

## NISSAN quiere el liderazgo en el sector de vehículos comerciales ligeros

En los cinco años de duración del plan empresarial, bautizado de Nissan GT 2012, la compañía lanzará 13 nuevos vehículos comerciales ligeros. El sector de los vehículos comerciales ligeros seguirá siendo uno de los pilares de crecimiento de Nissan durante el plan empresarial Nissan GT 2012, anunciado el 13 de mayo por el Presidente y CEO de la marca japonesa, Carlos Ghosn.

Nissan se ha fijado unos compromisos concretos para el sector de furgonetas durante los cinco años que durará el plan:

- Doblar los ingresos generados por las ventas de LCV para el año fiscal 2012 en comparación con el año fiscal 2007.

- Alcanzar el máximo nivel de satisfacción de los clientes en el mercado de LCV a nivel mundial en 2012.

La base de este plan empresarial serán las inversiones sustanciales en nuevos productos. A finales de 2012, Nissan habrá lanzado 13 nuevos vehículos comerciales ligeros. Además, en septiembre de este mismo año iniciará la venta de LCV en Rusia, y en 2010 lo hará en India y Estados Unidos.

Andy Palmer, Vicepresidente Corporativo de la Unidad de Negocio de LCV de Nissan Motor Co., Ltd., aseguró: «Las ventas de LCV de Nissan han crecido hasta alcanzar límites sin precedentes para nuestra marca, y tenemos la intención de convertirnos en líderes de este mercado a nivel mundial en 2012.» «Para incrementar nuestro negocio seguiremos centrándonos en dar respuesta a las necesidades de los clientes de LCV en todo el mundo y en ofrecerles productos avanzados y seguros que faciliten sus labores profesionales diarias», señaló Palmer.

### Resultados de Nissan en el sector de furgonetas

### Resultados de Nissan en el sector de furgonetas durante el año fiscal 2007 y del periodo de vigencia del plan empresarial Value-Up

Durante el año fiscal 2007 Nissan vendió 519.703 unidades de LCV en todo el mundo, hasta alcanzar un beneficio operativo consolidado que superó el 8%. La camioneta Pick-up NP300 (también vendida como Frontier en algunos mercados) fue el modelo de Nissan más vendido en esta categoría, con 71.678 unidades. China, con un total de 151.088 unidades, fue para Nissan el mercado con el mayor volumen de ventas de LCV, seguida por Japón con un total de 121.790 unidades.

Durante el periodo de vigencia del plan empresarial Nissan Value-Up (año fiscal 2005&ndash;año fiscal 2007), el sector de LCV ha sido identificado por primera vez como uno de los pilares comerciales de la compañía. Los compromisos de este plan empresarial incluían el aumento del volumen de ventas en un 40% hasta alcanzar las 434.000 unidades, y doblar el beneficio operativo consolidado hasta el 8% al cierre del año fiscal 2007. Ambos compromisos se alcanzaron un año antes de lo previsto.