

SEAT S.A. lanzará un coche eléctrico urbano en 2025

Motor | 22-03-2021 | 11:49



Seat

SEAT S.A. ha anunciado hoy que lanzará al mercado un vehículo eléctrico urbano en 2025. Con este coche, la compañía entrará en un segmento de alrededor de 20-25.000 euros, esencial para hacer accesible la electromovilidad a la población de forma masiva y alcanzar los objetivos del Green Deal. La planta de producción donde se fabricará este vehículo se anunciará en los próximos meses.

En la Annual Press Conference 2021, la compañía española ha presentado un ambicioso plan, denominado Future Fast Forward, cuyo objetivo es liderar la electrificación de la industria del automóvil en España. El motor clave de este plan es la producción de vehículos eléctricos urbanos en España a partir de 2025.

El presidente de SEAT S.A., Wayne Griffiths, ha explicado que "queremos fabricar coches eléctricos en España a partir de 2025. Nuestra intención es producir más de 500.000 coches eléctricos urbanos al año en Martorell, también para el Grupo Volkswagen, pero necesitamos un compromiso claro por parte de la Comisión Europea".

SEAT S.A. aspira no solo a producir vehículos eléctricos, sino también a liderar el desarrollo de todo el proyecto para el Grupo Volkswagen. "Nuestro plan es transformar nuestro Centro Técnico, único en el sur de Europa y un activo de I+D esencial para la región", ha dicho Griffiths. "Creemos que es parte de nuestra responsabilidad electrificar España. Hace 70 años, pusimos a este país sobre ruedas. Nuestro objetivo, ahora, es poner a España sobre ruedas eléctricas".

El coche eléctrico urbano es un gran proyecto en términos de volumen potencial. Representa un hito importante en el camino hacia la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático y pretende convertirse en el motor de la transformación de la industria española del automóvil.

"Hemos diseñado el plan, contamos con los partners adecuados y, en general, estamos preparados para invertir. Este proyecto aspira a convertirse en el motor de la transformación de la industria española del automóvil. Es necesario el apoyo del Gobierno español y de la Comisión Europea para este plan transversal y de ámbito nacional, de cara a que el Grupo Volkswagen pueda tomar la decisión final sobre su ejecución", ha subrayado Griffiths.

Como segundo productor de automóviles en Europa, España tiene una gran responsabilidad para alcanzar los objetivos del Green Deal en 2030. Para ello, el proyecto incluye la creación de un ecosistema de vehículos eléctricos, estimulando la demanda y desarrollando infraestructuras públicas de recarga. El siguiente paso sería la localización de la cadena de valor del vehículo eléctrico, empezando por el ecosistema de las baterías eléctricas.

Future Fast Forward serviría como fuerza impulsora para generar empleo, especialmente para los jóvenes. El proyecto incluye a SEAT S.A., así como a gobiernos, centros tecnológicos y grandes, medianas y pequeñas empresas. 15 entidades participantes de al menos seis sectores apoyan el plan: Aeorum, Antolín, Asti Mobile Robotics, CaixaBank, Delta Vigo, Ficosa, Fisas Navarro, Gestamp, Iberdrola, Lithium Iberia, Mind Caps, Sayer Technologies, SEAT S.A., Sesé y Telefónica.

CUPRA Tavascan, un sueño hecho realidad

Durante la presentación anual de resultados de la compañía, Wayne Griffiths ha anunciado que CUPRA lanzará el Tavascan en 2024. El CUPRA Tavascan será el segundo modelo 100% eléctrico de la marca, tras el CUPRA Born, que llegará al mercado a finales de este año.

¿Nuestro sueño se cumplirá: el CUPRA Tavascan será una realidad. Basado en la plataforma MEB del Grupo Volkswagen, se diseñará y desarrollará en Barcelona y llegará a Europa y a otros mercados internacionales en 2024?, ha explicado Griffiths.

Este año, CUPRA desempeñará un papel importante en el impulso de los resultados financieros de la compañía. La previsión de CUPRA es duplicar sus ventas y más que duplicar su volumen de negocio, que en 2020 ascendió a unos 900 millones de euros. El mix de CUPRA pasará del 5 al 10% del volumen total de la compañía.

CUPRA también abrirá nuevas puertas a los países más electrificados y a nuevos mercados. En 2022, la marca iniciará sus operaciones en Australia como un paso clave para expandirse en la región de Asia-Pacífico.

¿Australia es un mercado joven y CUPRA es una marca joven. Los clientes buscan nuevas marcas, la clase media del país cuenta con altos ingresos y se trata de una sociedad progresista. Confiamos en que CUPRA pueda tener éxito en este país?, ha señalado Griffiths.

Objetivo: volver a la rentabilidad en 2021

La COVID-19 frenó temporalmente la tendencia positiva de SEAT S.A. en los últimos años e influyó significativamente en los resultados financieros de 2020(*). La compañía española obtuvo un resultado operativo de -418 millones de euros (2019: 352 millones de euros) y un beneficio después de impuestos de -194 millones de euros (2019: 346 millones de euros).

