

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

FACULTAD DE INGENIERÍA

SEMINARIO DE CASOS DE GESTIÓN

SECCIÓN 1 VESPERTINA

CARLOS GARCÍA BICKFORD,

ADOLFO ENRIQUE GALÁN PAZ

CASO VW: SOLUCIÓN FINAL

Julio Anthony Engels Ruiz Coto 1284719

Guillermo Jose Bendaña Enriquez 1227217

Maria Isabel Granados Chacon 1222120

Julio Andrés Agustin Gabriel 1299720

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, FEBRERO 19 DE 2024

Preguntas del caso

Basado en el plan estratégico presentado:

1. ¿Cuál es la ventaja competitiva que espera alcanzar VW?

- Segmentación y personalización: A través de estrategias de marketing digital basadas en Big Data e Inteligencia Artificial, VW busca ofrecer una experiencia altamente personalizada a sus clientes, lo que mejora la satisfacción y fidelización.
- Expansión en mercados emergentes: VW planea enfocarse en mercados con alto potencial de crecimiento, como Asia, África y América Latina, ofreciendo modelos asequibles y adaptados a las necesidades locales.
- Estrategia de precios y financiamiento: Con paquetes de financiamiento atractivos, descuentos y promociones, VW busca atraer a diferentes segmentos de clientes, desde la clase media-baja hasta los de alto poder adquisitivo.
- Diversificación de marcas y modelos: El grupo VW cuenta con una amplia gama de marcas y modelos (Audi, Volkswagen, etc.), lo que le permite cubrir diferentes segmentos del mercado, desde vehículos económicos hasta autos de lujo.
- Innovación tecnológica: VW está invirtiendo en vehículos eléctricos (ID. series y tecnologías de conducción autónoma, lo que le permite posicionarse como líder en movilidad sostenible y avanzada.

2. ¿Cómo planifican agregar valor a su negocio?

- Marketing digital y Big Data: Utilizando datos recopilados de múltiples fuentes (navegación web, redes sociales, sensores en vehículos, etc.), VW puede segmentar mejor a sus clientes y ofrecer campañas de marketing altamente personalizadas, lo que aumenta la eficiencia de sus inversiones en publicidad.
- Expansión en mercados emergentes: Al enfocarse en mercados con alto potencial de crecimiento, VW puede aumentar su base de clientes y ventas, especialmente con modelos asequibles y adaptados a las necesidades locales.

- Estrategias de precios y financiamiento: Ofrecer paquetes de financiamiento atractivos, descuentos y promociones temporales permite a VW atraer a diferentes segmentos de clientes y aumentar las ventas.
- Fidelización de clientes: A través de programas de lealtad y servicios postventa, VW busca mantener a sus clientes actuales y aumentar las posibilidades de recompra.
- Innovación en productos: Lanzamiento de nuevos modelos eléctricos y tecnologías de conducción autónoma, lo que no solo atrae a clientes interesados en la sostenibilidad, sino que también posiciona a VW como una marca innovadora.

3. El grupo tiene dos divisiones importantes, Automotriz y Finanzas. ¿De qué manera podrían apoyarse para lograr los objetivos deseados?

- Financiamiento atractivo para clientes: La división de Finanzas puede ofrecer paquetes de financiamiento flexibles y tasas de interés bajas para los vehículos de la división Automotriz, lo que facilita la compra de automóviles y aumenta las ventas.
- Leasing y renting: La división de Finanzas puede ofrecer opciones de leasing y renting atractivas, especialmente para modelos premium o eléctricos, lo que permite a los clientes acceder a vehículos de alta gama sin necesidad de una compra directa.
- Programas de fidelización: Ambas divisiones pueden colaborar en programas de fidelización que incluyan beneficios financieros (descuentos en servicios, tasas preferenciales) para clientes que compren o arrenden vehículos de VW.
- Inversión en innovación: La división de Finanzas puede apoyar la inversión en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías (vehículos eléctricos, conducción autónoma) que la división Automotriz necesita para mantenerse competitiva.
- Análisis de datos: Ambas divisiones pueden compartir datos sobre el comportamiento de los clientes (historial de compras, preferencias de financiamiento) para optimizar las estrategias de marketing y ventas.

4. Si el plan estratégico tiene un horizonte de planeación de cinco años y se espera que la utilidad operativa sea no menor al 8% de la venta en el año 2018; ¿cuál sería la utilidad operativa proyectada para el año 5 (2023), si el plan tiene el éxito esperado?

1. Datos en 2018

Concepto	Valor
Ingreso de ventas	235.8 billones de euros
Ventas de vehículos	10.8 millones
Utilidad operativa (8%)	18.864 billones

(Volkswagen Group, 2018)

2. Proyección de ventas para 2023

Concepto	Valor
Ventas proyectadas	13 millones
Crecimiento vs 2018	20.37%

3. Proyección de ingresos por ventas para 2023

Concepto	Cálculo	Valor
Crecimiento esperado en ingresos	$235.8 * 1.2037$	283.8 billones de euros

(Volkswagen Group, 2018)

4. Utilidad Operativa proyectada para 2023

Concepto	Cálculo	Valor
Utilidad operativa (8%)	8% de 283.8 billones de euros	22.704 billones de euros

Si el plan estratégico tiene éxito y se mantiene una utilidad operativa del 8% sobre las ventas, la utilidad operativa proyectada para 2023 sería de 22.704 billones de euros.

5. Si las plantas de producción en el año 2018 se encuentran a un 85% de su capacidad instalada y las ventas crecen como se espera, ¿cómo establecer el momento adecuado para expandir la capacidad de producción?

- Se debe realizar un análisis de demanda proyectada y evaluar cuándo la capacidad alcanzará su punto crítico (90-95%), ya que operar al máximo limita la flexibilidad y aumenta los costos.
- Considerar los tiempos de expansión: una nueva planta o ampliación puede tardar entre 2 y 5 años en estar operativa.
- Implementar mejoras en productividad antes de expandir: automatización, eficiencia en líneas de producción, y optimización logística.
- Monitorizar la demanda real versus la proyectada en los primeros 2-3 años del plan estratégico para tomar decisiones antes de que la capacidad se vuelva insuficiente.

BIBLIOGRAFÍAS

- Volkswagen Group. (Diciembre de 2018). *Financial Reports* . Obtenido de Volkswagen Group: <https://www.volkswagen-group.com/en/financial-reports-18134#>
- Volkswagen Group. (2018). *Volkswagen Group*. Obtenido de Volkswagen Financial Records: <https://annualreport2018.volkswagenag.com/>