

Comunicado de Prensa

VOLKSWAGEN COMIENZA EL AÑO FISCAL 2011 CON RESULTADOS RÉCORD EN EL PRIMER TRIMESTRE

- **El beneficio operativo se eleva hasta los 2.900 millones de euros (800 millones en 2010)**
- **Por primera vez, el Grupo vendió dos millones de vehículos en un solo trimestre**
- **Aumento de más del 30% en la facturación, con 37.500 millones de euros**
- **La liquidez neta de la División de Automoción se mantiene alta, con 19.600 millones de euros.**

Wolfsburg, 27 de Abril de 2011 – El Grupo Volkswagen mejoró su rendimiento del año pasado y mantuvo su índice de crecimiento en el primer trimestre de 2011. “El desarrollo de negocio durante el primer trimestre demuestra la fortaleza y robustez del Grupo Volkswagen”, explicó el Dr. Martin Winterkorn, presidente del Consejo de Dirección del Grupo Volkswagen, el pasado miércoles en la presentación del informe provisional de resultados del primer trimestre del año 2011.

La facturación aumentó un 30,8% hasta los 37.500 millones de euros (28.600 millones en el primer trimestre de 2010). Con 1,99 millones de unidades, las entregas del mayor fabricante automovilístico europeo crecieron un 14% entre Enero y Marzo, superando las altas cifras del mismo período del año anterior. La cuota de mercado del Grupo en el mercado global de turismos subió hasta el 12% en este período (11,5% en 2010). El beneficio operativo ascendió a 2.900 millones de euros (800 millones). El margen operativo sobre las ventas pasó del 3% de 2010 al 7,8% actual. El beneficio operativo consolidado no incluye los 557 millones de euros del resultado operativo procedente de las *joint venture* chinas (303 millones). Estas compañías se incluyen usando el método equitativo y, por lo tanto, están reflejadas en el resultado financiero. El beneficio antes de impuestos del Grupo con sede en Wolfsburg alcanzó los 2.200 millones de euros (700 millones), mientras que el resultado después de impuestos para el primer trimestre del año se incrementó hasta los 1.700 millones de euros (500 millones).

Hans Dieter Potsch, miembro del Consejo de Dirección Responsable de Finanzas, también se mostró satisfecho con los resultados de los primeros tres meses del año. “El Grupo Volkswagen ha empezado con buen pie. Nuestras sólidas finanzas y la mejora continua de la rentabilidad son la base para el exitoso futuro del Grupo Volkswagen”, apuntó Potsch. El positivo rendimiento en los mercados automovilísticos globales y, en particular, la demanda alta y sostenida alta de mercado como China, India, Europa Central y del Este, y América del Norte y del Sur, ha sido la principal fuente de ingresos. Además de unos volúmenes de ventas más altos, los rebajados costes de producción contribuyeron a mantener un crecimiento rentable.

La liquidez neta de la División de Automoción se mantiene alta con 19.600 millones

En el primer trimestre de 2011, la liquidez neta de la División de Automoción aumentó en 1.000 millones de euros respecto al final de 2010, alcanzando los 19.600 millones de euros. Esto incluye las salidas de efectivo procedentes de la adquisición de las actividades comerciales de Porsche Holding Salzburg (PHS) y la inversión en SGL Carbon SE, Wiesbaden, que totalizaron 3.500 millones de euros. “La liquidez neta de la División de Automoción se mantiene a un nivel muy alto”, subrayó Potsch. “Esta base sustancial no finaliza aquí, más bien nos proporciona la flexibilidad financiera que necesitamos para nuestras inversiones y para implementar nuestra Estrategia 2018”, añadió. El Grupo Volkswagen se ha marcado el objetivo de convertirse en el líder mundial, en términos económicos y ecológicos, del sector automovilístico en el año 2018.

El Grupo Volkswagen mantuvo su estricta disciplina de inversiones con una ratio de inversiones en propiedades, plantas y equipamiento sobre la facturación de un 2,8% en la División de Automoción. La previsión es que esta cifra se mantenga en el intervalo deseado de hasta un 6% de la facturación para el año entero. “Continuamos realizando inversiones concretas y continuadas en nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevas localizaciones, siempre asegurándonos de que nuestros gastos prioritarios se focalizan en salvaguardar el futuro de nuestra compañía y generar retornos adecuados”, continuó.

