
Media information

NO. 24/ 2022

Volkswagen avanza en su estrategia NEW AUTO, sentando las bases para 2022

- Exitosos resultados de ventas de vehículos eléctricos (BEV): Volkswagen se sitúa como el número uno en Europa, el número dos en Estados Unidos y las ventas en China se han multiplicado por más de cuatro
- Mayor resiliencia en general: reducción significativa de los costes generales, disciplina en el ratio capex, bajada del punto de equilibrio
- Los beneficios se duplicaron hasta los 20.000 millones de euros y la rentabilidad operativa aumentó hasta el 8% (2020: 4,8%)
- **Regiones fuertes:** cambio de tendencia en América del Norte y del Sur, posición de liderazgo en Europa y China
- Estrategia NEW AUTO: avances significativos en la creación de grandes plataformas tecnológicas

Wolfsburg, 15 de marzo de 2022 – El Grupo Volkswagen cumplió con los objetivos de su estrategia NEW AUTO el año pasado, sentando las bases para un futuro crecimiento rentable y mejorando la resiliencia de su modelo de negocio en una situación difícil. El año pasado, Volkswagen logró mejorar su posición en regiones clave del mundo, impulsó con éxito la electromovilidad, desarrolló nuevas capacidades de software y aumentó la eficiencia.

Herbert Diess, consejero delegado del Grupo, comentó en la conferencia de prensa sobre los resultados anuales de Volkswagen en Wolfsburgo: “La guerra en Ucrania es dramática y está causando una enorme tragedia humana y un trastorno económico que creíamos superado a lo largo de años de multilateralismo y diplomacia”, señaló Diess. “Volkswagen ha demostrado su resiliencia a lo largo de los últimos años y también hará frente a esta crisis. Al mismo tiempo, seguiremos centrándonos claramente en la ejecución de nuestra estrategia NEW AUTO, que nos conducirá a un futuro de movilidad autónoma y sin emisiones”.

Regiones fuertes: cambios de tendencia en América del Norte y del Sur, posición de liderazgo en el mercado chino

En 2021, el Grupo Volkswagen ha realizado importantes avances en su negocio en todas las regiones, fundamentalmente gracias a su presencia global, combinada con las estrategias locales y una mejora del mix de productos.

En **América del Norte**, la marca Volkswagen volvió a ser rentable después de varios años en los tres mercados: Canadá, Estados Unidos y México. La gama de modelos actualizada con cinco modelos SUV, incluido el ID.4 totalmente eléctrico, tuvo una buena acogida. Estos modelos representaron más del 75% de las ventas en Estados Unidos (375.030 unidades). El nuevo ID. Buzz¹ supondrá un impulso emocional del renacimiento de la marca en esta región.

La marca Volkswagen también logró un cambio de tendencia en **América del Sur**. La consiguiente orientación al cliente con nuevos modelos como Taos y Nivus sentó las bases para alcanzar la rentabilidad y un cash flow neto positivo.

En **Europa**, la temprana decisión del Grupo de apostar por la electromovilidad e iniciar la mayor ofensiva eléctrica de la industria dio sus frutos. La marca fue el líder del mercado en 2021: uno de cada cuatro vehículos eléctricos correspondió al Grupo Volkswagen. De este modo, cumplió con el objetivo de emisiones de CO₂ con su flota en la Unión Europea, incluyendo Noruega e Islandia, según cifras preliminares.

En **China**, el mercado con mayor crecimiento del mundo, el Grupo sigue siendo muy rentable y se encuentra en una fuerte posición. Con una cuota del 16%, el Grupo ha conseguido una penetración de casi el doble que su principal competidor. La marca Volkswagen es la más exitosa, con una participación del 11%. Porsche, Bentley y Lamborghini alcanzaron récords de ventas. El Grupo podría haber vendido un número significativamente mayor de vehículos en 2021, pero no pudo satisfacer la elevada demanda debido a la escasez de semiconductores.

Exitosos resultados de ventas de vehículos eléctricos: número uno en Europa, número dos en EE.UU.; las ventas en China se multiplicaron por más de cuatro

Los exitosos resultados de la estrategia eléctrica del Grupo Volkswagen se aceleraron el año pasado. Las entregas de vehículos eléctricos (BEV) casi se duplicaron en 2021 hasta superar las 450.000 unidades. De este modo, la empresa logró posicionarse como el número uno en este segmento en Europa y el número dos en Estados Unidos. En ambas áreas, ha alcanzado mayores cuotas en el mercado de los BEV que en el mercado total. Las entregas de BEV en China se multiplicaron por más de cuatro el año pasado, hasta alcanzar las 93.000 unidades. Un nuevo enfoque de ventas dirigido a los clientes más jóvenes, que incluye 120 tiendas pop-up en centros comerciales chinos, permite preparar con éxito el camino para al menos duplicar las ventas de BEV este año en el mayor mercado del Grupo.

