



14 de marzo 2018

Un ejercicio 2017 exitoso: la marca Volkswagen implementa eficazmente la ofensiva de producto e innovación

- Entregas, facturación y resultados mejoraron en 2017
- La rentabilidad operativa sobre las ventas mejoró hasta el 4,1%
- Buen progreso del reposicionamiento estratégico; los preparativos para la ofensiva eléctrica avanzan según lo previsto
- Herbert Diess: "Estamos yendo en la buena dirección. Estamos reforzando nuestros cimientos para convertir a Volkswagen en el líder mundial de la movilidad eléctrica en 2025"

Wolfsburg – La marca Volkswagen puede felicitarse por el exitoso ejercicio 2017. La marca vendió 6,23 millones de vehículos y mejoró su facturación hasta los 80.000 millones de euros. Por primera vez en cinco años, el resultado operativo antes de extraordinarios creció, alcanzando el nivel más elevado desde 2012, con 3.300 millones de euros. La rentabilidad sobre las ventas (antes de extraordinarios) mejoró, pasando de un 1,8% en 2016 a un 4,1%. Por lo tanto, la marca Volkswagen superó sus objetivos para el 2017.

"El 2017 demostró la fuerza de Volkswagen y de sus empleados. Hemos invertido la tendencia y nos hemos vuelto significativamente más competitivos en todas las áreas. La implementación de nuestra estrategia TRANSFORM 2025+ está progresando satisfactoriamente y logrando resultados notables. Desde el Pacto de Futuro hasta las estrategias regionales, pasando por la ofensiva SUV, todas las iniciativas están contribuyendo al buen desarrollo de Volkswagen. Tenemos la intención de usar este impulso para acelerar el paso de la implementación de nuestra estrategia en 2018", dijo el Dr. Herbert Diess, consejero delegado de la marca Volkswagen.

Mejoran todos los indicadores financieros

En total, 6,23 millones de vehículos fueron entregados a los clientes el año pasado, con un incremento del 4,2% respecto al año anterior. Tres modelos Volkswagen, el Golf, el Tiguan y el Polo, están entre los 10 más vendidos del mundo. El mayor crecimiento registrado por Volkswagen tuvo lugar en el segmento SUV. Las ventas del Tiguan crecieron en 200.000 unidades respecto al año pasado, hasta un total de 720.000 vehículos. El Atlas,

Contacto de Prensa

Volkswagen Comunicación

Peik von Bestenbostel
Director de Comunicación
Marca Volkswagen
Tel: +49 (0) 5361 9-26655
peik.bestenbostel@volkswagen.de

Christoph Adomat
Director de Comunicación Corporativa
Marca Volkswagen
Tel: +49 (0) 5361 9-86266
christoph.adomat@volkswagen.de



More at

volkswagen-media-services.com



disponible en EE.UU., y su hermano chino, el Teramont, también superaron las previsiones apenas unos meses después de su lanzamiento. Volkswagen también está registrando una demanda considerable por el T-Roc, que ha estado disponible desde otoño de 2017. Uno de cada siete Volkswagen vendidos ya es un SUV, y está previsto que esta proporción suba hasta el 40% hasta 2020.

La fuerte demanda por los productos de la marca Volkswagen conllevó un aumento significativo de la facturación, que se situó en 80.000 millones de euros, lo que supone un incremento del 8% respecto al resultado del año pasado, tras el ajuste por los cambios estructurales.

También hubo un desarrollo positivo en las ganancias de la marca. El resultado operativo (EBIT) antes de extraordinarios creció casi un 77%, hasta los 3.300 millones de euros, y se produjo una notable mejora correspondiente en la rentabilidad operativa sobre las ventas, que se situó en un 4,1%. En un principio, la marca se había marcado un objetivo de rentabilidad de entre el 2,5 y el 3,5% para 2017, previsión que luego ajustó y dejó ligeramente por encima de esta banda objetivo durante el transcurso del año. Los extraordinarios derivados de la crisis del diésel tuvieron un impacto negativo de 2.800 millones de euros sobre el resultado operativo de 2017 (2016: 5.200 millones de euros)

La ofensiva SUV y el Pacto de Futuro fueron los principales impulsores del resultado operativo

Los principales factores ligados al desarrollo positivo del resultado fueron los efectos de volumen y la mejora del mix de ventas. Además, fue posible reducir los costes de producción. En este contexto, la concentración en la plataforma modular transversal (MQB) surtió efecto. En 2017, el 40% de todos los vehículos entregados estaban basados en la MQB, casi el doble que en 2015. A lo largo de los próximos años, esta tendencia positiva será cada vez más visible. A pesar de la actual ofensiva de modelos, los costes fijos sólo registraron un ligero aumento.

El Pacto de Futuro está realizando una contribución clave a la mejora de la competitividad. Las medidas acordadas tendrán un impacto positivo de 3.700 millones de euros sobre el resultado a partir de 2020, de los que 3.000 millones serán solo en Alemania. El año pasado, se firmaron todos y cada uno de los 9.200 contratos de prejubilación parcial necesarios, y estos entrarán en vigor de forma paulatina hasta el 2020. La productividad de las plantas germanas también ha mejorado. En especial, se llevaron a cabo



mejoras significativas en las plantas de Wolfsburg (Tiguan y Touran), Emden, Salzgitter y Kassel.

