

## Comunicado de Prensa

### **VOLKSWAGEN VEHÍCULOS COMERCIALES LOGRA EN 2011 LOS MEJORES RESULTADOS DE SU HISTORIA EN VENTAS, FACTURACIÓN Y BENEFICIO OPERATIVO**

- Las entregas crecen un **21,4%**
- La facturación experimenta una subida del **21,5%**
- El beneficio operativo prácticamente se duplica
- La internacionalización es la prioridad

**Hannover, 14 Febrero, 2012 – Volkswagen Vehículos Comerciales ha registrado nuevos valores récord en el año fiscal 2011 en entregas, facturación y beneficio operativo. El año pasado, la marca europea líder en vehículos comerciales ligeros vendió más de medio millón de vehículos en todo el mundo, impulsando los resultados de facturación hasta los 8.985 millones de euros. Volkswagen Vehículos Comerciales aumentó también su beneficio operativo en comparación con el año fiscal anterior, alcanzando los 449 millones de euros, lo que se traduce en un incremento del margen operativo del 3,1 al 5%.**

El Dr. Wolfgang Schreiber, portavoz del Consejo de Dirección de Volkswagen Vehículos Comerciales, apunta con satisfacción: “Volkswagen Vehículos Comerciales mantiene su curso de crecimiento sostenido. Los excelentes resultados del año pasado son una prueba irrefutable de la gran confianza que nuestros clientes depositan en nuestros productos”.

#### **Entregas en 2011**

En 2011, la compañía vendió por primera vez en su historia 528.810 vehículos comerciales ligeros en todo el mundo, un 21,4% más que el año anterior (2010: 435.700).

El modelo más vendido y principal motor del crecimiento de la marca en 2011 fue el Caddy, con 160.600 entregas en todo el mundo y un aumento del 24,8% (128.800).

En Europa, las matriculaciones subieron un 27,1% hasta los 132.000 vehículos, lo que sitúa al Caddy como líder de su segmento de mercado por primera vez en su historia. “Con una cuota de mercado del 21,8% y una distancia de más de 10.000 vehículos respecto a la marca en segunda posición, nos hemos afianzado en lo más alto pese a este entorno ferozmente competitivo”, declaró el Presidente del Consejo de Dirección, Harald Schomburg. Y Volkswagen Vehículos Comerciales está dispuesto a mantener esta primera posición. “Nosotros ya estamos explotando todo el potencial del mercado, al contrario que otros fabricantes que acaban de entrar en el segmento y aún tendrán que desarrollarse en los próximos años”, explica Schomburg. En Alemania, el Caddy también vuelve a ser el líder de mercado, con 53.700 vehículos entregados y una cuota de mercado del 49,3%.

La familia T5, con los modelos Transporter, Caravelle, Multivan y California, consiguió un crecimiento mundial del 5,2% hasta las 155.800 entregas en 2011 (148.100 el año anterior). En Europa, se vendieron 129.000 unidades del T5, un 4,4% más que en 2010. De éstas, 56.000 fueron entregadas en Alemania. Con ello, el T5 fue el líder indiscutible de mercado en Europa y Alemania en 2011, con una cuota de mercado del 24,5% a nivel europeo y del 39,9% en Alemania.

Asimismo, el Crafter prolongó su tendencia de crecimiento en 2011 y consiguió aumentar las ventas un 5,7% hasta las 39.600 unidades (37.500). En Europa, las entregas del Crafter subieron un 5% y alcanzaron los 32.000 vehículos, 12.000 de ellos correspondientes al mercado alemán.

El debutante en la gama de modelos de Volkswagen Vehículos Comerciales, el pick-up Amarok, triplicó sus entregas mundiales en su primer año completo de comercialización, con 66.500 unidades (2010: 22.500). Más de la mitad de éstas se entregaron en Sudamérica, con 34.000 unidades, el doble que el año anterior. En Europa, las ventas del Amarok alcanzaron los 14.000 vehículos, casi 12.000 más que en 2010. En Alemania, el Amarok fue líder de mercado por primera vez en 2011, con una cuota de mercado del 28,9% y 4.200 unidades entregadas, cifra que duplica a la del año anterior. El Amarok también fue líder en Austria, con un 32,9% de cuota de mercado, y en Suiza, con un 25,4%.