El nuevo e icónico ID. Buzz, que la marca Volkswagen presentó la semana pasada, dará un impulso adicional a la apuesta eléctrica. El ícono no solo es totalmente eléctrico, sino que también se utilizará en futuros conceptos de movilidad autónoma, como el ridepooling.

Sólidos resultados financieros: mayor resiliencia del modelo de negocio

Volkswagen ya informó la semana pasada de las [cifras del Grupo](#) correspondientes al pasado ejercicio y de las perspectivas para 2022. El Informe Anual publicado hoy presenta cifras detalladas sobre los resultados empresariales de las marcas y las regiones.

Aunque el volumen de ventas descendió un 6% respecto al año anterior, la facturación aumentó en un 12%, hasta alcanzar la cifra de 250.200 millones de euros. El resultado operativo antes de extraordinarios se duplicó respecto a 2020 y alcanzó un sólido nivel de 20.000 millones de euros. La rentabilidad operativa antes de extraordinarios también aumentó hasta el 8% frente al 4,8% del año anterior. La clave de estos resultados financieros ha sido una mejora del mix de productos y unos precios favorables.

La disciplina en materia de inversiones, el firme control del capital circulante y la contribución positiva del negocio operativo del Grupo impulsaron el cash flow neto de la División de Automoción hasta los 15.500 millones de euros, lo que supone un aumento de 5.500 millones de euros con respecto al año anterior. La liquidez neta se situó en 26.700 millones de euros al cierre de 2021.

Volkswagen también inició el año pasado un programa de contención de costes generales para mejorar la competitividad y financiar su ambiciosa transformación hacia la electrificación y la digitalización. El objetivo de reducir un 10% los gastos generales (sin I+D ni capex) fijado inicialmente para 2023 ya se ha alcanzado. Este importante hito supone una reducción de costes de 4.000 millones de euros con respecto a 2019.

Arno Antlitz, director financiero del Grupo Volkswagen: «El Grupo Volkswagen mejoró su solidez general en 2021 y logró unos resultados y un cash flow fuertes a pesar de las grandes dificultades derivadas de la escasez de semiconductores. Estos resultados fueron impulsados por todas nuestras marcas y regiones. En América del Norte y del Sur logramos importantes progresos en la marca Volkswagen y, especialmente, nuestras marcas premium, y los Servicios Financieros hicieron grandes contribuciones. Estos logros nos hacen confiar en que somos capaces de financiar sólidamente nuestra transformación NEW AUTO también en estos tiempos difíciles».

Avances en la estrategia NEW AUTO

Con su estrategia NEW AUTO, presentada el pasado mes de julio, el Grupo Volkswagen pretende maximizar los beneficios derivados de sus cuatro plataformas tecnológicas globales que ofrecen tecnología punta y economías de escala sin precedentes. En 2021, se lograron importantes avances en las cuatro plataformas.

Herbert Diess, consejero delegado del Grupo Volkswagen, declaró en la presentación de los resultados financieros del pasado ejercicio: «El pasado mes de julio presentamos la estrategia NEW AUTO que nos llevará a convertirnos en un proveedor de movilidad sostenible e impulsado por el software en 2030. Menos de un año después, ya hemos alcanzado importantes hitos en las cuatro plataformas estratégicas. Estamos bien encaminados para aprovechar las futuras reservas de beneficios y estamos plenamente comprometidos con dar forma al futuro de la movilidad».

En el área de **Mecatrónica**, la actual plataforma modular de propulsión eléctrica (MEB) da un paso más para convertirse en el estándar de la industria de la electromovilidad. La cooperación con Ford acaba de ampliarse a otro modelo BEV que se construirá sobre la plataforma MEB, duplicando el volumen de MEB de Ford hasta 1,2 millones de unidades en seis años.

Se tomaron importantes decisiones para Wolfsburg, la sede del Grupo.

Trinity, el primer modelo de la marca Volkswagen basado en la plataforma SSP (Scalable Systems Platform), se construirá en una nueva fábrica con 2.000 millones de euros de inversión, con procesos optimizados, cerca del centro principal. Utilizará los métodos de producción más innovadores y tendrá una huella neta de CO₂ neutra. De este modo, se convertirá en un modelo para la conversión gradual de la producción de la planta principal de Wolfsburg y de todas las demás plantas de Volkswagen.

