

CAMIONES I

Se espera otro año con récord de ventas

Las marcas, que aún festejan los números de 2007, dicen estar preparadas para satisfacer cualquier demanda

tomotriz mencionan cifras que impresionan: "El incremento de pedidos fue del orden del 45%", aseguró Mario Salazar, gerente de ventas de Scania Argentina.

Salazar estima que, en general, "2007 fue un año importantísimo para toda la industria, especialmente en el rubro que estamos nosotros, porque varias marcas han tenido sus presentaciones". Al ritmo actual, hace rato que Scania tiene en la Argentina su segundo mercado en importancia en América latina, que representa el 20% de las ventas mundiales, luego del brasileño.

Dos firmas reconocidas en el ámbito automotriz que están volcando muchos esfuerzos en la rama de los vehículos pesados son Ford y Renault. "El año pasado fue muy importante para esta industria. Tras cinco años de crecimiento sostenido, volvimos a tener números positivos, ya que subió un 20% el volumen de patentamientos respecto de 2006", comentó Francisco Molina Pico, gerente de marketing de Ford. La firma estadounidense, instalada desde hace muchos años en General Pacheco, cree que el mercado exigirá todavía más: "Seguramente en 2008 subirán los porcentajes. Nos preparamos anticipadamente para poder cubrir la demanda", desafió Molina Pico.



En Ford se preparan para una demanda aún mayor; Renault festeja un aumento de ventas del 25% en 2007

de acuerdo a los diferentes modelos, pero "decir que existió un retraso generalizado en las entregas no sería realista -sostuvo- estamos operando con una reducción significativa de los inventarios de los diferentes canales de venta, pero fluctuantes respecto de cada segmento y de sus industrias afines. Como la demanda es creciente a nivel regional, esta situación está siendo resuelta con una muy importante inversión que se anunció tres meses atrás con el fin de aumentar la capacidad productiva de nuestra planta de San Bernardo, Brasil".

En Renault, la preocupación por los plazos de entrega directamente no existe, según Petitjean, ya que "afortunadamente, tenemos plazo de entrega más corto que nuestra competencia, dado que poseemos un sistema industrial CKD, ensamblando en Uruguay los vehículos que vienen de Europa. Esto nos permite tener una mayor flexibilidad para incrementar los volúmenes de producción".

A Renault también los números le sonríen y lo explicó claramente Patrick Petitjean, director general de Renault Trucks Argentina y vicepresidente de la firma para América latina y el Caribe. "Las ventas crecieron un 25% respecto del año anterior, terminando con 800 unidades vendidas y 670 patentadas", dijo. Para 2008 el número mágico será 1000 unidades, según Petitjean, "lo cual equivaldría a lograr un 10% de participación de mercado".

Plazo de entrega

Un tema delicado que tocaron los directivos fue el de los plazos de entrega que, ante la fuerte demanda fueron estirándose, a veces a tal punto de incomodar a los clientes. En Scania, Sa-

lazar cree que "el momento feliz que estamos viviendo en cuanto a las ventas no nos nubla la vista; sabemos que la fuerte demanda trae aparejada una responsabilidad en las entregas y trataremos de acercarnos a lo que pretenden los clientes".

En Volvo apuntan con orgullo a las nuevas instalaciones de General Pacheco, una inversión de US\$6 millones, "servirán para tener una presencia más firme en el mercado -aseguró Capelle-, porque sabemos que nuestros clientes precisan de una completa red de servicios posventa en todo el país".

En Ford, Molina Pico no se alarma por la fuerte demanda. Para el caso de Ford Camiones, el crecimiento alcanzó a generar algunos retrasos particulares,

Redacción Expotrade



El automovilista promedio trata de evitar las rutas de mayor circulación, como las nacionales 5, 7, 8 o 9. El argumento más escuchado es: "Están llenas de camiones". Y no es sólo una impresión, realmente están cargadas de camiones y las cifras que manejan las principales terminales lo confirman. El sector, una vez más, mostró un crecimiento notable en las ventas y va por nuevos récords en 2008.

Sin hablar de porcentajes, Christian Capelle, presidente de Volvo Trucks & Buses, dio los números: en 2007 la firma vendió 390 unidades y este año proyectan vender 600. El máximo desafío: "Vender 1000 unidades en 2010", afirmó.

Con ese crecimiento a la vista, los principales directivos de la división vehículos pesados de la industria au-

NUEVO IVECO DAILY
EL LIMITE LO PONÉS VOS.

DAILY
ADN PROFESIONAL

Robustez y Diseño. De eso se trata la nueva gama Daily. Camiones genéticamente modificados para realizar el trabajo de un utilitario, con todo el diseño y las comodidades de un auto. El aliado más fuerte y confiable por sus mejoras, su poder de carga y la solidez de cada una de sus partes. Subite a un Daily. Y pensá, ¿es un pequeño camión o un gran auto?

IVECO
LLEGA MÁS LEJOS

www.iveco.com.ar