

Ignacio Anasagasti / Madrid

El Grupo PSA ha vendido 1.544.204 vehículos en todo el mundo durante el primer semestre del año, lo que supone un ligero **retroceso del 0,2%** respecto al mismo periodo de 2015, según ha informado la entidad en un comunicado. El consorcio francés ha conseguido salvar sus resultados comerciales, gracias, fundamentalmente, a sus buenos números **en Europa, donde experimentó un crecimiento del 7,4%, hasta las 1.055.875 unidades**, que **representan un 68%** de sus ventas totales.



De las tres marcas de PSA, **Peugeot ha sido la que mejor se ha comportado hasta junio con un crecimiento comercial global del 0,5%**, con **891.335**

vehículos

vendidos; frente a

Citroën y DS, que, con 600.963 y 51.906 unidades

, respectivamente,

finalizaron con unas caídas del 1% y del 2,9%

.

En el **Viejo Continente**, por el contrario, **todas las firmas lograron aumentos de ventas. Peugeot**

, impulsada por mercados como Italia (+17,4%), España (+12,5%) y Países Bajos (+8,8%), **registró un incremento del 7,9%**

, hasta las 601.313 unidades;

Citroën, con sus 413.620 unidades materializadas (+7,2%)

, se anotó su mejor resultado en cinco años, ganando peso en sus principales mercados (Reino Unido, España y Alemania); y

DS

, que sigue ampliando su red comercial,

consiguió un alza del 0,7%, hasta las 40.942 unidades

.

En la segunda región más importante en cuanto a volumen, **China y el sudeste asiático, PSA sufrió un descenso del 19,4%**

, con 296.507 vehículos comercializados, y ninguna marca con números negros. En estos mercados, el grupo tiene muchas expectativas de futuro debido a los planes de internacionalización que está ejecutando y a la fuerte ofensiva de producto que también tiene en marcha, que se concretará, por ejemplo, con el lanzamiento de cinco SUV en los próximos dos años. La estrategia de crecimiento en este segmento se va a ver apoyada industrialmente con la

apertura de una nueva fábrica en Chengdú (China) en septiembre de 2016

.

Otra región que ha contribuido a estabilizar las operaciones comerciales ha sido la de **Latinoamérica**

, que concluyó el semestre con un

aumento del 16,4%

, hasta sumar 88.791 operaciones, superando en volumen por poco a Oriente Medio y África, que finalizó con 87.420 (-13,3%). El crecimiento en América Latina cobra gran importancia si se tiene en cuenta que dicho mercado retrocedió un 8,2%.

Finalmente, en los mercados de India y Pacífico y de Eurasia, PSA no fue capaz de mejorar sus resultados, anotándose, respectivamente, unas caídas del 19,5% y del 0,1%, con 10.458 y 5.153 vehículos vendidos.