



Nota de prensa

NO. 77/2023

Volkswagen: El grupo de marcas de volumen duplica su beneficio operativo en el primer trimestre de 2023

- Los ingresos del grupo de marcas de volumen ascendieron a 33.160 millones de euros (+36%) en el primer trimestre
- El fuerte crecimiento de las entregas de BEV (+ 49%) subraya el avance de la expansión eléctrica del grupo de marcas de volumen: las entregas totales aumentan un 30%, hasta 1,19 millones de vehículos
- El beneficio operativo antes de extraordinarios se duplica hasta los 1.740 millones de euros; la rentabilidad operativa del grupo de marcas de volumen sobre las ventas se sitúa en el 5,3% (+1,7 puntos porcentuales)
- Resultados sólidos impulsados por un mayor volumen de ventas, una gestión coherente de los costes y el impulso de la eficiencia en las principales áreas de sinergia
- Thomas Schäfer, consejero delegado de Volkswagen y responsable del grupo de marcas de volumen: "Marcas fuertes, sala de máquinas ágil: la cooperación específica entre las marcas nos ha permitido ampliar las sinergias existentes y los beneficios de escalado en los últimos meses y, al mismo tiempo, aumentar nuestra solidez financiera y nuestra fuerza innovadora. Las cifras clave del grupo de marcas de volumen demuestran que vamos por el buen camino."

Wolfsburg, 8 de mayo de 2023 – El grupo de marcas de volumen del Grupo Volkswagen reforzó aún más la estrecha cooperación entre las marcas hermanas Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA y Volkswagen Vehículos Comerciales en el primer trimestre de 2023. Para tener en cuenta este exitoso desarrollo y la importancia del grupo de marcas de volumen en la transformación del Grupo Volkswagen, las cuatro marcas publican por primera vez sus datos financieros clave en un informe trimestral del grupo de marcas de volumen.

La evolución positiva del grupo de marcas hacia una mayor eficiencia y rentabilidad en el segmento de volumen se refleja en particular en el beneficio operativo antes de extraordinarios, que se duplicó en comparación con el trimestre del año anterior, situándose en 1.740 millones de euros (1T 2022: 880 millones de euros), y en un fuerte aumento de la rentabilidad operativa sobre ventas del grupo de marcas de volumen, que pasó del 3,6% en el primer trimestre del año anterior al 5,3% en el 1T/23. También se produjo un fuerte aumento de los ingresos por ventas, que crecieron un 36% hasta 33.160

GRUPO DE MARCAS DE VOLUMEN - #ONE TEAM



millones de euros (1T 2022: 24.360 millones de euros), mientras que el cash flow neto aumentó un 250% hasta 1.700 millones de euros (1T 2022: 500 millones de euros), reflejando así los buenos resultados del primer trimestre.

Las ventas en el primer trimestre de 2023 aumentaron un 30%, hasta 1,19 millones de vehículos (1T 2022: 0,92 millones de vehículos). La gama de modelos totalmente eléctricos representa una parte cada vez mayor de las entregas. En total, el grupo de marcas de volumen entregó 97.100 vehículos totalmente eléctricos en el primer trimestre del año, un 49% más que en el trimestre del año anterior.

"Marcas fuertes, sala de máquinas ágil: la cooperación específica entre las marcas nos ha permitido ampliar las sinergias existentes y los beneficios de escalado en los últimos meses y, al mismo tiempo, aumentar nuestra solidez financiera y nuestra fuerza innovadora. Las cifras clave del grupo de marcas de volumen demuestran que vamos por el buen camino", declaró Thomas Schäfer, consejero delegado de Volkswagen y responsable del grupo de marcas de volumen.

Resumen de las cifras clave del grupo de marcas de volumen:

| Cifras clave | Grupo de marcas de volumen 1T 2023 (+desarrollo) | Grupo de marcas de volumen 1T 2022 |
|---|--|------------------------------------|
| Entregas en el mundo | 1.193.000 vehículos (+30%) | 918.000 vehículos |
| Ingresos por ventas | 33.160 millones de € (+36%) | 24.360 millones de € |
| Beneficio operativo antes de extraordinarios | 1.740 millones de € (+99%) | 880 millones de € |
| Rentabilidad operativa antes de extraordinarios | 5,3 % (+1,7%) | 3,6% |
| Cash flow neto | 1.700 millones de € | 500 millones de € |

Cuatro marcas sólidas sientan las bases de los buenos resultados del grupo de marcas de volumen

Los excelentes resultados obtenidos en el primer trimestre por el grupo de marcas de volumen se deben también al desarrollo satisfactorio de las marcas individuales Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA y Volkswagen Vehículos Comerciales.

La marca Volkswagen registró una ligera tendencia al alza en las entregas. La marca Volkswagen Turismos entregó un total de 1,02 millones de turismos a clientes de todo el mundo en el primer

GRUPO DE MARCAS DE VOLUMEN - #ONE TEAM



trimestre de 2023 (+ 0,9%). Los vehículos totalmente eléctricos representaron una gran parte de este éxito: con unas ventas unitarias de unos 70.000 vehículos, la marca representó algo menos de la mitad de todos los BEV entregados por el Grupo (+31,2%).

