

Volkswagen Vehículos Comerciales registra los mejores resultados de su historia

Facturación y beneficio operativo establecen nuevos récords

El mix de modelos y a la optimización de costes, vitales para este crecimiento

Nueva generación del Caddy y nuevo T6 preparados para su lanzamiento

Hanover, 18 de marzo 2015 – El pasado año, Volkswagen Vehículos Comerciales entregó 445.000 furgonetas de reparto urbano, vehículos de transporte y pick-ups a nivel mundial (2013: 436.000; +2%). La facturación se incrementó hasta los 9.600 millones de euros (2013: 9.200 millones; +2,2%). El beneficio operativo fue de 504 millones de euros (2013: 448 millones de euros; +12,5%).

El Dr. Eckhard Scholz, presidente del Consejo de Dirección de Volkswagen Vehículos Comerciales, comenta: “Los resultados son excelentes teniendo en cuenta que nuestros modelos no consiguieron alcanzar sus cifras de ventas habituales en Sudamérica, nuestro segundo mayor mercado, debido a la crisis”. Scholz afirmó que en Europa Occidental, todos los modelos, especialmente el T5 y el Crafter, experimentaron una fuerte demanda. Esto ha impulsado los buenos resultados, que se han beneficiado también del efecto positivo del mix de producto.

El crecimiento adicional fue alcanzado gracias a la implementación de esquemas de optimización de costes en todas las áreas de la compañía. “Desde Desarrollo, Adquisición y Producción, Ventas, oficinas y cadenas de montaje, todos los empleados de Volkswagen Vehículos Comerciales identificaron de forma persistente y sistemática medidas que contribuyeran al incremento de los resultados”.

Entregas por modelo

En 2014, las entregas mundiales de Volkswagen Vehículos Comerciales crecieron un 2% hasta los 445.000 vehículos comerciales ligeros de los modelos Amarok, Caddy, Crafter y T5 (2013: 436.000); una cifra ajustada debido las entregas de la furgoneta conocida como T2, cuya producción finalizó a finales de 2013 en Brasil.

El T5 y el Crafter fueron los modelos que aportaron los mayores beneficios. El Caddy superó las cifras del pasado año, mientras que el Amarok registró pérdidas, afirmó Scholz en su informe.

A nivel global, el número de Amarok entregados decreció un 12,2% hasta las 78.100 unidades (2013: 89.000). “En 2014, entregamos un 20% menos de vehículos Amarok en su principal mercado, Sudamérica. Las ventas también decrecieron un tercio en Brasil debido a las condiciones del mercado”.

Las entregas del Caddy a nivel mundial se incrementaron en un 1,6% hasta los 148.900 vehículos (2013: 146.600). “Se produjeron aumentos alentadores en la demanda del Caddy, especialmente en Holanda, pero también en mercados tradicionales para las furgonetas de reparto urbano, como Italia y España”, afirma Scholz.

A nivel global, las ventas del T5 crecieron un 7,9% hasta las 168.600 entregas (2013: 156.300). “En Europa Occidental, hemos vendido un 10% más de modelos T5. Además de Alemania, los mejores mercados para el modelo T fueron Francia y Reino Unido”, afirma Scholz.

Las entregas del Crafter se incrementaron en un 11,6% hasta los 49.200 vehículos (2013: 44.100). “Este crecimiento de las cifras del Crafter en un segmento de vehículos altamente competitivo confirma que estamos en el buen camino con nuestros planes de doblar la producción del sucesor del Crafter en una nueva fábrica”, subraya Scholz. Parece que la iniciativa de ventas ‘Drive#15’ ha ayudado a los distribuidores a ganar nuevos grupos de clientes en Europa, y de forma particular para el Crafter.

Entregas por región

Los mercados de Europa Occidental registraron un crecimiento significativo en 2014. La marca entregó 292.000 vehículos de todas las gamas de modelos, lo que supone un incremento del 6,5% en comparación con 2013, afirmó Scholz. Alemania registró 120.000 entregas, un crecimiento del 4,6%.

Estas cifras también están confirmadas por las nuevas estadísticas de matriculación de vehículos. “Estamos orgullosos de que uno de cada cinco matriculaciones de una furgoneta de reparto urbano, vehículo de transporte o pick-up en el Área Económica Europea provenga de nuestra producción. En Alemania, esta cifra es del uno cada tres”, explica Scholz.

