



17 de marzo de 2021

## Volkswagen sienta las bases del éxito para el 2021

- En 2020, un año marcado por el Covid-19, Volkswagen invirtió cerca de 2.700 millones de euros en tecnologías futuras
- Esto permitirá alcanzar los primeros hitos de la estrategia *ACCELERATE* en 2021
- Gran impulso a la movilidad eléctrica: más de 450.000 vehículos eléctricos se entregarán a los clientes en 2021, más del doble que en 2020
- El modelo de negocio 2.0 alcanzará el primer hito en verano: el lanzamiento de la venta de coches online y las pruebas con modelos de suscripción con servicios adicionales proporcionan fuentes de ingresos potenciales extras
- Previsión para 2021: se espera un incremento interanual de las entregas, la facturación y los beneficios; se apunta a una rentabilidad operativa de entre el 3 y 4%
- El consejero delegado de Volkswagen, Ralf Brandstätter: "Hemos gestionado exitosamente la pandemia de coronavirus con una estricta disciplina de costes y buenos resultados de ventas. Esto también nos ha permitido impulsar vigorosamente nuestra transformación durante un año tan excepcional como este"

**Wolfsburg – En 2020, Volkswagen volvió a invertir con fuerza en futuras tecnologías, gastando un total de 2.700 millones de euros durante un año marcado por el Covid-19. De esta forma, la marca está sentando las bases para el inicio exitoso de su estrategia *ACCELERATE*. Los primeros hitos se alcanzarán durante este año. Volkswagen anticipa un fuerte impulso de la movilidad eléctrica, con más de 450.000 vehículos eléctricos entregados a los clientes en 2021, más del doble que la cifra de 2020. La digitalización sigue avanzando de forma continua y Volkswagen llegará a los primeros clientes con su modelo de negocio 2.0 este verano: las pruebas con modelos de suscripción y funciones opcionales adicionales sobre demanda empezarán en seis ciudades alemanas. La marca también espera que esto genere millones de euros de ingresos a lo largo de los próximos años. Las ventas de vehículos online también empezarán en verano.**

### Contactos de medios Volkswagen Comunicación

Robin Aschhoff  
Director de Comunicación de la Marca Volkswagen  
Teléfono: +49 5361 9-88727  
robin.aschhoff@volkswagen.de

Jörn Roggenbuck  
Portavoz de la Marca Volkswagen  
Teléfono: +49-173-37607-55  
joern.roggenbuck@volkswagen.de

Christoph Oemisch  
Portavoz de Finanzas y Ventas  
Teléfono +49-5361-9-18895  
christoph.oemisch@volkswagen.de



More at  
volkswagen-newsroom.com



**ACCELERATE**  
DIGITAL: ENERGIZED

"Hemos gestionado con éxito la pandemia del coronavirus. Tras una primera mitad de año difícil, hemos contraatacado con una estricta disciplina de costes y buenos



resultados de venta. Volkswagen anunció un beneficio operativo de 454 millones de euros antes de extraordinarios, por lo que ha conseguido mantener la rentabilidad incluso durante la crisis del año 2020. Por lo tanto, incluso a pesar de los tiempos excepcionalmente difíciles de la pandemia, hemos sido capaces de invertir de forma significativa en el futuro. Como consecuencia, hemos conservado la libertad que necesitábamos para seguir impulsando vigorosamente nuestra transformación, a pesar de todos los retos a los que nos hemos enfrentado. Esto nos permitirá seguir apretando el acelerador durante 2021 con nuestra estrategia *ACCELERATE*", dijo Ralf Brandstätter, consejero delegado de la marca Volkswagen Turismos.

