

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻 | Пpеcca

Buen comienzo del año para el Grupo Volkswagen

La facturación crece un 10,3% hasta los 52.700 millones de euros (47.800 millones); impacto positivo por los efectos de los tipos de cambio

El beneficio operativo mejora en 500 millones de euros y alcanza los 3.300 millones de euros, en un entorno de mercado con tendencias muy divergentes según la región

El beneficio antes de impuestos se incrementa hasta los 4.000 millones de euros (3.400 millones)

La liquidez neta de la División de Automoción se sitúa en 20.800 millones de euros

Wolfsburg, 29 de abril de 2015 – El Grupo Volkswagen ha iniciado de forma positiva el año fiscal 2015, pese a que el entorno de mercado sigue siendo complicado. La facturación creció un 10,3% en el primer trimestre del año, hasta alcanzar los 52.700 millones de euros (47.800 millones), como resultado de los mayores volúmenes de ventas, las mejoras en el mix y los efectos positivos de los tipos de cambio. El beneficio operativo creció un 16,6% hasta los 3.300 millones de euros (2.900 millones), mientras que el margen operativo se incrementó hasta el 6,3% (6,0%). La facturación y el beneficio operativo del Grupo no incluyen las actividades de las *joint ventures* chinas, que se consolidan mediante el método de puesta en equivalencia. La parte proporcional del beneficio operativo registrado por estas *joint ventures* chinas en el primer trimestre de 2015 creció hasta los 1.600 millones de euros (1.200 millones).

El beneficio antes de impuestos del Grupo alcanzó los 4.000 millones de euros (3.400 millones), mientras que el retorno operativo sobre las ventas antes de impuestos creció del 7,0 al 7,5% en el período entre enero y marzo. El beneficio después de impuestos fue de 2.900 millones de euros (2.500 millones). “Siempre hemos subrayado que 2015 sería un año exigente para la industria automovilística global, y también para nosotros. Sin embargo, nuestras cifras clave para el primer trimestre muestran que el Grupo Volkswagen sigue su rumbo, pese al viento en contra. La prioridad clave para toda la plantilla es garantizar que 2015 sea otro año exitoso”, explicó Martin Winterkorn, presidente del Consejo de Dirección del Grupo Volkswagen. El objetivo del Grupo para el ejercicio 2015 es incrementar sus volúmenes de ventas, su facturación y su beneficio operativo.

La demanda global de turismos creció un 3,7% en el primer trimestre de 2015, pero las tendencias de mercado fueron muy diversas a nivel regional. Los mercados de Asia-Pacífico, América del Norte, Europa Occidental y Europa Central crecieron,

Página 2

mientras que Sudamérica y Europa del Este registraron un significativo descenso en sus volúmenes de mercado en comparación con el año pasado. “Nuestra previsión es que las tendencias en los mercados de turismos de las distintas regiones seguirán siendo muy diversas. Este entorno nos exige la máxima flexibilidad y fortaleza financiera, de modo que podamos asegurar el éxito del Grupo a largo plazo y conseguir los objetivos de nuestra Estrategia 2018”, afirmó el responsable de Finanzas del Consejo de Dirección del Grupo Volkswagen, Hans Dieter Pötsch.

La liquidez neta de la División de Automoción se mantiene alta

El cash flow neto de la División de Automoción se incrementó en 1.600 millones de euros en relación al año pasado y se situó en 1.500 millones de euros. La liquidez neta de la División de Automoción totalizó 20.800 millones de euros a finales de marzo (31 de diciembre de 2014: 17.600 millones). La liquidez se redujo por el incremento de capital en la División de Servicios Financieros, mientras que la exitosa colocación de bonos híbridos fortaleció el capital base de la División de Automoción. Las inversiones en propiedades, plantas y equipamiento, inversión inmobiliaria y activos intangibles, excluyendo los costes capitalizados de desarrollo (capex), crecieron hasta los 2.100 millones de euros (1.600 millones). El Grupo Volkswagen mantuvo su enfoque disciplinado de las inversiones con un ratio de capex sobre la facturación del 4,5% (3,9%). Las inversiones se destinaron principalmente a las instalaciones de producción y a los modelos que se lanzarán en 2015 y 2016, así como al carácter ecológico de la gama de modelos.

Marcas y áreas de negocio

El beneficio operativo de Volkswagen Turismos creció un 16,8% en comparación con el año anterior y alcanzó los 514 millones de euros en los primeros tres meses de 2015 (440 millones). El incremento de la facturación y las medidas de optimización de costes fueron el principal motor de ello. Por el contrario, los ingresos recibieron el impacto negativo de las débiles tendencias de mercado en Sudamérica y Rusia. Tras el exitoso lanzamiento del programa de eficiencia, el efecto positivo en el primer trimestre se situó en cientos de millones de euros. El margen operativo alcanzó el 2,0% (1,8%) en el período registrado.

El beneficio operativo de Audi fue superior al del año anterior, con 1.400 millones de euros (1.300 millones), gracias a los mayores volúmenes de ventas y a las mejoras de los tipos de cambio. En cambio, los altos gastos iniciales para nuevos productos y tecnologías, así como para la expansión sistemática de la red internacional de producción, perjudicaron a los beneficios. El margen operativo fue del 9,7% (10,1%).

ŠKODA generó un beneficio operativo de 242 millones de euros (185 millones) en el primer trimestre de 2015, con lo que supera de forma significativa el resultado del año pasado gracias a factores relacionados con los volúmenes y el mix de ventas. El margen operativo se situó en el 7,6% (6,2%).

Página 3

El beneficio operativo de SEAT creció hasta los 33 millones de euros (2014: pérdidas operativas de 36 millones). Este incremento fue debido principalmente a las mejoras en los volúmenes de ventas y a unos tipos de cambio más ventajosos, así como a la reducción de costes.