Estos resultados eran esperados, dado que sus mercados más importantes, como España, el Reino Unido e Italia, han sido algunos de los países más afectados durante la pandemia. Las ventas de la empresa siguieron la tendencia del mercado automovilístico global. A pesar de los esfuerzos y de los resultados positivos de las ventas cuando se relajaron las restricciones, SEAT S.A. vendió 427.000 unidades, un 25,6% menos que el año anterior (2019: 574.100 coches).

La ralentización de las ventas se tradujo en un menor volumen de negocio, que se desaceleró hasta

los 8.784 millones de euros, un 21% menos (2019: 11.157 millones de euros). El resultado operativo se vio además afectado negativamente por los gastos relacionados con las emisiones, que superaron los 260 millones de euros.

Según el vicepresidente ejecutivo de Finanzas e IT de SEAT S.A., Carsten Isensee, ¿el gran reto para 2020 era inicialmente el nuevo objetivo de emisiones de CO2. El impulso de los vehículos electrificados de SEAT y CUPRA comenzó a finales del año. Este ejercicio, con los lanzamientos del CUPRA Formentor e-HYBRID y del CUPRA Born, esperamos alcanzar los objetivos de emisiones de CO2 para 2021?.

Por su parte, el presidente de SEAT S.A., Wayne Griffiths, ha afirmado que ¿nuestro objetivo es aumentar las ventas y recuperar nuestros volúmenes a los niveles anteriores a la COVID. En 2021 debemos volver a la rentabilidad. Este es nuestro objetivo financiero. Estamos trabajando intensamente para conseguir números positivos lo antes posible?.

¿Las palancas clave para lograr la rentabilidad en 2021 serán el aumento del mix de PHEVs y el lanzamiento del modelo 100% eléctrico CUPRA Born, que nos permitirá alcanzar nuestros objetivos de CO2. Además, pondremos nuestra atención en la reducción de los gastos generales y en la gestión de los ingresos, centrándonos en los mercados y canales más importantes?, ha añadido Griffiths.

A pesar de la compleja situación, en 2020 la empresa mantuvo su cuota de mercado en Europa en su conjunto, e incluso la aumentó en mercados como Alemania, Italia, Austria, Suiza, Israel y Turquía. Además, los márgenes mejoraron considerablemente. Los últimos años reflejan una clara contribución de la ofensiva SUV emprendida por la compañía y también, a partir de 2018, una buena gestión de precios e ingresos, así como la contribución clave de CUPRA.

El rendimiento de CUPRA fue notable, con 27.400 coches vendidos en 2020, alcanzando un crecimiento de dos dígitos del 11% frente a 2019, siendo una de las pocas marcas que creció en Europa durante la crisis de la COVID-19. Desde la creación de la marca en 2018 hasta hoy, CUPRA ha vendido más de 70.000 coches y ha superado todas las expectativas iniciales.

2020 también arrojó resultados positivos. El beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA) ascendió a 157 millones de euros, con una ratio del 1,8% de las ventas. ¿Este es un indicador de que nuestro negocio es sólido a pesar de los malos resultados de 2020. Tenemos la base para volver a las cifras positivas de los últimos años?, ha subrayado el vicepresidente de Finanzas e IT de SEAT S.A.

La compañía ha mantenido el nivel de inversión de los últimos años, destinando más de mil millones de euros a inversiones y gastos de I+D en 2020. Es el tercer año consecutivo con más de mil millones de euros invertidos. Este nivel se mantendrá en el futuro próximo con el plan de inversiones de 5.000 millones de euros hasta 2025 anunciado el pasado mes de julio.

El cash flow operativo alcanzó una cifra positiva, con 466 millones de euros generados en 2020. ¿Esta cifra representa un logro en el contexto de la crisis económica y sanitaria provocada por la pandemia y es clave para llevar a cabo nuestros ambiciosos planes estratégicos. Seguimos preparándonos para los retos que plantea la transformación tecnológica del sector de la automoción, para lo que debemos mantener el impulso inversor de los últimos años?, ha destacado Isensee.

Una compañía fuerte con dos marcas bien definidas

Con SEAT y CUPRA, la compañía es más fuerte y cuenta con la mejor gama de producto de su historia para recuperar las cifras de ventas y volver a la rentabilidad. Este año, el Formentor será clave para duplicar el volumen de ventas de CUPRA y supondrá el 50% de las mismas. La mitad de los Formentor serán versiones híbridas enchufables. Los renovados SEAT Ibiza y Arona también llegarán al mercado este año, dos modelos clave para SEAT que encarnan el espíritu de la marca joven y cool de Barcelona.

Además, SEAT y CUPRA también están ampliando la gama PHEV, ahora con seis modelos: SEAT León, SEAT León Sportstourer, SEAT Tarraco, CUPRA León, CUPRA León Sportstourer y CUPRA Formentor. Y a finales de año, CUPRA lanzará el primer coche 100% eléctrico de la marca: el CUPRA Born.

Autor: Redacción