En la región de Asia-Pacífico, las entregas aumentaron un 12,7% hasta las 22.700 unidades. En Europa Oriental, la crisis provocó un decrecimiento en las entregas del 6,1% hasta los 37.700 vehículos. En Rusia, las entregas cayeron un 20,8% hasta las 12.600 unidades.

En Sudamérica, los modelos de Volkswagen Vehículos Comerciales registraron un decrecimiento del 21,7% hasta las 39.300 entregas (2013: 50.200). En Brasil, la complicada situación provocó una caída del 30,8% hasta las 16.900 unidades. Por otro lado, las cifras en Argentina lograron mantenerse al mismo nivel del año anterior con un ligero descenso del 1,3% hasta las 16.500 entregas.

Beneficio operativo 2014

En 2014, la facturación de Volkswagen Vehículos Comerciales creció un 2,2% hasta los 9.577 millones de euros (2013: 9.370 millones), mientras que el beneficio operativo fue de 504 millones de euros (2013: 448 millones de euros). “Estos resultados son destacables y demuestran que la marca va por buen camino. A pesar de las condiciones económicas desfavorables, Volkswagen Vehículos Comerciales alcanzó el mejor resultado operativo de su historia”, destaca Scholz.

“Los resultados de 2014 incluyen también un alto retorno de la inversión (ROI) y nos proveen con una adecuada base financiera para poder invertir en los próximos años”. El ROI de la marca fue del 16,5% y, por lo tanto, muy superior al objetivo mínimo del 9%. “Ahora necesitamos continuar ganando dinero para crecer en los próximos años”.

Tras las nuevas generaciones de los vehículos Caddy 4 y T6, la marca ahora necesita financiar la expansión de nuestras fábricas para poder asegurar el futuro, así como la nueva fábrica para el sucesor del Crafter en Wrzesnia, Polonia. “Continuaremos con nuestros programas de optimización de costes en los próximos años. De esta manera, alcanzaremos resultados sólidos”, destaca Scholz.

Producción en 2014

En 2014, se produjeron un total de 446.100 vehículos, un 2,8% más que en el año anterior. Por motivos económicos, la producción del Amarok decreció hasta las 69.700 unidades. Con un total de 148.100 vehículos, la producción del Caddy se mantuvo en el nivel máximo registrado en 2013. El T5 fue el vehículo más vendido y con un crecimiento del 18,9%, alcanzando las 178.400 unidades. El Crafter, cuya producción se desarrolla en la planta de un partner de Volkswagen, incrementó su producción un 13,4% hasta las 49.900 unidades.

En las plantas de Poznan y Hanover, la producción funcionó a plena capacidad en 2014 para dar respuesta al número creciente de pedidos.

La fábrica de Poznan produjo 175.500 unidades del Caddy y el T5, un 2,7% más que en 2013. El aprovechamiento de la capacidad estuvo muy por encima de sus límites; la línea de montaje, por ejemplo, trabajó durante 21 fines de semana. Al mismo tiempo, la transición del Caddy 3 al Caddy 4 se produjo de forma muy suave en la planta de Poznan. Esto quedó demostrado también por la magnífica presentación estática de la nueva generación de furgonetas de reparto urbano en la fábrica de Poznan, que transmitió a los medios internacionales la vitalidad de esta planta polaca.

En Hannover, la producción está evolucionando del T5 al T6 no con menos éxito, “sobre la marcha”, por así decirlo. La planta principal de la marca en Hanover aumentó su producción un 10,6% hasta las 168.942 unidades del T5 y el Amarok. Debido a la gran demanda del T5, los empleados trabajaron más de 36 turnos extra (2013: ocho turnos extra) durante el año pasado. Además, la producción no programada se llevó a cabo durante 28 fines de semana.

“Nuestras fuerzas de trabajo en Poznan y Hanover fueron intensamente entrenadas para el inicio de la producción del Caddy 4 y el T6. Además de demostrar sobradamente la cualificación necesaria para ello, dominaron constantemente el aumento del número de pedidos para las actuales generaciones de vehículos e incrementaron la producción por encima de los límites de capacidad trabajando horas extra. “¡Nuestros empleados hicieron un trabajo brillante!. La venta anticipada del nuevo T6 empezará en la 17ª semana del año”, afirma Scholz. La presentación a los medios tendrá lugar el 15 de abril en Amsterdam.

