



13 de enero 2020

Volkswagen Turismos cierra 2019 con éxito

- La marca Volkswagen impulsa las entregas globales un 0,5% respecto a 2018, hasta los 6,28 millones de vehículos
- Incremento de las entregas en Europa, Sudamérica, Asia-Pacífico y EE.UU.
- Se entregaron más de 80.000 vehículos electrificados (+60%)
- Ralf Brandstätter, director de Operaciones de Volkswagen: “Con el ID.3¹ y el Golf 8, hemos presentado con éxito nuevos productos pioneros y nos hemos enfocado de forma consistente a potenciar el beneficio. La hoja de ruta de la transformación digital que hemos acordado con los representantes de los empleados, y que se implementará próximamente, también supondrá una contribución clave a la mejora de la eficiencia y a la salvaguarda del futuro. Gracias al fantástico rendimiento del equipo, hemos superado el alto volumen de entregas de 2018, a pesar de un contexto de mercado difícil”.
- El responsable de Ventas del Comité Ejecutivo de Volkswagen, Jürgen Stackmann: “En 2019, hemos reforzado de forma significativa nuestra posición en el mercado global con mejoras considerables de la cuota de mercado. Es una clara señal de la fuerza de nuestra marca, la competitividad de nuestros productos y servicios y el rendimiento de nuestra organización en ventas”.

Wolfsburg – En 2019, la marca Volkswagen entregó 6.278.300 vehículos en todo el mundo, superando la cifra del año pasado en un 0,5%. Por lo tanto, en un mercado general en fase de contracción, la marca amplió de forma significativa su cuota de mercado. Logró crecer en volumen en Europa, Sudamérica, Asia-Pacífico y EE.UU. Comparado con el año anterior, el interés de los clientes en los modelos electrificados creció de forma considerable. Se entregaron más de 80.000 vehículos eléctricos, lo que supone un notable incremento del 60%.

Ralf Brandstätter, director de Operaciones de Volkswagen: “El 2019 ha sido un año importante para la marca Volkswagen. Con el ID.3 y el Golf 8, hemos presentado con éxito nuevos productos pioneros y nos hemos enfocado de forma consistente a potenciar la rentabilidad. La hoja de ruta de la transformación digital que hemos acordado con los representantes de los empleados y que se implementará próximamente también supondrá una contribución clave a la mejora de la eficiencia y a la salvaguarda del futuro. Seguiremos trabajando en los costes de forma disciplinada, para poder realizar las inversiones necesarias en el futuro. Gracias al fantástico rendimiento del equipo, hemos superado el alto volumen de entregas de 2018, a pesar de un contexto de mercado difícil”.

El responsable de Ventas del Comité Ejecutivo de Volkswagen, Jürgen Stackmann: “En 2019, hemos reforzado de forma significativa nuestra posición en el mercado global con mejoras considerables de la cuota de mercado. Es una clara señal de la fuerza de nuestra marca, la competitividad de nuestros productos y servicios y el rendimiento de

Contacto de prensa
Volkswagen Comunicación
Christoph Oemisch
Portavoz Ventas & Marketing
Tel. +49 (0) 5361 / 9-18895
christoph.oemisch@volkswagen.de

Dr. Marc Langendorf
Director de Comunicación
Corporativa
Tel. +49 (0) 5361 / 9-34474
marc.langendorf@volkswagen.de



More at
volkswagen-newsroom.com



nuestra organización en ventas. Me gustaría dar las gracias a nuestros clientes, así como a nuestros socios comerciales y sus equipos, por su confianza, lealtad y compromiso apasionado”.

Durante 2019, la marca Volkswagen siguió adelante con la electrificación. Respecto al año anterior, el número de vehículos electrificados entregados creció un 60% hasta las 80.000 unidades. Más de la mitad de estos clientes optó por un vehículo totalmente eléctrico, y el resto eligió un híbrido enchufable.

Una vez más, el modelo más popular fue el e-Golf², con más de 35.000 unidades entregadas.

