



**Comunicación de prensa Audi**

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: [nacho.gonzalez@audi.es](mailto:nacho.gonzalez@audi.es)

E-mail: [alejandro.martin@audi.es](mailto:alejandro.martin@audi.es)

<http://prensa.audi.es>

## **Resultados financieros de Audi en 2018: la marca de los cuatro aros acelera su transformación**

- **Beneficio operativo antes de impuestos: 4.700 millones de euros; retorno operativo sobre las ventas antes de partidas especiales del 7,9%**
- **Base financiera confirmada: cash flow neto de 2.100 millones de euros; liquidez neta de 20.400 millones de euros**
- **El Consejo de Administración revelará la nueva estrategia de la marca en la Junta General Anual 2019**
- **Bram Schot, CEO de Audi: “Haremos que nuestra marca sea eficiente, ágil y resistente a las tensiones”**
- **Alexander Seitz, Director Financiero: “Incrementamos el objetivo del Plan de Transformación de Audi a aproximadamente 15.000 millones de euros, para generar cash flow de cara a financiar la movilidad eléctrica”**
- **Nuevo objetivo a largo plazo para un beneficio operativo sobre las ventas en el margen de entre el 9 y el 11%, tras la desconsolidación de importadoras multimarca**
- **Año 2019 de transición con iniciativas de electrificación y múltiples desafíos**

Madrid, 14 de marzo de 2019 – En plena fase de transformación de la industria automovilística, Audi quiere aprovechar su potencial con una nueva estrategia. La marca de los cuatro aros también está sacando conclusiones de los resultados durante el ejercicio fiscal 2018. Con el impacto por el cambio a la normativa WLTP, el beneficio operativo antes de partidas especiales ascendió a 4.700 millones de euros. El retorno operativo sobre las ventas se situó en el 7,9%. Incluyendo las partidas especiales negativas de 1.200 millones de euros, procedentes del asunto de los motores diésel, el beneficio operativo alcanzó la cifra de 3.500 millones de euros, equivalente a un retorno sobre las ventas del 6,0%. Con el exitoso Plan de Transformación de Audi, el fabricante premium pudo compensar parte de las altas cargas financieras. En el contexto de la desconsolidación de empresas importadoras multimarca a principios de 2019, la compañía aumentó su objetivo estratégico a largo plazo para el beneficio operativo sobre las ventas, que se sitúa en un margen de entre el nueve y el once por ciento. El año fiscal en curso está protagonizado por la ofensiva de electrificación de Audi. Debido a los numerosos desafíos, se espera que 2019 sea un año de transición para la compañía, con un beneficio operativo sobre las ventas previsto entre el 7,0 y el 8,5%. En cuanto a las ventas, se prevé un aumento moderado. La compañía anticipa, sobre todo, las cargas financieras de la transición a WLTP, los altos costes, las elevadas inversiones previstas para la movilidad eléctrica y un entorno macroeconómico cada vez más difícil.

“No podemos estar satisfechos con nuestros resultados. Audi tiene excelentes productos en el mercado; pero en términos de negocio, el cambio a WLTP nos ha pasado factura”, declara Bram Schot, Presidente del Consejo de Administración de AUDI AG. “Los empleados de Audi mostraron su mejor cara en esta difícil situación, y conseguimos el mejor resultado posible para Audi en 2018. Con esta filosofía, ahora abordamos juntos una nueva etapa para nuestra marca”.

Las **ventas** de 1.812.485 vehículos de la marca Audi en 2018 suponen un descenso de un 3,5% respecto al año anterior (2017: 1.878.105). Especialmente en Europa, la falta de disponibilidad de producto, condicionada por la transición a la primera etapa del ciclo de homologación WLTP, condujo a una disminución significativa. La **facturación** del Grupo Audi, con una cifra de 59.248 millones de euros, casi alcanzó la cifra del año anterior (2017: 59.789 millones de euros). Los efectos positivos se debieron principalmente al inicio de la comercialización del Audi Q8 y al crecimiento de la facturación de Lamborghini con su nuevo SUV, el Urus.

El **retorno operativo sobre las ventas antes de partidas especiales** del 7,9% no alcanzó el objetivo establecido, situado entre el ocho y el diez por ciento. Para 2018, Audi admitió **partidas especiales** por la crisis de los motores diésel que ascienden a una cifra de 1.176 millones de euros (2017: 387 millones de euros). Además de la orden administrativa legalmente vinculante por parte del fiscal de Múnich II, que impone una multa de 800 millones de euros, también se incluyen aquí inversiones para medidas técnicas, actuaciones con clientes y gastos y provisiones para riesgos legales. Después de estas partidas especiales, el beneficio operativo en 2018 ascendió a 3.529 millones de euros (2017: 4.671 millones de euros) y el retorno operativo sobre las ventas fue del 6,0% (2017: 7,8%).

