

Volkswagen Vehículos Comerciales anuncia importantes novedades en su gama de modelos

Dr. Eckhard Scholz: "La marca está bien posicionada para el futuro"

El prototipo TRISTAR anticipa las líneas de la futura generación de la gama de modelos T

La demanda del T5 es más alta que nunca; incremento de la producción en la planta del Transporter en Hanover

Hanover, 23 de septiembre 2014 – Volkswagen Vehículos Comerciales ha anunciado una nueva generación de la exitosa gama T, la T6, en la conferencia de prensa del Salón de Vehículos Comerciales IAA. “El IAA es el punto de arranque para que Volkswagen Vehículos Comerciales se embarque en un período que será muy intenso. En 2015, vamos a renovar nuestro modelo más importante: la gama T”, explicó Eckhard Scholz, Presidente del Consejo de Dirección de Volkswagen Vehículos Comerciales.

Durante los primeros ocho meses del año, la marca incrementó un 6% las entregas de la gama T5 a nivel mundial, alcanzando las 108.000 unidades. Solo en agosto, se entregaron un 14% más de furgonetas T5 que en el mismo mes del año pasado. Desde el inicio de 2014, los pedidos recibidos han aumentado de tal forma que la planta principal de montaje de la marca en Hanover, donde se produce la mayor parte de unidades T5, ha alcanzado el límite de su capacidad. Para cubrir la demanda, la planta está trabajando actualmente con un turno extra de noche. La cartera de pedidos sigue llena hasta el primer trimestre de 2015. Así pues, 2014 será otro año de récord para este icono de la marca, que empezó a comercializarse en 1950 y ahora se encuentra en su quinta generación.

Eckhard Scholz, Presidente del Consejo de Dirección de Volkswagen Vehículos Comerciales: “El T5 es nuestro modelo líder en ventas y la demanda sigue alta, por lo que estamos trabajando con turnos extra. El entusiasmo ininterrumpido de nuestros clientes hacia este exitoso modelo es para nosotros un reconocimiento y también un incentivo para hacer del próximo modelo todo un superventas. Ya podemos anunciar que estamos orgullosos de presentar el T6 dentro de un futuro próximo. Incorporará las excelentes características del T5 y también incluirá un montón de innovaciones tecnológicas. El resultado será una vez más un compañero extraordinario, fiable y técnicamente refinado para nuestros clientes en sus actividades comerciales y de ocio. Hasta entonces, el T5 sigue siendo nuestro gran éxito de ventas. ¡El alto nivel de satisfacción de nuestros clientes es una prueba suficiente!”.

Durante los últimos dos años, todos los trabajadores de la marca han trabajado duro para producir el nuevo modelo. El prototipo TRISTAR presentado en el IAA ofrece una perspectiva de algunas soluciones de transporte de mercancías y personas que el T6 proporcionará en el futuro.

Actualmente, la marca está bien posicionada y las entregas han crecido sensiblemente durante la primera mitad de 2014, con 221.000 vehículos comerciales ligeros (220.000 el año pasado).

Entre enero y agosto de 2014, la facturación disminuyó ligeramente un 1% con 4.724 millones de euros (2013: 4.777 millones de euros), debido fundamentalmente a la difícil situación de mercado en Sudamérica. Sin embargo, el beneficio operativo ha crecido un 14% hasta los 280 millones de euros (2013: 246 millones de euros). Este sustancial crecimiento se explica principalmente por la mejora en el mix de modelos, según explicó Scholz. La compañía logró comercializar modelos con un valor más alto y una mayor contribución a los beneficios.

Los resultados se basan en unos resultados de ventas estables y en continuo ascenso en Europa Occidental. "En los primeros ocho meses del año, hemos vendido un 7% más en nuestro mercado más importante. Al mismo tiempo, se incrementaron los pedidos recibidos. Actualmente, uno de cada tres vehículos comerciales ligeros y pick-ups nuevos matriculados en Alemania procede de nuestras plantas de producción; en Europa, la cifra es de uno de cada cinco", subrayó Scholz. En Europa Occidental, Volkswagen Vehículos Comerciales entregó 188.200 vehículos comerciales ligeros entre enero y agosto de 2014 (2013: 175.800; +7,1%)

Por otra parte, los beneficios se redujeron debido a riesgos como los descensos de mercado en Sudamérica y Europa del Este o las pérdidas en el cambio de divisas, especialmente causadas por el peso argentino. Pese a la crisis de Ucrania, Europa del Este se mantuvo sorprendentemente estable con un leve descenso del 0,3% hasta las 25.000 unidades entregadas.

