



19 de febrero de 2019

Volkswagen Vehículos Comerciales: rentabilidad y ventas récord en el mejor año de su historia en España

- Los concesionarios de la marca cerraron 2018 con una rentabilidad media del 2,5%, por encima de la media del sector
 - Las 18.600 unidades matriculadas suponen el mejor registro de Volkswagen Vehículos Comerciales en nuestro mercado
 - El Crafter, una de las principales palancas de crecimiento, mejoró su resultado cerca de un 40% el pasado año
 - Ya está disponible el e-Crafter, el primer vehículo 100% eléctrico de la gama con el que se inicia la ofensiva eléctrica
 - Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales: "La rentabilidad de nuestra red es uno de nuestros objetivos prioritarios como compañía"
-

Volkswagen Vehículos Comerciales cerró en 2018 el mejor año de la historia de la compañía en España. Un año record en matriculaciones pero también en rentabilidad. "Estoy muy satisfecho con el resultado del pasado año. Hemos crecido y lo hemos hecho de una forma rentable. La rentabilidad de la red de concesionarios es uno de los objetivos prioritarios para la marca", explica Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales.

Las 18.600 unidades matriculadas en 2018 por la marca suponen un incremento del 12,2%, muy superior al del mercado total, que se situó en el 7,7% con 214.207 unidades.

Todos los modelos registraron una evolución muy positiva. Destaca el crecimiento del Crafter: "Contamos con la gama de productos más completa y avanzada del mercado. El año pasado conseguimos incrementar cerca de un 40% las matriculaciones del Crafter. También el Caddy, que es nuestro modelo de mayor volumen, mejoró sus ventas un 3,2% y la gama T6, con un crecimiento del 12%, logró situarse como líder del mercado neto", continúa el directivo.

Además, de los grandes mercados europeos, España fue el único país que creció a doble dígito, un 12%, frente al 4,1% de Alemania, el 0,1% de Italia o el 1,7% de Reino Unido.

"Estos buenos resultados tuvieron su reflejo en la rentabilidad de los concesionarios, que se situó en el 2,5%, por encima de la media del sector. En términos absolutos, la rentabilidad media por concesión en 2018 marcó un nuevo récord", apunta el directivo.

Contacto de prensa

Eva Vicente Martín
Directora de Comunicación y
Relaciones Externas de Volkswagen
Group España Distribución
Eva.vicente@volkswagen.es
+34 91 348 86 34

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Comunicación
Corporativa de Volkswagen y
Volkswagen Vehículos Comerciales
Ana.rivas@volkswagen.es
+34 91 348 86 36



Los buenos resultados de 2018 han tenido continuidad en los primeros compases de este año. Volkswagen Vehículos Comerciales cerró el pasado mes de enero con unas matriculaciones de 1.750 vehículos, una mejora de cerca de un 42% respecto al año anterior. De nuevo, la marca registró un crecimiento muy superior al del mercado total (17.374 unidades matriculadas, +7,9%).

De cara a este año, la marca espera repetir los magníficos resultados de 2018: "Contamos con todas las herramientas para seguir con esta evolución tan positiva. Tenemos un producto puntero y una red de concesionarios que está haciendo un trabajo excepcional y que es cada vez más especializada", explica Teichman.

Palancas de crecimiento

Para Teichman, la magnífica aceptación que están teniendo el Crafter, la gama Life –con un posicionamiento único en el mercado- y los nuevos modelos que llegarán este año, serán las principales palancas de crecimiento en 2019. Un año en el que continuará reforzando la especialización de su red con nuevos servicios enfocados al cliente profesional. "La estrategia de la marca pasa por ser la firma más especializada y profesional del sector de vehículos comerciales" apunta.

En el capítulo de nuevos modelos se enmarca el e-Crafter, recientemente lanzado en el mercado español. El e-Crafter marca un nuevo hito en la historia de Volkswagen Vehículos Comerciales, ya que es el primer vehículo 100% eléctrico de la marca. Con una autonomía de 170 kilómetros y un motor eléctrico con una potencia de 100 kilowatios, se perfila como la solución más eficiente para el reparto de última milla.

Al e-Crafter se sumarán en la segunda mitad del año, las versiones eléctricas del Caddy y del Transporter. De la mano del prestigioso preparador alemán ABT, el nuevo Caddy se ofrecerá en versión Furgón y Kombi y contará con una autonomía de 220 kilómetros. En el caso del Transporter ABT, el rango de autonomía va desde los 208 hasta los 400 kilómetros. Se ofrecerá tanto en configuración Furgón como en la versión Combi, además del Caravelle. Con estos nuevos modelos, la marca potencia su oferta, no sólo en el mercado commerce, sino también en el segmento de vehículos de transporte de pasajeros.

Para Teichman, el objetivo de esta ofensiva de nuevos productos es "posicionar a Volkswagen Vehículos Comerciales como la marca de referencia en movilidad Eco del mercado español de comerciales".



Apuesta por el GNC

Otra de las palancas en las que se apoyará Volkswagen Vehículos Comerciales para seguir creciendo este año será el impulso de los vehículos propulsados por gas natural comprimido (GNC). En este capítulo se inscribe el Caddy GNC, que en 2018 fue líder de su segmento.

“El Caddy GNC ha demostrado que es una muy buena alternativa para aquellos clientes que buscan un vehículo Eco y no quieren renunciar al nivel de autonomía que le ofrece un vehículo con motor convencional”, apunta el directivo.

“Contamos con una de las gamas más completas del mercado, con vehículos GNC, eléctricos, gasolina y diésel. No debemos olvidar que no hay una alternativa mejor que otra, depende de las necesidades del cliente”, explica Teichman.

Mientras, Volkswagen Vehículos Comerciales continúa avanzando en la especialización de su red de concesionarios. “Estamos en un proceso de formación continúa tanto de los profesionales que dan servicio en el área comercial, como de aquellos que trabajan en posventa. La llegada del Crafter, un vehículo puntero y muy avanzado tecnológicamente, así como de nuevos productos estandarizados, requieren de un nivel de especialización máximo”, explica Teichman.

El cliente, en el centro

En este sentido, en el área de posventa se está impulsando el programa ServicePlus que, tras un año de su puesta en marcha, cuenta ya con 22 instalaciones certificadas a las que se añadirán en los próximos meses cinco más.

“El concepto ServicePlus significa para nuestra marca poner nombre y apellido a la especialización de nuestra red implementando estándares de calidad superiores en las concesiones adscritas, con horarios de taller ampliados, más personal cualificado o servicios que aportan un extra al cliente”, explica el directivo.