Además, se construirá un nuevo centro de I+D con 800 millones de euros de inversión para el desarrollo de la SSP. Esta será la única plataforma del Grupo en el futuro, preparada para la movilidad eléctrica y autónoma.

En el área de **software**, se ha reforzado aún más con nuevos miembros el equipo directivo de CARIAD, que se centrará ahora aún más en el crecimiento orgánico y las fusiones y adquisiciones para su próxima fase de crecimiento. Ya integró con éxito la división de software de cámaras de Hella y se asoció con BOSCH para la conducción automatizada de nivel 3. En 2022, CARIAD llegará a Estados Unidos y China. Esto ofrece al Grupo Volkswagen la posibilidad de adaptar su desarrollo de software a las necesidades de sus mercados mundiales y acelerar aún más los procesos.

Ya hoy, los clientes pueden experimentar las soluciones de software de CARIAD. Desde el otoño, CARIAD suministra a los vehículos actualizaciones de software 'over the air' (OTA) y con nuevas funciones. El Grupo ya ha realizado más de 56.000 actualizaciones de este tipo. A lo largo de 2022, se lanzará una actualización de software con el nuevo Travel Assist 2.5, Plug & Charge, la planificación de rutas con varias paradas y el control por voz actualizado. El Travel Assist de Volkswagen ya es el sistema de asistencia al conductor con mejores prestaciones de Europa, y será aún mejor gracias a la cooperación con Mobileye.

CARIAD también está en marcha para lanzar la plataforma de software unificada 2.0 para todas las marcas del Grupo, que llegará en 2025. Se ha desarrollado con éxito un producto mínimo viable de esta plataforma. Nunca antes se había probado y completado una arquitectura de software básica cuatro años antes del inicio de la producción. Se trata de un enfoque completamente nuevo para el desarrollo de vehículos centrados en el software.

La tercera área de negocio es **Batería y Carga**. Dado que la recarga es un elemento clave para la movilidad eléctrica, el Grupo Volkswagen está trabajando en una red de recarga que abarque Europa, Estados Unidos y China.

En total, están previstos 45.000 puntos de recarga de alta potencia en todo el mundo para 2025. Cerca de 10.000 de ellos ya están en funcionamiento, y muchos más se pondrán en marcha este año. En Europa, se fundó una joint venture con Enel y la cooperación con BP también comenzará con los primeros cargadores de alta potencia en breve. En China, la joint venture de carga del Grupo, CAMS, está en continua expansión. Electrify America, en EE.UU., tiene un nuevo plan de impulso adicional, con el objetivo de alcanzar 10.000 puntos de recarga de alta potencia para 2025.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

La creación de una plataforma líder en **Soluciones de movilidad** es otra importante piedra angular de la estrategia NEW AUTO. El año pasado, el Grupo, junto con sus socios, inició una oferta de adquisición de acciones de Europcar como elemento clave de esta plataforma. Se espera que la transacción se complete en el segundo trimestre de 2022. Los servicios de transporte autónomo también formarán parte de esta cartera de movilidad. Para ello, el nuevo ID. Buzz AD desempeñará un papel importante. Con el software de ARGO AI, el ID. Buzz AD ya está probando en carretera sus funciones autónomas en Múnich. También está previsto que las pruebas comiencen en Estados Unidos en 2023. El objetivo es lanzar los servicios comerciales de AD-ridepooling en Hamburgo en 2025.

¹⁾ *Este vehículo es un prototipo próximo a la producción.*



Volkswagen AG
Comunicación Corporativa | Director de Estrategia y Comunicación
Contacto Christopher Hauss
Teléfono +49 5361 9-984175
E-mail christopher.hauss@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com

  



Volkswagen AG
Comunicación Corporativa | Portavoz de Finanzas y Ventas
Contacto Christoph Oemisch
Teléfono +49 5361 9-188 95
E-mail christoph.oemisch@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com

Sobre el Grupo Volkswagen:

El Grupo 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 de siete países europeos: Volkswagen Turismos, Audi, SEAT, Cupra ŠKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, y Volkswagen Vehículos Comerciales. 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. Cada día de la semana, 671.205 empleados de todo el mundo producen una media de 44.567 vehículos, están involucrados en servicios relacionados con el automóvil o trabajan en otras áreas de negocio. El Grupo Volkswagen vende sus vehículos en 153 países.

En 2020, el total de vehículos entregados a los clientes del Grupo en todo el mundo fue de 9,31 millones (2019: 10,98 millones). La facturación del Grupo en 2020 ascendió hasta los 222.900 (2019: 252.600) millones de euros. Los beneficios después de impuestos del ejercicio ya concluido sumaron en 2020 8.800 millones de euros (2019: 14.000 millones de euros).

  