A partir de finales de junio de 2012, empezará la producción de la versión doble cabina del Amarok en su planta local de Hanover. Los vehículos fabricados allí se entregarán en Europa y África, mientras que la planta de Pacheco suministrará a Sudamérica y el resto de mercados. “Esto nos permitirá mejorar una vez más nuestro posicionamiento en este entorno competitivo y disponer de una capacidad de entrega sin restricciones a corto plazo”, asegura Schreiber.

Más de 1.000 personas se involucrarán en la producción del Amarok en Hanover. “Esto significa que nuestra planta de Hanover mantendrá un alto volumen de trabajo y seguirá siendo productiva y rentable”, explica Schreiber.

Las entregas del Saveiro crecieron un 10,6% con 81.200 unidades (2010: 73.400). Por su parte, con 25.100 vehículos vendidos, el T2 registró un descenso en sus entregas de un 3,6% (26.100 unidades en 2010).

En 2011, Volkswagen Vehículos Comerciales confirmó su liderato en Europa en el segmento de los vehículos urbanos de reparto con el Transporter y el Crafter. “Esto convierte a Volkswagen Vehículos Comerciales en el líder del mercado europeo por quinta vez consecutiva, e incluso hemos conseguido fortalecer aún más esta posición”, enfatiza Schomburg. La compañía también logró buenas cifras de ventas en la región de Europa Central y del Este, con 36.500 entregas (+36,6%), en la región Asia-Pacífico, con 11.700 modelos Transporter vendidos (+48,2%), y en Sudamérica, donde se entregaron 141.100 vehículos (+20,6%) a clientes. Schomburg volvió a hacer hincapié en que, gracias a la excelente gama de productos, a un claro enfoque del negocio hacia los clientes mediante concesionarios e importadores especializados y a la imagen positiva de la marca, prevé un potencial de crecimiento aún mayor para Volkswagen Vehículos Comerciales en todo el mundo.

## **Desarrollo de resultados en 2011**

Las cifras financieras alcanzaron nuevos valores récord en 2011. “El crecimiento en ventas conseguido particularmente por el Caddy y el Amarok impulsó la facturación de forma sustancial en comparación con 2010”, explica Klaus-Dieter Schürmann, responsable de Finanzas del Consejo de Dirección de Volkswagen Vehículos Comerciales.

La facturación de la marca subió un 21,5% hasta los 8.985 millones de euros (2010: 7.392 millones de euros). Con 449 millones de euros, el beneficio operativo alcanzó un récord histórico (2010: 232 millones de euros).

Schürmann subraya que “este excelente resultado es atribuible tanto al crecimiento del volumen de ventas como a la reducción de costes materiales gracias a una mayor eficacia en las compras”.

Con 480 millones de euros, el cash-flow neto fue claramente positivo una vez más. El rendimiento de capital se situó en un 17,5%, por encima de la rentabilidad mínima sobre el capital del 9%.

“Somos una compañía con fuertes ingresos, personal comprometido, procesos adecuados, productos líderes en tecnología y una sólida base financiera. Estos factores siguen dándonos la flexibilidad financiera que necesitamos para poder ampliar aún más nuestro posicionamiento ante los competidores internacionales durante los próximos años”, señala Schürmann.

## **Perspectivas para 2012**

“Con el objetivo de reducir la dependencia de los mercados tradicionales de Europa, en los últimos años hemos intensificado con éxito nuestras actividades de ventas en los mercados emergentes más importantes de fuera de Europa”, explica Schreiber. A partir de este mes, por ejemplo, el Multivan estará a la venta en China, y también en Indonesia junto con el Transporter. Nigeria, Angola y el África subsahariana serán otros nuevos mercados en 2012. “Nuestros productos de máxima calidad nos ofrecen todas las oportunidades de explotar el potencial de estas regiones de forma consistente y efectiva, e impulsar así la internacionalización de nuestra marca, sin olvidar nuestro mercado principal en Europa”, añade Schreiber. “El objetivo de Volkswagen Vehículos Comerciales a medio y largo plazo es incrementar su cuota de mercado mundial del actual 5,4% hasta el 10%”, añade el portavoz del Consejo de Dirección.