## **La disciplina de costes e inversiones amortigua el efecto de la pandemia del coronavirus**

Para contrarrestar los efectos negativos de la pandemia del coronavirus, el año pasado Volkswagen implementó un gran número de medidas adicionales de reducción de costes. La compañía logró una reducción interanual de los costes fijos de cerca de 1.000 millones de euros. La estricta gestión de los costes surtió pleno efecto, particularmente en el tercer trimestre y, especialmente, en el cuarto. Con 1.400 millones de euros, el beneficio operativo durante el cuarto trimestre se situó significativamente por encima del nivel registrado durante el mismo período de 2019. Además, mediante el estricto alineamiento de la producción con la demanda de los clientes, fue posible reducir los inventarios netos en un 10% respecto al año anterior. En general, se consiguió un cash flow neto positivo, a pesar del impacto de la pandemia de Covid-19. La facturación alcanzó los 71.100 millones de euros (2019: 88.400 millones de euros), con 5,3 millones de vehículos entregados (2019: 6,3 millones). La compañía fue capaz de mantener, e incluso ampliar, su cuota de mercado en todas las principales regiones del mundo.

Las significativas inversiones para el futuro solo fueron posibles mediante una estricta gestión de costes. "En 2020, que fue un año excepcional, salvaguardar nuestra libertad financiera fue un factor de éxito crítico. Hemos escrutado cuidadosamente todos nuestros proyectos y hemos establecido una rigurosa lista de prioridades. El fuerte rendimiento de la segunda mitad del año demuestra que hemos implementado las medidas adecuadas", dijo el director financiero de Volkswagen, Alexander Seitz.

## **Aceleración de la digitalización: hitos iniciales con modelos de suscripción y compra online**

Con la nueva estrategia *ACCELERATE*, Volkswagen logrará importantes hitos en materia de venta digital y desarrollo de modelos de negocio basados en datos, además de la una mayor velocidad en el despliegue de la movilidad eléctrica en 2021.

Este verano, Volkswagen pondrá a prueba un modelo de suscripción para el ID.3<sup>1</sup> en seis ciudades alemanas. Estos proyectos piloto ofrecerán y pondrán a prueba la aceptación de la facturación basada en la utilización, así como funciones opcionales, como servicios de navegación. Un requisito clave para el éxito de las funciones digitales adicionales es que Volkswagen se convierta en el único fabricante que proporciona actualizaciones "over-the-air" para el ID.3 y el ID.4<sup>2</sup> cada 12 semanas, algo que también empezará en verano. De cara al futuro, la compañía espera generar ingresos adicionales durante la vida útil del vehículo, por valor de cientos de millones de euros durante los próximos años.

Volkswagen también alcanzará un hito en materia de ventas online durante el actual ejercicio: a partir de esta misma semana, los clientes ya pueden abordar online pasos clave en la compra de su ID.3 o ID.4, para luego completar el proceso de compra en su concesionario local. A partir de este verano, los clientes tendrán la oportunidad de



Llevar a cabo la totalidad del proceso de compra de la familia ID. de forma online – desde la configuración hasta la firma de un acuerdo de leasing. De esta forma, Volkswagen se convertirá en uno de los primeros fabricantes que permite a sus clientes en Alemania comprar vehículos eléctricos de forma totalmente online.

También en verano, junto con sus concesionarios, Volkswagen abrirá una *marketplace* digital para vehículos en stock y coches de segunda mano. Los clientes podrán escoger entre una amplia selección y comprar su vehículo online. Más adelante, la venta online se implantará sucesivamente en los mercados europeos. Sin embargo, los concesionarios seguirán siendo una parte integral del proceso de venta online, y el punto de enlace más importante con los clientes.

## **Volkswagen acelera su campaña eléctrica**

Antes de finales de marzo, los primeros vehículos ID.4 se entregarán a los clientes en muchos mercados europeos. Las entregas en Alemania empezarán el 26 de marzo. A finales de febrero, ya se habían recibido 23.500 pedidos para este modelo en toda Europa. Asimismo, este año, Volkswagen añadirá a la gama el ID.4 GTX<sup>3</sup>, el ID.5 coupé<sup>3</sup> y el ID.6 X/CROZZ<sup>3</sup> para el mercado chino.

