

El grupo PSA factura un 1,4% menos hasta marzo por el desplome de ventas en China

La firma francesa entregó 669.800 coches en los tres primeros meses, un 1,7% menos, con una bajada del 17,9% en los mercados asiáticos y un repunte del 5,9% en Europa

[José Carneiro](#) vigo 28.04.2016 | 02:01

Carlos Tavares, durante la presentación a principios de mes del nuevo plan estratégico "Push to Pass".



El repunte de las ventas de automóviles en Europa y la mejora del posicionamiento de precios de sus tres marcas (Peugeot, Citroën y DS) no consiguieron evitar que el grupo PSA redujese un 1,4% su facturación en el primer trimestre del año, que pese a todo rozó los 13.000 millones de euros (12.998), según informó ayer la compañía. PSA atribuyó directamente esta caída de sus ingresos a un efecto de cambio negativo y a la debilidad de la actividad en las regiones de China, India-Pacífico y África-Oriente Medio, mientras que destacó el dinamismo del mercado europeo. De esos 12.998 millones de euros facturados hasta marzo, 8.800 millones corresponden a su división de automoción y otros 4.656 millones a su filial de componentes Faurecia.

La corporación francesa, que ayer celebró en París su asamblea general de accionistas, comercializó un total de 669.800 vehículos en los tres primeros meses del año, un 1,7% menos, con una importante caída del 17,9% en China y el Sudeste Asiático (152.700 unidades) y una subida del 5,9% en Europa (464.000). En América Latina las ventas alcanzaron los 41.500 vehículos, un 15,5% más. Para el conjunto del año, el grupo que preside Carlos Tavares prevé un crecimiento del mercado del orden de un 4% en Europa y del 5% en China, y un retroceso del 10% en América Latina y del 15% en Rusia.

El consorcio reconoció ayer que en este arranque de año ha tenido que hacer frente a un entorno económico de "fuertes contrastes", ya que se produjo un importante crecimiento de los mercados europeos que vino acompañado de valores de cambio desfavorables (por la fortaleza del euro). De hecho, los volúmenes de ventas mundiales, sin incluir China, sí crecieron un 3,9% gracias a los buenos resultados en Europa, destacó PSA.

El director financiero de la compañía, Jean Baptiste de Chatillon, insistió en una conferencia de prensa con analistas que los datos trimestrales son positivos y que el grupo ha logrado mantener un crecimiento rentable. "Los volúmenes en los mercados mostraron tendencias opuestas, pero el grupo sigue centrado en el crecimiento rentable", apuntó. De Chatillon reconoció que espera que los nuevos lanzamientos en colaboración con Toyota (Jumpy y Expert) y los próximos con General Motors tengan un impacto positivo en las ventas del consorcio a partir del próximo año.

A nivel operativo, el plan *Push to Pass* marca como objetivos la obtención de un beneficio operativo corriente medio del 4% para la división automóvil para el periodo 2016-2018, con una perspectiva del 6% en 2021. Otro de los objetivos consiste en un crecimiento del 10% de la cifra de negocio del grupo entre 2015 y 2018, con el objetivo de alcanzar un 15% extra hasta 2021.