Marcas y áreas de negocio

Todas las marcas y áreas de negocio dentro del Grupo registraron mejoras en el primer trimestre. En total, las ventas del Grupo Volkswagen entre Enero y Marzo aumentaron un 19,3%, con 2 millones de unidades entregadas (1,7 millones).

Las ventas globales de la marca Volkswagen en el primer trimestre de 2011 subieron hasta los 1,1 millones de vehículos (0,9 millones). La demanda de los modelos Polo, Tiguan, Touareg, Jetta, Passat Variant, Passat CC y Sharan se incrementó. El beneficio operativo de la marca Volkswagen fue superior al doble de la cifra del primer trimestre de 2010, pasando de 416 millones a 1.100 millones de euros.

La marca *premium* Audi incrementó un 18,1% sus ventas mundiales durante el primer trimestre, con 374.000 vehículos (316.000). El beneficio operativo creció desde los 478 hasta los 1.100 millones de euros. Los modelos Audi Q5 y Q7 registraron los índices de crecimiento más altos. También fue alentadora la demanda de los nuevos modelos Audi A1, A7 Sportback y A8.

Las unidades vendidas por la marca Skoda se incrementaron hasta las 181.000 entre Enero y Marzo (142.000). El beneficio operativo del primer trimestre aumentó hasta los 187 millones de euros (100 millones). Todos los modelos Skoda contribuyeron a este éxito.

Por su parte, SEAT vendió 93.000 vehículos en todo el mundo (91.000 vehículos). Las pérdidas operativas generadas por la marca fueron de 12 millones de euros, mejorando

los 110 millones de euros de pérdidas en el mismo período de 2010. El mayor volumen de ventas, la reducción de las medidas de apoyo a las ventas y la optimización de costes de marketing contribuyeron a ello.

Bentley se benefició de unas mejores condiciones en el segmento de lujo. Las pérdidas operativas de la marca se redujeron en 11 millones de euros hasta situarse en 25 millones de euros. Los resultados de Bentley se vieron lastrados por los gastos en nuevos productos y el efecto negativo de las tasas de cambio.

Volkswagen Vehículos Comerciales vendió 108.000 vehículos comerciales ligeros en todo el mundo durante el primer trimestre de 2011. Esto corresponde a un incremento del 47,4% en comparación con 2010. La marca generó un beneficio operativo entre Enero y Marzo de 92 millones de euros, gracias al mayor volumen de ventas, mejorando claramente la pérdida operativa de 16 millones de euros del año pasado.

El fabricante de camiones Scania continuó su positivo desarrollo en el primer trimestre del año. Con 376 millones de euros, el beneficio operativo superó en 162 millones la cifra del mismo período del año anterior, gracias a la mayor demanda de camiones y autobuses.

La División de Volkswagen Servicios Financieros también registró un nuevo trimestre de éxito. El beneficio operativo fue de 287 millones de euros, 119 millones más que en 2010.

Winterkorn: “Volkswagen sigue con fuerza hacia adelante”

El Grupo es optimista ante el año 2011. “Volkswagen sigue con fuerza hacia adelante”, declaró Winterkorn, añadiendo: “Gracias a nuestra experiencia en tecnología y diseño, tenemos una gama de productos diversa, atractiva y ecológica que satisface los deseos y necesidades los clientes”.

Globalmente, está previsto que la demanda total de turismos exceda el nivel de 2010. En algunos países de Europa Occidental, el aumento de la deuda pública y la finalización de los programas de ayuda tendrán un efecto negativo en la demanda de nuevos vehículos. Sin embargo, se espera un incremento de matriculaciones en Europa Central y del Este. El Grupo Volkswagen espera que prosiga la tendencia positiva en los mercados estratégicamente importantes de China e India, y que la demanda también aumente en Norteamérica y Sudamérica.

“En 2011, las nueve marcas del Grupo Volkswagen volverán a introducir un gran número de fascinantes nuevos modelos al mercado, lo que nos permitirá afianzar nuestra fuerte posición en los mercados globales”, apuntó Winterkorn. Además, el sistema de plataforma modular, que el Grupo Volkswagen está optimizando continuamente, tendrá un efecto cada vez más positivo en nuestra estructura de costes. Sin embargo, la continua volatilidad en los intereses y las tasas de cambio, y los precios de las materias primas debilitarán el efecto positivo del incremento del volumen. “Volkswagen se situó en el carril rápido en 2010 y es aquí donde pretendemos seguir este año”, enfatizó Winterkorn.

El Grupo Volkswagen espera que la facturación y el beneficio operativo de 2011 superen a los del año anterior.