



Marzo 18, 2020

## La Marca Volkswagen da el salto a la era eléctrica

---

- Crecen las entregas a 6.3 millones en 2019, a pesar del declive del mercado
  - El rendimiento operativo antes de las partidas especiales se elevó a 4.3%
  - Inicia la segunda fase de la estrategia TRANSFORM 2025+, con un enfoque en e-movilidad y la digitalización
  - El Director de Operaciones Ralf Brandstätter asegura: "Para la marca Volkswagen, 2019 fue un año exitoso. Logramos avances en todas las principales áreas. Nuestra estrategia está ganando tracción".
  - La perspectiva para el actual desempeño empresarial es complicada debido a la incertidumbre relacionada con la crisis del coronavirus actual.
- 

**Contacto para prensa**  
Volkswagen México  
Marion Fröhner  
Relaciones Públicas  
marion.frohner@vw.com.mx

Volkswagen México  
Ingrid Serrano  
Relaciones Públicas  
sara.serrano@vw.com.mx



Más información en:  
<https://www.vw.com.mx/>

La marca Volkswagen vehículos pasajeros está entrando a la siguiente fase de su transformación. En un mercado que va en declive, la marca central del Grupo Volkswagen logró un nuevo récord de entregas el año pasado de 6.3 millones de unidades, entregando así más vehículos que nunca antes. En los principales mercados, Volkswagen pudo ganar participación de mercado. El impulsor clave fue la iniciativa de modelos, con un crecimiento importante en el segmento de SUVs de alto margen derivado de T-Cross, T-Roc y Atlas. Con más de 700,000 vehículos vendidos, Tiguan fue una vez más el éxito en ventas de la Marca en todo el mundo. Al igual que Golf, también es uno de los diez mejores autos del mundo en términos de ventas.

El éxito del mercado también se refleja en las cifras comerciales que han mejorado de manera significativa: los ingresos por ventas de la Marca aumentaron un 5% de año a año para alcanzar los 88,400 millones de euros. Las ganancias operativas antes de las partidas especiales crecieron un 17% a 3,800 millones de euros. El rendimiento operativo aumentó a 4.3% (el año anterior fue 3.8%) y por lo tanto estuvo dentro del rango pronosticado de 4 a 5%. Al igual que en el año previo, las partidas especiales reconocidas en las ganancias operativas relacionadas con el problema del diesel ascendieron a 1,900 millones de euros en el último año fiscal.

"Para la marca Volkswagen, 2019 fue un año exitoso. Nuestros productos inspiran a los clientes de todo el mundo. Logramos avances en todas las principales áreas. Nuestra estrategia está ganando tracción. Cumplimos nuestras promesas", afirmó Ralf Brandstätter, director de Operaciones de la marca Volkswagen. "En 2020, enfrentaremos desafíos importantes, particularmente en el contexto de la pandemia de coronavirus. Sin embargo, respaldados por los buenos resultados obtenidos el año pasado, podemos enfrentar esta crisis con valor y confianza. Volkswagen es una compañía fuerte que cuenta con un equipo robusto. Y ya hemos demostrado en repetidas ocasiones lo que podemos lograr si trabajamos en equipo", agregó Brandstätter.



## **La primera fase de la estrategia TRANSFORM 2025+ se implementa con éxito**

El pacto para el futuro contribuyó sustancialmente al aumento de la competitividad de Volkswagen. De los ahorros en costos anuales planeados de 3,000 millones de euros, ya alcanzamos 2,700 millones a finales de 2019, lo que representa más de lo planeado. La reducción en la fuerza laboral de más de 10,900 empleos se llevó a cabo de manera socialmente responsable. En el terreno de la innovación, Volkswagen ha creado más de 4,500 nuevos empleos, en las áreas de digitalización y e-movilidad, por ejemplo.

La Marca implementó sistemáticamente su campaña de SUVs. Mientras tanto, la cantidad de modelos SUV aumentó de cuatro en 2016 a 14. En Europa, los SUVs ahora representan el 37% de las ventas, y en los Estados Unidos, incluso más del 50%. Debido al ajuste de la cartera de productos y la gestión constante de los costos, Volkswagen también está reportando un buen avance en la transformación de las regiones.

Ralf Brandstätter aseguró: "Hemos implementado con éxito la primera fase de la estrategia TRANSFORM 2025+. En la segunda fase, vamos a hacer a Volkswagen el número uno en e-movilidad. Y nos estamos transformando en un negocio de tecnología digital".

## **2020: un año clave para la iniciativa de electrificación de la Marca**

A pesar de la situación actual en torno a la crisis del coronavirus, Volkswagen está iniciando la segunda fase de su estrategia TRANSFORM 2025+, marcando así el comienzo de una nueva era para la Marca. La iniciativa de electrificación a gran escala ahora también será visible en las carreteras. El ID.3, el primer automóvil totalmente eléctrico basado en la nueva plataforma eléctrica MEB, está listo para entregarse a los clientes a partir de este verano. Luego le seguirá el primer SUV totalmente eléctrico de la marca, el ID.4. La continua electrificación de nuestra cartera convencional complementará aún más nuestra gama de productos.