A pesar del difícil entorno y de las persistentes limitaciones de suministro, el beneficio operativo antes de extraordinarios en el primer trimestre de 2023 fue de 608 millones de euros, una mejora respecto a la cifra del trimestre del año anterior (513 millones de euros). Los ingresos por ventas pasaron de 14.900 millones de euros (1T 2022) a 20.500 millones (1T 2023). Esta tendencia positiva se vio contrarrestada en parte por factores como unos costes de material significativamente más elevados, así como los efectos de los tipos de cambio. Como resultado, la rentabilidad operativa de la marca sobre las ventas antes de extraordinarios en los tres primeros meses del ejercicio en curso se situó en el 3,0%, 0,5 puntos porcentuales menos que en el trimestre correspondiente de 2022.

Škoda Auto registró un buen primer trimestre y entregó 209.600 vehículos a clientes de todo el mundo (+12,6%). La familia totalmente eléctrica Enyaq iV tuvo un éxito especial, con un aumento de las entregas superior al 40%. La tradicional marca checa generó unos ingresos de 6.800 millones de euros, un 33,3% más que en el mismo período. El beneficio operativo antes de extraordinarios también aumentó más del 60%, hasta 542 millones de euros. Con un 8,0%, la rentabilidad sobre ventas se situó en un nivel elevado.

SEAT/CUPRA multiplicó por más de cuatro (+318,9%) el número de vehículos eléctricos entregados entre enero y marzo de 2023, hasta alcanzar las 9.200 unidades. En total, SEAT/CUPRA entregó 125.218 vehículos en el primer trimestre, un 23,37% más que en el trimestre del año anterior (91.407), lo que supone el mejor primer trimestre de la historia de SEAT. La compañía registró un beneficio operativo de 144 millones de euros en el periodo enero-marzo de 2023, lo que supone una mejora de 139 millones respecto al primer trimestre de 2022. La rentabilidad operativa sobre ventas en el primer trimestre de 2023 se elevó al 4,0%. Gracias a la elevada demanda y a la mejora del suministro de componentes, los ingresos aumentaron a 3.600 millones de euros (+48,2% en comparación con el trimestre del año anterior).

Volkswagen Vehículos Comerciales continuó con la tendencia positiva de negocio de 2022 en el primer trimestre del año fiscal 2023. Las entregas crecieron un 18,7%, hasta 97.189 vehículos. El 1T/23 fue el primer trimestre comercial completo para el ID. Buzz desde su lanzamiento al mercado, elevando las entregas de todos los vehículos VWN BEV a 5.500 unidades (1T 22: 700 BEV). Los ingresos por ventas ascendieron a algo menos de 3.600 millones de euros, impulsados por efectos positivos de precios y mix de productos. Aunque la situación del mercado y de los proveedores siguió siendo tensa, el beneficio operativo antes de extraordinarios se disparó a 171 millones de euros (1T 22: 46 millones de euros). En consonancia con estas cifras, el rendimiento operativo de las ventas aumentó del 2% del primer trimestre del año anterior al 4,8%.

Previsiones

GRUPO DE MARCAS DE VOLUMEN - #ONE TEAM



El grupo de marcas de volumen es la herramienta crucial para la solidez financiera, las sinergias y la innovación en el Grupo Volkswagen, y refuerza la capacidad frente a los retos externos. Sobre la base de una gestión eficaz del grupo de marcas de volumen con estructuras ágiles, la atención se centra en la reducción de la complejidad y en el aprovechamiento sistemático del potencial de sinergias existente. El indicador central de rendimiento para el grupo de marcas de volumen es una rentabilidad operativa sobre ventas del 8% a partir de 2025. Para el ejercicio 2023, el grupo de marcas ya espera un rendimiento operativo sobre ventas significativamente superior al 3,6% registrado en 2022.



rup Volkswagen:

Communications

Communications

Brand Group

Volume

Contacto

Christoph Adomat

Teléfono +49 160

908 321 10

Email



Volkswagen, con sede en Wolfsburg, es uno de los principales fabricantes de automóviles del mundo y el mayor fabricante de Europa. El grupo incluye diez marcas principales de siete países: Volkswagen, Audi, SEAT, CUPRA, ŠKODA, Bentley, Lamborghini, Porsche, Ducati y Volkswagen Commercial Vehicles. El portfolio de turismos incluye desde coches pequeños hasta vehículos de lujo. Ducati ofrece motocicletas. En el sector de los vehículos comerciales ligeros y pesados, la gama de productos incluye desde pick-ups hasta autobuses y camiones pesados. En todo el mundo, alrededor de 672.800 empleados se dedican a la producción, participan en servicios relacionados con el automóvil o trabajan en otras áreas de negocio. El Grupo Volkswagen ofrece sus vehículos en 153 países.

En 2021, las entregas mundiales de vehículos del Grupo ascendieron a 8,9 millones (2020: 9,3 millones). La facturación del Grupo en 2021 ascendió hasta los 250.200 (2020: 222.900) millones de euros. Los beneficios de explotación antes de impuestos en 2021 fueron de 15.400 millones de euros (2020: 8.800 millones de euros).

christoph.adomat@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com