

Una promoción a tasa cero colapsó a concesionarias

16/12/2024



El mercado automotor atraviesa un período de intensa actividad justo en los últimos días del año. Las concesionarias buscan cumplir sus objetivos comerciales y, en algunos casos, recurren a promociones y estrategias que generan un fuerte impacto en los compradores.

Una situación llamativa ocurrió con Volkswagen, que se vio obligada a suspender un plan de financiación debido a una demanda mucho mayor a la anticipada.

Volkswagen, posicionada como la segunda marca en ventas en el país, lanzó el pasado jueves la campaña «VW Weeks». **Esta iniciativa ofrecía créditos con tasa 0% y plazos que iban de 12 a 30 meses**, aplicables a todos los modelos de su línea. La propuesta captó de inmediato el interés de compradores que buscaban alternativas accesibles en un contexto competitivo.



Las concesionarias tuvieron que frenar una promoción de Volkswagen.

Durante los primeros días de la campaña, se registraron unas 500 operaciones diarias, **acumulando cerca de 1.250 en dos días y medio**. Este volumen superó en poco tiempo el promedio mensual de la automotriz, que hasta ese momento llevaba patentados unos 1.400 vehículos. La red comercial, desbordada por la alta demanda, no pudo sostener el ritmo de ventas, lo que llevó a la empresa a suspender la financiación el sábado por la tarde.

Ajuste de estrategias y planificación interna

La interrupción del plan fue comunicada a la red comercial a través de una circular, que anticipó el lanzamiento de nuevas condiciones a partir del lunes. Volkswagen reconoció que el éxito del programa había excedido cualquier previsión inicial. Según estimaciones internas, de no haberse suspendido la financiación, **las operaciones habrían alcanzado unas 5.000 unidades**, una cifra imposible de abastecer tanto con

producción local como con vehículos importados.

El domingo, sin actividad en concesionarios, permitió a la automotriz revisar la estrategia y definir los ajustes necesarios para el relanzamiento. Se espera que las nuevas condiciones mantengan parte del atractivo inicial, pero con un enfoque más equilibrado que permita atender la demanda sin comprometer el suministro.



Competencia en el segmento de pickups

Un aspecto más de esta situación se relaciona con la competencia en el segmento de pickups. Aunque Toyota lidera este mercado con la Hilux, **Volkswagen y Ford mantienen una rivalidad cerrada por el segundo lugar.** En lo que va del mes, la Ranger supera por pocas unidades a la Amarok, pero el plan «VW Weeks» pudo haber dado un impulso significativo a las ventas de esta última.

El monto ofrecido de \$30.000.000 a tasa 0% en plazos extendidos habría favorecido la colocación de la Amarok en las

últimas 48 horas. **Los próximos reportes de patentamientos serán clave para determinar si este modelo logra superar a la Ranger en el ranking mensual.** Mientras tanto, la estrategia de financiación agresiva resalta el papel central de estos planes en un mercado que se mantiene en constante competencia.

Volkswagen encara el cierre de año con un balance positivo de la campaña y con ajustes necesarios para mantener el ritmo. Este episodio muestra cómo las estrategias de financiación pueden impactar de manera inmediata en las ventas y en la dinámica general del mercado automotor.

Fuente: La Mañana de Neuquén