Con el **Plan de Transformación de Audi**, la compañía implementó medidas por una cifra de 1.900 millones de euros en 2018. De esa cantidad, 1.100 millones tuvieron un impacto positivo en el beneficio operativo, en lo que respecta a la comparación con 2017. Principalmente, como resultado de la disciplina de costes con respecto a los gastos generales, la compañía pudo así compensar parcialmente las distorsiones debidas a la transición al ciclo WLTP y al asunto de los motores diésel. El programa para el aumento de la facturación incluye medidas para reducir costes, así como para aumentar los ingresos. “El Plan de Transformación está contribuyendo de forma significativa para salvaguardar nuestro futuro. Solo de esta manera es posible transferir recursos a áreas futuras y generar el cash flow necesario para financiar la movilidad eléctrica”, declara Alexander Seitz, Director Financiero. “En vista del progreso requerido, estamos incrementando nuestro objetivo en el período planificado a una cifra de alrededor de 15.000 millones de euros”. Audi ya ha decidido actuaciones concretas de cara a lograr, gracias a este plan, unas ganancias de más de 10.000 millones de euros en el período comprendido entre 2018 y 2022. Con estas nuevas medidas, Audi optimizará el capital empleado con vistas al aumento del valor de la compañía a largo plazo.

El **resultado financiero** aumentó significativamente a 831 millones de euros en 2018 (2017: 46 millones). Además del desarrollo positivo del negocio en China, se produjo un impacto desde la adopción por primera vez de la nueva norma de contabilidad IFRS. Los efectos financieros de las transacciones de cobertura para operaciones comerciales ahora se reportan en su totalidad bajo el



beneficio operativo en lugar de en el resultado financiero, como sucedía anteriormente. El **beneficio antes de impuestos** de 4.361 millones de euros fue un 7,5% inferior al del año anterior (2017: 4.717 millones de euros).

Como reconocimiento a su compromiso en el muy difícil año 2018, los empleados de Audi tendrán una participación en los beneficios de la compañía. En 2018, el **bonus de participación** en los beneficios de Audi para los trabajadores cualificados de las plantas alemanas es de 3.630 euros (2017: 4.770 euros). Esta cantidad está basada en la fórmula establecida en la negociación colectiva. La compañía ha ajustado el pago para el año fiscal 2018 con objeto de compensar los efectos de la sanción en la reducción de beneficios y, por tanto, ha aumentado su cuantía. Las regulaciones de la participación en los beneficios también existen en las compañías subsidiarias de Audi.

Pese al contexto de las difíciles condiciones de 2018, el Grupo Audi ha reafirmado su sólida situación financiera. Mediante la reducción de costes y la disciplina en las inversiones, la compañía ha generado un **cash flow neto** positivo de 2.141 millones de euros (2017: 4.312 millones), a pesar de las salidas de caja derivadas del asunto de los motores diésel y de los altos desembolsos avanzados para el futuro. En 2017, el solo efecto de la venta de una participación minoritaria en Volkswagen International Belgium S.A. ha supuesto un impacto positivo en el cash flow neto. A 31 de diciembre de 2018, la cifra de **liquidez neta** alcanza un total de 20.442 millones de euros (2017: 20.788 millones), lo que demuestra la actual capacidad de autofinanciación del Grupo Audi.

El Consejo de Administración presentará el realineamiento estratégico de la compañía en la Junta General Anual, el 23 de mayo 2019. “Estamos acelerando el cambio significativamente porque tenemos que llevar a cabo una doble transformación”, declara Bram Schot, que añade que el objetivo principal es hacer que Audi sea otra vez una organización eficiente, ágil y resistente a las tensiones. La compañía quiere ser la referencia en la transformación de la industria en lo que respecta a tecnología y modelos de negocio. “Estaremos mucho más orientados al cliente y seremos menos egocéntricos; nos centraremos en lo que es decisivo y en implementar las decisiones de una forma muy coherente y disciplinada”.