El beneficio operativo de Bentley en el primer trimestre creció en relación con el año pasado y alcanzó los 49 millones de euros (45 millones). El margen operativo de la marca fue del 10,3% (10,0%).

Porsche registró un beneficio operativo de 765 millones de euros (698 millones) y un margen operativo del 15,1% (17,8%) en los primeros tres meses del año. Los efectos positivos de los volúmenes y los tipos de cambio compensaron con creces el impacto negativo de los cambios en el mix de ventas, los mayores costes estructurales y el incremento de los costes de desarrollo para futuros proyectos y tecnologías.

El beneficio operativo de Volkswagen Vehículos Comerciales se incrementó hasta los 165 millones de euros (136 millones), con un margen operativo del 6,1% (5,8%).

Scania generó un beneficio operativo de 237 millones de euros (254 millones) y un margen operativo del 9,6% (10,3%). Por su parte, MAN registró un beneficio operativo de 34 millones de euros (68 millones) y un retorno operativo sobre las ventas del 1,1% (2,2%). Las débiles tendencias de mercado en Rusia y Brasil impactaron de forma particularmente negativa al sector de los vehículos comerciales.

Volkswagen Servicios Financieros registró un beneficio operativo de 403 millones de euros (353 millones) en el primer trimestre de 2015. Los efectos del volumen de negocio y los tipos de cambio tuvieron un impacto positivo. El número de nuevos contratos de financiación, alquiler y servicios/seguros firmados durante el primer trimestre de 2015 crecieron hasta los 1,2 millones (+12,9%) a nivel mundial.

Winterkorn: “Estamos posicionados de forma óptima para afrontar las tendencias divergentes en los mercados automovilísticos”

Martin Winterkorn se muestra optimista de cara a lo que queda de año: “Estamos muy bien posicionados para afrontar las tendencias divergentes en los mercados automovilísticos. Las grandes fortalezas de nuestro Grupo incluyen, en especial, nuestra oferta única de marcas, nuestra variada gama de modelos, el constante aumento de nuestra presencia en todos los principales mercados del mundo y nuestra amplia gama de servicios financieros”. En 2015, el Grupo Volkswagen seguirá impulsando su iniciativa de productos en todas sus marcas, modernizando y expandiendo sus ofertas, e introduciendo nuevos y atractivos modelos.

Dependiendo de las condiciones económicas, Volkswagen espera que la facturación del Grupo y sus áreas de negocio en 2015 supere en hasta un 4% a los resultados del año pasado. Sin embargo, las tendencias económicas en América Latina y Europa del Este tendrán que estar continuamente controladas en el área de Vehículos Comerciales/Ingeniería de Motores.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Página 4

Los retos para el Grupo Volkswagen procederán del difícil entorno de mercado y de la feroz competencia, así como de la volatilidad de las tasas de interés y de cambio, y de las fluctuaciones de los precios de materias primas. Sin embargo, se esperan efectos positivos de los programas de eficiencia implantados por todas las marcas y, cada vez más, de los sistemas de plataforma modular.

En términos de beneficio operativo del Grupo, Volkswagen espera un retorno operativo sobre las ventas de entre el 5,5 y el 6,5% en 2015 debido al difícil entorno económico. En el área de negocio de Turismos, el retorno operativo previsto sobre las ventas es de entre el 6,0 y el 7,0%, mientras que en el área de negocio de Vehículos Comerciales/Ingeniería de Motores puede situarse entre el 2,0 y el 4,0%. Volkswagen prevé que la División de Servicios Financieros genere un beneficio operativo por debajo del nivel del año pasado.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Página 5

Enero - Marzo		2015	2014	+/- (%)
Datos de volumen ¹				
Entregas a clientes	Miles unidades	2.487	2.442	+1,8
Vehículos entregados	Miles unidades	2.607	2.562	+1,8
Producción	Miles unidades	2.721	2.565	+6,1
Trabajadores	31 Mar./31 Dic.	595.300	592.600	+0,5
Datos financieros (IFRSs)				
Facturación	Millones EUR	52.735	47.831	+10,3
Beneficio operativo	Millones EUR	3.328	2.855	+16,6
% sobre la facturación		6,3	6,0	-
Beneficio antes de impuestos	Millones EUR	3.968	3.357	+18,2
% sobre la facturación		7,5	7,0	-
Beneficio después de impuestos	Millones EUR	2.932	2.468	+18,8
División de Automoción ²				
Cash flows de actividades operativas	Millones EUR	4.692	2.251	-
Cash flows de actividades de inversión atribuibles a actividades operativas ³	Millones EUR	3.189	2.302	+38,5
- de las cuales inversiones en propiedades, plantas y equipamiento	Millones EUR	2.071	1.625	+27,4
- % sobre la facturación		4,5	3,9	-
Cash flow neto	Millones EUR	1.503	-52	-
Liquidez neta a 31 de Marzo	Millones EUR	20.772	17.714	+17,3
Liquidez neta a 31 Marzo/31 Diciembre	Millones EUR	20.772	17.639	+17,8

¹ Datos de volumen incluyendo las *joint ventures* chinas no consolidadas. Todas las cifras están redondeadas, por lo que puede haber discrepancias menores acerca de estas cantidades. Las entregas de 2014 se han actualizado para reflejar las consiguientes tendencias estadísticas

² Incluyendo la asignación de ajustes de consolidación entre las divisiones de Automoción y Servicios Financieros

³ Excluyendo la adquisición y entrega de inversiones de capital. 1º trimestre 2015: 3.155 millones de euros (2.702 millones)