Las entregas en las regiones y mercados en **2019** se desarrollaron como sigue:

En **Europa**, Volkswagen entregó 1.763.800 vehículos, lo que supone una subida del 0,9%. En **Europa Occidental**, se entregaron 1.496.200 vehículos a los clientes, lo que corresponde a un crecimiento del 1,8%. Con un 5,3%, el crecimiento fue aún más pronunciado en el mercado de **Alemania**, donde 569.900 clientes compraron un nuevo vehículo. En **Europa Central y del Este**, las entregas cayeron un 4% hasta los 267.600 vehículos.

En **América del Norte**, las entregas totales se redujeron un 1,6%, hasta los 564.900 vehículos. Sin embargo, la evolución en los distintos mercados fue variada. En **EE.UU.**, la marca creció un 2,6% hasta los 363.400 vehículos en un mercado general en fase de contracción, por lo que amplió su cuota de mercado. En **México**, el cambio de estrategia de la marca hacia una mayor orientación a los beneficios trajo sus frutos. En los segmentos de mercado con márgenes más pequeños, la gama se ha reducido, aceptando de forma deliberada la caída en volumen. En un mercado general en fase de contracción, las entregas retrocedieron un 10,3% hasta los 132.400 vehículos.

En **Sudamérica**, donde el mercado general se contrajo, la marca registró un crecimiento del 3,7% hasta los 491.500 vehículos. La marca logró así una expansión significativa de su cuota de mercado. La tendencia positiva fue impulsada por **Brasil**, donde 391.800 clientes optaron por un nuevo Volkswagen (+16,7%). En **Argentina**, la marca también se vio afectada por una severa contracción del mercado general en un entorno económico difícil. Las entregas en el país cayeron un 40,6% hasta los 55.900 vehículos.

En la región **Asia-Pacífico**, la marca Volkswagen incrementó sus entregas en un 0,8% hasta los 3.312.500 vehículos. En **China**, el mayor mercado de la marca, las entregas crecieron un 1,7% hasta los 3.163.200 vehículos, a pesar de la contracción del mercado general. Por lo tanto, Volkswagen se mantuvo como la marca más popular y amplió significativamente su cuota de mercado. Uno de los factores decisivos de esta tendencia positiva fue la ofensiva de producto para cubrir segmentos de mercado adicionales, que fue muy bien recibida por los clientes. Desde su lanzamiento en septiembre, la nueva submarca JETTA ha entregado 43.000 vehículos a los clientes y es, por lo tanto, la marca nueva que más éxito ha cosechado en China en los últimos años. Al mismo tiempo, Volkswagen ha seguido con su ofensiva eléctrica y ahora ofrece siete modelos electrificados en China.

Resumen de las entregas de la marca Volkswagen:

Nota de prensa



Entregas a clientes por mercados	Diciembre 2019	Diciembre 2018	Cambio (%)	Ene.-Dic. 2019	Ene.-Dic. 2018	Cambio (%)
Europa	130.300	140.100	+7,5%	1,747.900	1,763,800	+0.9%
Europa Occidental	106.400	116.400	+9,4%	1,469.200	1,496,200	+1.8%
Alemania	39.300	44.500	+13,0%	541.200	569,900	+5.3%
Europa Central y del Este	23.900	23.700	-1,1%	278.700	267,600	-4.0%
Rusia	11.200	9.800	-12,5%	106,100	104,400	-1.6%
América del Norte	49.700	45.800	-7,9%	573,800	564,900	-1.6%
Estados Unidos	32.000	27.900	-12,9%	354,100	363,400	+2.6%
Sudamérica	39.600	46.600	+17,6%	474,000	491,500	+3.7%
Brasil	31.600	39.100	+23,8%	335,800	391,800	+16.7%
Asia-Pacífico	305.200	369.800	+21,2%	3,287,100	3,312,500	+0.8%
China (incl. HK)	289.900	354.200	+22,2%	3,110,000	3,163,200	+1.7%
Mundial	540.600	615.200	+13,8%	6,244,900	6,278,300	+0.5%

1. ID.3: Este vehículo todavía no está a la venta en Europa.

2. e-Golf: consumo de energía, kWh/100 km: combinado 13,8 – 12,9; emisiones de CO₂ combinadas, g/km: 0; categoría de eficiencia: A+.