%	291	83,0%

TOTAL VEHÍCULOS INDUSTRIALES Y AUTOBUSES	2.764	20,9%	2.764	20,9%
---	--------------	--------------	--------------	--------------

DECLARACIONES

Félix García, director de comunicación y marketing de ANFAC, explicó que “arrancamos el año con un incremento de las ventas por encima del 50%. Es un buen dato, pero hay que verlo en perspectiva. Los efectos de la pandemia y de Filomena en los meses de enero de años anteriores distorsionan la realidad del mercado de vehículos en España. El dato relevante es que todavía nos situamos un 26% por debajo de las cifras de enero de 2020 cuando todavía no conocíamos el Covid-19. Este 2023 es un año clave para la recuperación del sector automovilístico. Las ventas dirigidas al canal de particulares se mantienen todavía muy bajas y hay que ver cuánta de la subida producida en enero se debe a los vehículos que no se distribuyeron en los últimos meses de 2022. Es cierto que el aumento de la inflación es un importante condicionante para la decisión de compra de las familias, pero es necesario que se establezcan medidas que sirvan de incentivo, tanto desde el ámbito económico como fiscal, que alivien esta presión inflacionista. Nos enfrentamos a un año complejo, pero un año donde las decisiones políticas que se tomen serán clave para el futuro de nuestra industria y de sus empleados”.

Raúl Morales, director de comunicación de FACONAUTO, indicaba que “El fuerte incremento de las ventas en este arranque del año en realidad refleja lo inestable que está el mercado de la automoción, ya que se debe sobre todo a que, en enero, se han contabilizado las unidades que en diciembre se dejaron de matricular debido a los problemas con el transporte de vehículos desde las fábricas y centros logísticos hasta los concesionarios. Por lo tanto, no podemos hablar de un cambio de tendencia porque el contexto que lastraba el mercado sigue siendo el mismo y lo previsible es que, de cara a los meses siguientes, volvamos a ver un nivel de muy bajo de matriculaciones”.

Según la directora de comunicación de GANVAM, Tania Puche, destacó que “el cambio de año ha traído consigo un cambio de tendencia en las matriculaciones, que nos ha permitido afrontar la temida cuesta de enero creciendo a doble dígito, tras un 2022 para olvidar. No podemos lanzar las campañas al vuelo porque seguimos muy por debajo de los niveles prepandemia y de las 100.000 unidades mensuales que, en teoría, le corresponderían a nuestro mercado por nivel de motorización, población y renta per cápita. Además, hay que tener en cuenta que enero de 2022, con el que estamos haciendo la comparativa, fue el segundo peor enero en más de dos décadas por la crisis de los chips. Por tanto, esta mejora tenemos que recibirla con cautela porque las tensiones en la cadena de suministro y en la cadena logística siguen presentes. La mejora en estos cuellos de botella es lo que aliviará un mercado que encara el año 2023 con mucha incertidumbre”.