

**Óscar Vilanova / Ignacio Anasagasti / Madrid**

El **Grupo Volkswagen** presentó hoy la que será su nueva **hoja de ruta hasta 2025**, después de que los efectos del

*dieselgate*

hicieran preciso buscar un cambio de rumbo con respecto a la estrategia fijada hasta 2018, cuyos objetivos se han cumplido en su mayoría. En esencia, el plan

**Together Strategy 2025**

se asienta sobre cuatro pilares, que contemplan la transformación de su negocio principal, el fomento de nuevas formas de movilidad, la búsqueda de la máxima eficiencia, que salvaguarde miles de millones de euros de inversiones; y la potenciación de la innovación, mediante la implantación de la digitalización en todos los procesos de ventas y producción.

A fin de reforzar la primera de estas cuatro áreas, VW mejorará el posicionamiento de sus marcas y, para ello, **revisará su portfolio de productos**, en función de las necesidades de cada mercado. Actualmente, la gama se compone de 340 modelos, por ello, VW aplicará una

«**reducción significativa**»

, según aseveró el

**presidente del Comité Ejecutivo, Matthias Müller**

. Otra parte esencial consistirá en

**disminuir el número de plataformas modulares**

, que pasarán de las 12 actuales a cuatro, sobre las que desarrollará cuatro tipos de modelos:

*premium*

, de volumen,

*sport*

y económicos.



[REDACTED]