



VW ve futuro prometedor ante un 2010 difícil

El fabricante informó que redujo su beneficio neto 80%, hasta los 911 millones de euros, como consecuencia de la crisis económica

EFE
EL UNIVERSAL
WOLFSBURG JUEVES 11 DE MARZO DE 2010

El grupo Volkswagen, que el pasado año redujo su beneficio neto 80%, hasta los 911 millones de euros, como consecuencia de la crisis económica y financiera global, prevé un 2010 difícil pero mejor que 2009.

"Los mercados en Europa occidental y en Alemania se resentirán, pero al mismo tiempo asistiremos a un crecimiento en China, Brasil y Estados Unidos", afirmó hoy el consejero delegado del grupo alemán, Martin Winterkorn.

En una rueda de prensa celebrada en la sede central de VW en la ciudad alemana de Wolfsburg, Winterkorn pronosticó que la tendencia básica es "positiva" y que es de prever que el mercado mundial crezca entre 53 y 54 millones de vehículos.

"Somos conscientes de que 2010 no será un año fácil, si bien nuestra estrategia se mantendrá anclada en la expansión y en la consolidación de posiciones competitivas", dijo Winterkorn, que añadió a esos objetivos el de "una integración exitosa de Porsche en el grupo y la asociación con Suzuki".

Winterkorn declaró que la producción y las ventas responden a las tendencias, que calificó de "muy flexibles" en un contexto económico que se mantendrá todavía incierto.

Reiteró el compromiso del grupo por la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías, aspectos en los que VW invierte anualmente ocho mil millones de euros, pero también en la reducción de costos y en la disciplina financiera.

Adelantó que el grupo, que integran las marcas VW, Seat, Audi, Skoda, Bentley, Lamborghini y Skania, invertirá en la división automotriz 26 mil 600 millones de euros entre 2010 y 2012.

Las inversiones en propiedad, plantas y equipos rondarán los 19.900 millones de euros, de los que la mitad se invertirán en Alemania.

Winterkorn reiteró la estrategia del grupo hasta 2018, muy marcada por la expansión de los mercados de futuro, especialmente en China India y América Latina.

VW espera que el mercado chino crezca hasta 2018 50%, que el indio se duplique en el mismo periodo y que las oportunidades en América del sur y Europea del Este se multipliquen.

Winterkorn añadió respecto a Estados Unidos que VW no está bien representado por el momento, por lo que la meta de vender un millón de vehículos anuales en ese país en 2018 sigue siendo válido.



PREVÉ AÑO DIFÍCIL. VW reiteró el compromiso por la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías. (Foto: Archivo EL UNIVERSAL.)

En China, donde VW invertirá en modelos diseñados para ese mercado cuatro mil 400 millones de euros en los próximos dos años, el grupo automovilístico alemán espera vender más de dos millones de unidades a medio plazo.

En Brasil, VW invertirá en la expansión y nuevos modelos dos mil 300 millones de euros hasta 2014, cuando el grupo espera aumentar sus ventas anuales a un millón de unidades.

Winterkorn reiteró como parte de su estrategia de futuro la vocación de VW con los modelos respetuosos con el medioambiente y muy especialmente con la innovación.

mdz