Como parte de esta reorganización, la compañía también está revisando su modelo de creación de valor y tratará de lograr un aumento significativo de la productividad. En el futuro, el Grupo Audi reducirá la integración vertical y se centrará en las actividades de sus ejes de negocio. En el diálogo con los representantes de los trabajadores, se está definiendo la ubicación futura de los modelos de Audi en las plantas de producción y, por tanto, la distribución de tareas y el incremento de la capacidad de las plantas dentro del desarrollo internacional y de la red de producción mundial. La agrupación de plataformas y arquitecturas de vehículos en la producción, así como una flexibilización aún mayor, están dirigidas a optimizar los costes y la utilización de la capacidad productiva.

Con el objetivo de incrementar el valor a largo plazo de la compañía, su capacidad de innovación y su atractivo como generador de empleo, el retorno de la inversión se convertirá en otro de los

principales indicadores del éxito en Audi. Para la dirección interna, el impacto de los proyectos de vehículos en la media de emisiones de CO<sub>2</sub> se evaluará financieramente y se incluirá en este indicador. Dentro de la próxima reestructuración de la gama Audi, en el futuro se recurrirá en mayor medida al potencial de sinergias dentro del Grupo Volkswagen. Por ejemplo, escalando la movilidad eléctrica mediante la arquitectura premium PPE desarrollada conjuntamente con Porsche, y con la plataforma modular MBE para vehículos eléctricos de Volkswagen. Schot: “Los clientes cambiarán a vehículos eléctricos más rápidamente de lo que estaba previsto inicialmente. Esto también ha quedado demostrado por la extremadamente positiva respuesta al Audi e-tron y al concept Q4 e-tron, que presentamos la semana pasada en el Salón de Ginebra. Las economías de escala de nuestro grupo suponen una ventaja crucial para nosotros. Ya hemos ampliado nuestra hoja de ruta eléctrica y ahora planeamos ofrecer unos 30 modelos electrificados en 2025”.

Audi reestructurará su gama de modelos en función de la demanda y los desarrollará aún más, particularmente en los segmentos superiores. En 2025, el catálogo de productos en las gamas de tamaño medio y grande habrá crecido hasta un total de 15 modelos.

Basándose en el Plan de Transformación Audi, se establecerá un impulso sostenible eficiente en toda la compañía. “A través de todas las divisiones, estamos estableciendo un objetivo claro en nuestra eficiencia y en la necesidad de orientación de costes, con plena transparencia y efectividad en los sistemas de alertas anticipadas”, explica Alexander Seitz. “Esto incluye estar abiertos al hecho de que, en algunas áreas, podemos lograr nuestros objetivos de forma más rápida, eficiente y más efectiva con nuestros colaboradores”. Audi también incrementará su agilidad mediante una reducción de la complejidad organizativa y con una racionalización de los procesos y de las estructuras directivas.

Con una **nueva estructura informativa** que se aplica desde enero de 2019, el Grupo Audi ya está focalizando su organización y reduciendo su complejidad como primer paso. Dada la inclusión de algunas importadoras multimarca, los resultados financieros consolidados de Audi incluyen previamente los volúmenes y los datos financieros de las ventas de automóviles de otras marcas del Grupo. Ahora se presentan a nivel de Grupo Volkswagen. Esto tiene un impacto en los resultados principales del Grupo Audi: en 2018, la nueva estructura podría resultar en un ajuste de la facturación a 53.600 millones de euros en vez de los 59.200 millones reportados. El beneficio operativo podría ser esencialmente igual, mientras que el retorno operativo sobre las ventas antes de partidas especiales sería 0,6 puntos porcentuales superior al 6,6% anunciado. De acuerdo con esto, la compañía está aumentando su objetivo de beneficio operativo sobre las ventas a largo plazo del nueve al once por ciento.

El año 2019 será de transición, con desafíos especiales para Grupo Audi debido a que está impulsando su realineamiento estratégico: “En 2019, tomaremos un importante rumbo estratégico y trabajaremos duramente en nuestra estructura de costes. Operacionalmente, sin embargo, también tendremos un año para poner orden”, declara Alexander Seitz. “Estamos reconsiderando los efectos de 2018 como un año fuera de lo común y equilibrando la cadena

desde la producción a las ventas. Esta tarea tendrá inicialmente un impacto negativo en nuestros beneficios”.

Se espera que las ventas de Audi aumenten moderadamente en 2019. El Grupo Audi prevé una facturación ligeramente superior a la cifra revisada del año anterior. Con esta nueva estructura, la compañía espera que su beneficio operativo sobre las ventas esté entre un 7,0 y un 8,5%. Se prevé que el cash flow neto esté entre 2.500 y 3.000 millones de euros.