“A nivel general, Volkswagen Vehículos Comerciales ha alcanzado su máximo rendimiento en 2014”, sentencia Scholz para concluir. “A pesar de gestionar múltiples cargas de preparación del lanzamiento y un boom de ventas, hemos tenido éxito interceptando a la competencia, y cada vehículo ha sido entregado al cliente a tiempo y con la calidad habitual de Volkswagen”.

Larga historia de éxitos y aniversarios

“Durante los últimos 65 años, el compromiso y el entusiasmo en la fabricación del Transporte se han mantenido intactos”, destacó Scholz. En marzo de 1950, la producción empezó con el T1 en Wolfsburg con diez microbuses diarios. Hoy, la producción diaria solo en Hanover es de una media de 730 vehículos de la gama T.

Hace apenas dos semanas, se cumplieron 60 años de la ceremonia de colocación de la primera piedra de la planta del Transporter en Hanover. Solo pasó un año, de marzo de 1955 a marzo de 1956, hasta que el primer Transporter salió de la línea de montaje de Hanover Stöcken. Actualmente, la producción total se acerca a la cifra de 9,5 millones. La planta ha iniciado las preparaciones para el 60 aniversario del inicio de la producción, que tendrá lugar el año que viene.

“La larga historia de éxitos es una obligación, pero también un incentivo”, subrayó el presidente del Consejo de Dirección. “El mercado demanda vehículos extremadamente fiables, variables e individualizados, y eso es válido tanto para el pasado como para el presente. Ofrecemos nuestros modelos con una calidad superior para cumplir exactamente con cada requisito; ya sea para trabajadores artesanales, comerciantes, proveedores de servicios, familias u ocio”.

En el negocio de vehículos comerciales, la calidad y la puntualidad de las entregas son los valores clave para los clientes que se ganan la vida con un vehículo comercial ligero de Volkswagen, así como la fiabilidad, la seguridad y la retención del valor. En el futuro, esto no va a cambiar, y la nueva generación de vehículo que la marca lanzará al mercado en 2015 así lo va a corroborar: “Tanto el Caddy 4 como el T6 marcarán nuevas referencias en sus segmentos en términos de relación coste-eficacia, eficiencia ecológica y ahorro de combustible, y ello les hará todavía más atractivos para nuestros clientes”, explicó Scholz, que exclamó: “¡Creamos valores!”

Previsiones

En 2015, la marca seguirá renovándose con el objetivo de incrementar su competitividad internacional. Con las nuevas generaciones del Caddy y el T, Volkswagen Vehículos Comerciales ha dado un paso adelante decisivo.

Las fases de construcción completadas de la nueva planta del sucesor del Crafter en Wrzesnia, Polonia, avanzan según lo previsto. Wrzesnia es la elección correcta para la planta del Crafter, sobre todo porque las condiciones generales en el oeste de Polonia son excelentes; se encuentra cerca a la planta de Poznan, que cuenta con años de experiencia en la fabricación del Caddy y el Transporter. El nuevo modelo, que saldrá de la línea de montaje de la nueva planta en otoño de 2016, es de nuevo más que satisfactorio en todas sus fases de desarrollo. “Espero con impaciencia el inicio de la producción en Wrzesnia y el estreno mundial del nuevo Crafter en el Salón Internacional de Vehículos Comerciales de Hanover en 2016”, afirmó Scholz.

El foco también se centra en seguir ampliando las plantas existentes en Poznan y Hanover: “Necesitamos expandir las capacidades de producción para las nuevas generaciones, y es por ello que hemos instalado nueva maquinaria que empezará a funcionar este año y el siguiente”, explicó Scholz. Como ejemplos en la planta principal de montaje de Hanover, Scholz citó la prensa PXL, que empezará en otoño, y el Nuevo Sistema de Montaje de Futuro, que llevará la fabricación automovilística a lo más moderno en términos de diseño ergonómico y tecnología de producción a mediados de 2016.

El acuerdo sobre el futuro desarrollo de la planta, que se firmó en 2014, no solo garantizará puestos de trabajo, también mantendrá la competitividad de la planta a escala internacional. Esto significa que la compañía tiene el objetivo de expandir su negocio con los bastidores de chasis del Crafter, además de dirigirse a nuevos grupos de clientes.