La situación es totalmente distinta en la segunda principal región de ventas. "En Sudamérica, la débil actividad económica en Brasil y Argentina continuará siendo uno de los principales problemas", advierte Scholz. En este continente, las entregas bajaron un 46,5% con 26.500 vehículos comerciales ligeros (2013: 49.400). Sin embargo, las cifras del año pasado también reflejan cerca de 15.000 entregas del T2, que dejó de producirse en Brasil en diciembre, lo que distorsiona un poco la situación.

Actualmente, Volkswagen Vehículos Comerciales está experimentando un amplio espectro de condiciones de mercado distintas en el sector de los vehículos comerciales ligeros a nivel mundial, donde Volkswagen Vehículos Comerciales está representado en más de 100 mercados. Gracias a ello, la compañía es capaz de compensar las pérdidas en regiones individuales a nivel internacional. Las entregas mundiales de la marca crecieron cerca del 1% en relación al mismo período de 2013 (283.500), lo que equivale a 285.900 vehículos comerciales ligeros de los modelos Amarok, Caddy, T5 y Crafter. El Caddy y el Crafter gozan actualmente de una situación de entregas y pedidos entre buena y excelente. Solamente el Amarok sufre algunos descensos debido a los lentos mercados en Sudamérica y Brasil.

Scholz destaca su satisfacción con los resultados en lo que llevamos de año, pero lanza una advertencia en relación a los riesgos macroeconómicos que se vislumbran en el horizonte y que podrían conducir rápidamente hacia un estancamiento económico como resultado de las tensiones políticas alrededor del mundo. El riesgo de otra recesión también sigue existiendo en la zona Euro, especialmente en Francia e Italia. Es por ello que Volkswagen Vehículos Comerciales cumple con el proyecto "Future Tracks" de Volkswagen para implementar de forma sistemática programas de gestión de costes.

Al mismo tiempo, es cada vez más obvia la importancia de una focalización sistemática en las necesidades del cliente. Un producto excelente ya no es suficiente para mantener una ventaja con respecto a los competidores. Durante los últimos años, Volkswagen Vehículos Comerciales ha iniciado un proceso de transformación de fabricante a proveedor de servicios de movilidad.

Esto se refleja en la presencia que la marca tiene en el IAA. Bajo el eslogan "Trabajo. Ocio. Soluciones", Volkswagen Vehículos Comerciales ofrece una diversidad única de soluciones de movilidad para el transporte de mercancías y pasajeros, cumpliendo así las demandas de distintos clientes y comercios.

"Exhibiremos la solución idónea para cada campo profesional y privado en la vida de las personas. Sabemos lo que quieren los clientes y les damos lo que necesitan", explica Scholz. El stand del pabellón 12 está claramente ordenado según los modelos Amarok, Caddy, T5 y Crafter, y muestra cada una de las aplicaciones por grupo de clientes, como vehículos de emergencia, ocio, transporte de pasajeros, servicio y mantenimiento, mensajería y servicios logísticos, comercio y construcción.

El objetivo a medio plazo de la marca, según menciona Scholz, es internacionalizar las plantas de producción y los productos. Para ello, la marca ha inicializado un programa de grandes inversiones, tanto para ampliar las plantas existentes en Hanover y Poznan, como para construir una nueva planta para el Crafter en Wrzesnia, en Polonia, cuyo inicio de producción está previsto para finales de 2016. El sucesor del Crafter será el primer vehículo internacional genuino de la marca, y se podrá lanzar al mercado en una gran variedad de regiones distintas.

Aunque Volkswagen Vehículos Comerciales cuenta con una buena estructura de ventas a nivel internacional, todavía existe un enorme potencial en mercados como Asia, China, Rusia y Estados Unidos. La interconexión de actividades con el segmento de los vehículos comerciales de Volkswagen será de gran ayuda. Volkswagen Vehículos Comerciales está bien posicionado para crear un futuro de éxito y superar a sus competidores internacionales.