En los primeros meses de este año, Audi está cerrando gradualmente los huecos en su oferta de productos, debidos al cambio a WLTP, además de crear las condiciones necesarias para un positivo desarrollo de las ventas. A lo largo del año, se reducirán las existencias de unidades que habían aumentado en 2018 por la gestión del abastecimiento durante la transición al WLTP. Por ejemplo, Audi ha reiniciado gradualmente la producción de variantes de motor-transmisión para las que la compañía espera la homologación en un futuro próximo, de cara a poder asegurar una rápida disponibilidad para los clientes después de la homologación oficial. Una vez que se reciban las homologaciones requeridas, estos vehículos saldrán gradualmente de las existencias. Además, la compañía ya se está preparando para el próximo e igualmente exigente ciclo de prueba WLTP, que será obligatorio a partir del 1 de septiembre de 2019, con requisitos legales aún más estrictos para todos los vehículos. Audi ha incrementado en alrededor de un tercio su capacidad técnica de bancos de ensayo, de cara a gestionar mejor esta implementación, y ha añadido 300 trabajadores al departamento de Desarrollo Técnico para la homologación y el desarrollo de sistemas de propulsión. La compañía ha reducido aproximadamente en un 30% su gama de variantes mecánicas, de acuerdo con las preferencias del mercado, lo que disminuye apreciablemente la complejidad desde un primer momento.

Este año volverá a contar con un apretado **calendario de lanzamientos** de nuevos productos. En total, Audi presentará de nuevo más de 20 modelos nuevos o actualizados en 2019. La marca está potenciando su imagen deportiva con nueve nuevos modelos de la familia S y cuatro modelos R y RS especialmente potentes. Los numerosos productos nuevos están asociados con los correspondientes costes. En el marco de la iniciativa de electrificación, al nuevo Audi e-tron le seguirá el estreno mundial del e-tron Sportback. También en 2019 se lanzará el Audi Q2 L e-tron como modelo eléctrico, exclusivamente para el mercado chino. Además, seis modelos híbridos enchufables complementarán la gama de nuevos productos este año. Para fines de 2020, Audi ya habrá lanzado un total de doce vehículos electrificados, cubriendo todos los segmentos del mercado. En 2019, la compañía realizará importantes inversiones por adelantado destinadas a movilidad eléctrica y otros asuntos del futuro. Audi pronostica un porcentaje de gastos en investigación y desarrollo respecto a la facturación ligeramente por encima del objetivo, que ha aumentado del 6,5 al 7,0%, debido a los efectos de reducción de ingresos por la desconsolidación de las importadoras multimarca. En 2019, se espera que la proporción entre gastos de capital y la facturación se encuentre dentro del objetivo que contempla un margen de entre el 5,5 y el 6,0 por ciento, que también se ha ajustado al alza.

Audi se enfrentará a desafíos en 2019 también por los desarrollos macroeconómicos negativos y el entorno de la moneda y las materias primas. Con el despliegue sistemático del Plan de



Transformación de Audi, la compañía pondrá en marcha contramedidas constantemente. Seitz: “En general, la prueba para nuestra industria tal vez nunca haya sido tan dura como lo es hoy. Nuestros competidores también están respondiendo con medidas de gran alcance. Por encima de todo, en Audi tenemos nuestras propias tareas estructurales que resolver, por lo que ahora debemos actuar con decisión y reposicionarnos en muchas áreas para garantizar nuestra competitividad a largo plazo”.

– Fin –

#### **Consumo de combustible de los modelos mencionados:**

##### **Audi e-tron**

Consumo combinado de electricidad en kWh/100 km: 26,2–22,6 (WLTP); 24,6–23,7 (NEDC)  
Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0

##### **Audi Q8**

Consumo combinado en l/100 km: 9,1 – 6,4  
Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 207 – 169

##### **Lamborghini Urus**

Consumo combinado en l/100 km: 12,7  
Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 325

Las cifras dependen de la combinación neumático/llanta seleccionada y de la variante de motor y transmisión

–Fin–

**Información y fotos en las websites de prensa de Audi** <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacycenter.com>

El **Grupo Audi**, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en doce países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2018, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,812 millones de automóviles de la marca Audi, así como 5.750 deportivos de la marca Lamborghini y 53.004 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2017, con un volumen de ventas de 60.100 millones de euros, el Grupo Audi alcanzó un resultado operativo de 5.100 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 90.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.