Regiones: los planes de cambio están surtiendo efecto

Las regiones también fueron un factor de éxito clave durante el ejercicio 2017. Volkswagen fue capaz de ganar cuota de mercado en todas las grandes regiones del mundo y de reforzar su posicionamiento en el mercado, con modelos desarrollados específicamente para esas regiones. En EE.UU., Volkswagen registró un aumento en las entregas (+5,2%) por primera vez desde 2013, a pesar de la contracción general del mercado. En Rusia (+20,4%) y Sudamérica (Brasil: +19,7%), la marca registró crecimientos de doble dígito. En China, Volkswagen mejoró sus entregas en un 5,9% y se convirtió en la primera marca del mundo en entregar más de 3 millones de vehículos en un solo mercado.

Herbert Diess: "Estamos yendo en la buena dirección. Con nuestros resultados mejorados, la marca está contribuyendo de forma decisiva al éxito de todo el Grupo. Sin embargo, esto es tan sólo el principio. Seguir progresando en nuestro negocio principal nos permitirá reforzar nuestros cimientos, para convertir a Volkswagen en el líder mundial de movilidad eléctrica en 2025".

Ofensiva eléctrica: una nueva división en el Comité Ejecutivo, "Movilidad Eléctrica"

En 2018, Volkswagen seguirá intensificando los preparativos para su ofensiva eléctrica. La nueva división del Comité Ejecutivo, "Movilidad Eléctrica", dirigida por Thomas Ulbrich, reunirá las actividades eléctricas de la marca y servirá para anclar esta área de futuro clave en el Comité Ejecutivo.

A partir de 2020, la marca Volkswagen tiene previsto introducir una nueva generación de coches totalmente eléctricos, basada en la plataforma modular de electrificación (MEB). Los preparativos para esta ofensiva avanzan según lo previsto. Con una inversión de cerca de 1.000 millones de euros, la marca transformará la planta de Zwickau en el centro de competencia europeo para la movilidad eléctrica, y producirá allí todos los vehículos MEB para el mercado europeo. En un futuro, hasta 1.500 vehículos MEB saldrán a diario de la cadena de montaje de la planta. Están previstos otros centros de competencia en China y América del Norte. Esto significa que la próxima generación de coches eléctricos se lanzará prácticamente al mismo tiempo en las tres regiones principales.



El primer modelo de la familia I.D., el Volkswagen I.D., se lanzará en 2020. Le seguirán, a intervalos cortos, otros modelos, incluyendo un SUV eléctrico (el I.D. CROZZ) y el I.D. BUZZ, el autobús del futuro. Con el I.D. VIZZION, Volkswagen ofreció, hace tan solo unos días, un primer vistazo sobre cómo será el futuro buque insignia de la familia I.D. El prototipo pone de manifiesto el considerable potencial de la MEB. Además de los propios vehículos, Volkswagen también está desarrollando un ecosistema completo, desde el punto de carga con energía verde hasta los servicios digitales, para que el cambio a un coche eléctrico sea tan simple y atractivo como sea posible.

"La fuerte demanda por el e-Golf demuestra que el coche eléctrico está cada vez más implantado. Cuando la tecnología y el precio son adecuados, los clientes se muestran dispuestos a hacer el cambio. Con la familia I.D., tomaremos el liderazgo del movimiento eléctrico", dijo Diess.

Previsiones para 2018: las entregas, la facturación y los beneficios seguirán mejorando

Volkswagen ha arrancado con buen pie el ejercicio financiero 2018. En enero y febrero, la marca entregó más de 940.000 vehículos en todo el mundo, superando en un 6,5% la cifra de los dos primeros meses de 2017. La tendencia fue especialmente al alza en el mercado local de la marca, Alemania, con un incremento del 13,3% en entregas.

De cara al resto del año, la marca Volkswagen quiere continuar con esta tendencia positiva y seguir mejorando en entregas, facturación y beneficios. La ofensiva SUV se intensificará aún más, con hitos como el lanzamiento del nuevo Touareg. A finales de 2018, Volkswagen entrará en un segmento completamente nuevo con el T-Cross. Además, este año la marca tiene previsto lanzar cuatro nuevos SUVs específicos para el mercado chino.

La marca seguirá trabajando en la rentabilidad durante el año 2018. Con las medidas acordadas bajo el Pacto de Futuro, la productividad en las plantas alemanas crecerá un 7,5%. Volkswagen espera que el desarrollo también siga siendo positivo en el resto de regiones, especialmente en Norteamérica, Brasil y Rusia.

Durante este y los próximos años, la marca afrontará desafíos severos pese a su mejor competitividad. Estos incluirán la transición a la nueva normativa de consumo WLTP, el cumplimiento de los objetivos de flota de



CO2 y el arranque de la ofensiva eléctrica. Pese a todos estos efectos, la marca Volkswagen se ha marcado el objetivo de mantener o incluso mejorar su rentabilidad sobre las ventas. Para el año financiero 2018, la marca ha establecido una banda objetivo de rentabilidad sobre las ventas de entre el 4,0 y el 5,0%. La facturación va a crecer hasta en un 10%. Pese a los efectos negativos planteados, la marca también confirma un objetivo de rentabilidad entre el 4,0 y el 5,0%, que ya se elevó recientemente, para el año 2020.

“Con TRANSFORM 2025+, nos hemos propuesto asegurar la viabilidad de futuro de Volkswagen. Tras un buen inicio, ahora vamos a acelerar el ritmo. Nuestra estrategia eléctrica está avanzando según lo previsto. Si mantenemos el ritmo actual, estoy convencido de que 2018 será un buen año para Volkswagen y de que la transformación a largo plazo de la marca será exitosa”, afirmó Herbert Diess.