

**Date:** 05/03/2012

**Source:** Many Blogs – CMT

**Impact:** +

**Banner:** 2

**Title:** Michelin bets to reinforce its world presence

**Summary:** Michelin seeks to increase 25 % the volume of its sales. It foresees that the sales on the mature market stimulates an increase in those who are in development, so that its world market share could reinforce forceful - that even he is in expansion - and to develop business processes of agreement with its sales.

## Michelin apuesta por reforzar su presencia mundial

Febrero 26, 2012 | Filed under: Lanzamientos / Corporativo | Posted by: Prensa CMT

En el período 2011-2015, el Grupo Michelin aspira lograr un incremento de 25% en sus volúmenes de ventas con un resultado operacional positivo de 2.500 millones de euros.

Según fuentes oficiales, para este año Michelin prevé que las ventas se mantengan estables en mercados maduros y se logre un incremento significativo en aquellos que están en desarrollo (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica – BRICS), para esto es necesario mantener activo el pilotaje de los precios versus al encarecimiento de las materias primas. La presencia global del Grupo de acuerdo con una estrategia integral está orientada a abordar asertivamente los mercados emergentes, favoreciendo el incremento de su participación en ellos y la rentabilidad de la compañía.

El Grupo Michelin sigue reforzando su participación en el mercado mundial, que aún continúa en expansión, identificando y desarrollando procesos comerciales de acuerdo con sus ventajas competitivas (posición de líder en el segmento de neumáticos Premium y otras categorías especializadas: Ingeniería Civil, Minería, Manutención Portuaria e Infraestructura, Agrícola, Aviación, Dos Ruedas, Equipos Originales y de Repuesto). Según la compañía, las perspectivas de desarrollo en países emergentes son más favorables que en Europa, motivo por el cual se espera la apertura de nuevas plantas en Brasil, China e India.

*"Es así como la empresa aspira lograr un incremento de 25% de crecimiento en 5 años y seguir generando un flujo de caja positivo. Como parte de este proceso la marca ha introducido nuevos programas para mejorar la competitividad de sus operaciones de manufactura y servicios. Entre otras funciones, implementará un plan de inversiones fuerte por el orden de 1.900 millones de euros", comentó el gerente general de Michelin Venezuela, Francois David.*

Vale recalcar que las metas de 2012 reforzarán de alguna manera las acciones realizadas por la marca mundialmente durante el pasado año: "Lanzamientos de los neumáticos Pilot Super Sport, Primacy3, Michelin Energy™ XM2, Michelin X Energy XDA ONE™, Michelin X®™ 3D MultiWay, y el suministro de neumáticos para el primer avión comercial de China COMAC C919", concluyó el Gerente General.

En Venezuela, la marca contribuirá con la ejecución de la estrategia mundial, trasladando procesos emprendidos por el Grupo en otras regiones. "Mantenemos nuestro compromiso con el desarrollo del sector automotriz en Venezuela, y apostamos a una oferta de servicios eficiente que responda a un proceso de innovación, emprendimiento y compromiso con nuestros consumidores", concluyó David.

Texto: Unidad Creativa de Comunicaciones -UCC