Con los modelos adicionales, la compañía está incrementando rápidamente los volúmenes de coches eléctricos y escalando el uso de la MEB en todo el mundo. "De esta forma, volvemos a resaltar que la marca Volkswagen es el campeón modular del Grupo. Cerca del 80% del volumen del Grupo ya está basado en tecnología de Volkswagen", dijo Ralf Branstätter. Volkswagen tiene previsto entregar a los clientes un total de cerca de 300.000 vehículos basados en la MEB durante este año, así como 150.000 híbridos.

Volkswagen ha tenido un buen comienzo de año: en los dos primeros meses de 2021, se han entregado 15.500 BEVs en todo el mundo a pesar de las restricciones en muchos mercados relacionadas con el Covid-19 – un incremento del 51% respecto al mismo período de 2020. El crecimiento en Alemania alcanzó el 143%. En el caso de los vehículos híbridos, 16.300 PHEVs fueron entregados, lo que supone un incremento del 174% en todo el mundo, y del 291% en Alemania.

## **Previsión para 2021: vuelta al crecimiento rentable**

En adelante, Volkswagen continuará focalizándose con firmeza en la eficiencia para financiar las inversiones futuras previstas en electrificación y digitalización, que ascienden a los 16.000 millones de euros hasta 2025. Para ello, la compañía ha definido cuatro palancas. Partiendo de los éxitos logrados durante el anterior ejercicio, el objetivo es lograr una reducción de los costes fijos del 5% hasta 2023. Medidas como la congelación del tamaño de la plantilla en los niveles de enero de 2021, combinada con los pactos de jubilación parcial, de acuerdo con las directrices marcadas conjuntamente con el Comité de Empresa, ayudarán a cumplir este objetivo. Otros objetivos incluyen el incremento de la productividad de las fábricas en un 5% anual, la reducción de los costes materiales en un 7% y la mejora sostenible de la rentabilidad en las regiones. A pesar de la crisis del coronavirus, Volkswagen va por el buen camino para alcanzar el *break even* en Estados Unidos y Sudamérica durante este año.

Volkswagen espera un fuerte incremento de las entregas durante el próximo año, así como un crecimiento interanual significativo de la facturación. En términos de rentabilidad operativa, Volkswagen apunta a un rango objetivo de entre el 3 y el 4% en 2021. Alexander Seitz: "A pesar de los contratiempos provocados por la pandemia de coronavirus, seguiremos trabajando de forma consistente para cumplir con nuestro objetivo de lograr un margen del 6% en 2023".



Sin embargo, el cumplimiento de estos objetivos depende de la evolución de la pandemia de Covid-19 en los principales mercados de la compañía, así como en la disponibilidad de semiconductores.

<sup>1)</sup> ID.3: consumo de energía (combinado) en kWh/100 km (NEDC): 17,7 – 14,5; emisiones de CO<sub>2</sub> (combinadas) en g/km: 0; categoría de eficiencia: A+

<sup>2)</sup> ID.4: consumo de energía en kWh/100 km (NEDC): combinado 16,9 – 15,5; emisiones de CO<sub>2</sub> en g/km: 0; categoría de eficiencia: A+.

<sup>3)</sup> ID.4 GTX, ID.5 coupé, ID.6 X/CROZZ: estos vehículos todavía no están a la venta.

---

#### **Sobre la marca Volkswagen:**

La marca Volkswagen Turismos está presente en más de 150 mercados de todo el mundo y produce vehículos en más de 50 centros repartidos por 14 países. En 2020, Volkswagen entregó 5,3 millones de vehículos, incluyendo modelos superventas como el Golf, el Tiguan, el Jetta o el Passat. Actualmente, 195.878 personas trabajan para Volkswagen en todo el mundo. La marca también tiene más de 10.000 concesionarios con 86.000 empleados. Volkswagen sigue adelante de forma consistente con el desarrollo continuado de la producción automovilística. La movilidad eléctrica, la movilidad inteligente y la transformación digital de la marca con las principales temáticas clave para el futuro.

---