De este modo, Volkswagen inicia el camino hacia la movilidad de cero emisiones para todos. Para 2022, la Marca ofrecerá autos eléctricos basados en la plataforma MEB en todos los segmentos de vehículos clave. Para 2025, deberían venderse al menos 1.5 millones de autos eléctricos al año. El objetivo de largo plazo es la descarbonización completa de la flota y del Grupo para el año 2050. Las emisiones promedio de CO2 de la flota deberían reducirse en 25 gramos por kilómetro en el año en curso. La Marca confía en cumplir con los límites establecidos por la Unión Europea en 2020.

## **Volkswagen se está convirtiendo en un negocio de tecnología basado en software**

Además de la electrificación, la Marca también seguirá perseverando en la digitalización en los próximos años. Aquí nos concentramos en dos áreas principales: la implementación del roadmap de la transformación digital y el establecimiento de la organización Car.Software.



Después de concluir el pacto para el futuro, el roadmap de la transformación digital será el programa de seguimiento para que la Marca se ajuste a la era digital. Esto significa que se desarrollarán nuevas competencias digitales y la organización se volverá más rápida, más ágil y más competitiva en todas las áreas. Para 2023, se eliminarán hasta 4,000 puestos administrativos de esta manera. Al mismo tiempo, se planea crear 2,000 empleos digitales.

Algunos de los nuevos empleos se crearán en la nueva organización Car.Software, con la cual la Marca ha asumido la responsabilidad del Grupo en el área de software automotriz. Todas las actividades de software, desde el sistema operativo en el automóvil a través de los ecosistemas digitales hasta los nuevos servicios de movilidad, se combinarán en la nueva unidad. Alrededor de 3,000 expertos digitales ya se han reunido en el primer paso. Para 2025, más de 10,000 ingenieros de software trabajarán en la unidad.

## **Las perspectivas financieras para 2020 dependen de la duración y del progreso de la crisis del coronavirus**

La incertidumbre en relación con la actual crisis de coronavirus complica las perspectivas para el desempeño empresarial actual. Dada la situación cada vez más complicada y dinámica para los proveedores y en términos de logística, ya no es posible proporcionar continuamente a las fábricas un suministro estable. Al mismo tiempo, hay señales de una reducción de las ventas en Europa. Por lo tanto, la marca Volkswagen suspenderá la producción en las fábricas europeas inicialmente durante diez días hábiles.

Alexander Seitz, director de Finanzas de la marca Volkswagen, declaró: "La crisis del coronavirus no tiene precedentes y sin duda tendrá un impacto en el desempeño comercial de la marca Volkswagen. Por el momento, no podemos medir el alcance de dicho impacto. Haremos todo lo que esté a nuestro alcance para proteger a nuestros empleados y estabilizar nuestro negocio. Estamos monitoreando de cerca la situación y, cuando sea necesario, tomaremos las medidas para mitigar los efectos negativos tanto como sea posible. Volkswagen ha demostrado en el pasado que este equipo puede manejar situaciones difíciles".



## Cifras relevantes de todo el año 2019 para Volkswagen vehículos pasajeros

	2019	2018	%
Entregas (miles de vehículos)	6,278	6,245	+0.5
Ingresos por ventas (€ millones)	88,405	84,585	+4.5
Resultado operativo antes de partidas especiales (€ millones)	3,785	3,239	+16.9
Rendimiento operativo sobre ventas (%)	4.3	3.8	+0.5
Flujo de efectivo neto antes de las partidas especiales (€ millones)	2,827	-446	

### Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México así como la planta armadora de vehículos se localizan en la ciudad de Puebla, en la capital del estado, a 120 km al sureste de la ciudad de México. En enero de 2013, en Silao, inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. En 2019, Volkswagen de México produjo 443,414 vehículos en su planta de Puebla y 333,354 motores en la planta de Silao. Asentada sobre una superficie de 300 hectáreas, la planta de vehículos de Volkswagen de México es una de las más grandes del Grupo Volkswagen. En la planta de Puebla se producen los modelos: Jetta, Golf y Tiguan, versión larga; así como motores, ejes y catalizadores. La Planta de Motores Guanajuato está edificada sobre una superficie de 60 hectáreas y produce la tercera generación de los motores EA888 para las plantas de vehículos de Volkswagen en Puebla, Chattanooga (Estados Unidos) y Audi, en San José Chiapa (Puebla). Volkswagen de México comercializa en el mercado doméstico las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, Audi, Bentley y Porsche. En 2019, estas marcas entregaron 181,691 vehículos ligeros a sus clientes.