



5 de marzo de 2021

Volkswagen acelera su transformación en proveedor de movilidad impulsado por software

- Estrategia **ACCELERATE**: Volkswagen se enfrenta con resolución a los grandes retos del futuro – digitalización, nuevo modelo de negocio y conducción autónoma
- La integración de software y la experiencia de cliente digital se convertirán en competencias clave
- Los modelos de negocio basados en datos abrirán nuevas fuentes de ingresos
- Volkswagen hará que la conducción autónoma esté ampliamente disponible de aquí al 2030
- La campaña eléctrica sigue acelerando: se estima que, en 2030, los vehículos totalmente eléctricos supondrán más del 70% del volumen de ventas europeo y del 50% del chino y estadounidense
- Objetivos financieros confirmados: rentabilidad operativa de como mínimo un 6% a partir de 2023; los costes fijos y materiales se seguirán reduciendo
- Ralf Brandstätter, consejero delegado de Volkswagen: "Estamos acelerando el ritmo. Durante los próximos años, cambiaremos Volkswagen como nunca lo habíamos hecho. Ahora, con **ACCELERATE**, daremos un nuevo impulso a la digitalización de la marca"

Wolfsburg – Volkswagen acelera su transformación en un proveedor de movilidad impulsado por software. Con el despliegue de la estrategia **ACCELERATE, que acaba de presentar, la compañía se preparará sistemáticamente y a tiempo para los profundos cambios que se producirán en la industria automóvil. De la misma forma que Volkswagen ha liderado decididamente el camino con su ofensiva eléctrica global, ahora también acelerará el resto de cuestiones clave para el futuro: la integración del software en el vehículo y la experiencia de cliente digital se convertirán en competencias cruciales. Con la puesta en marcha de modelos de negocio basados en datos, la compañía quiere atraer nuevos grupos de clientes y abrir nuevas fuentes de ingresos. Volkswagen también hará que la conducción autónoma esté disponible para mucha gente antes de que acabe la década. "La movilidad eléctrica era solo el principio. La auténtica disrupción todavía está por llegar. Con nuestra estrategia, **ACCELERAMOS** hacia el futuro digital," dijo Ralf Brandstätter, consejero delegado de Volkswagen. "Durante los próximos años, cambiaremos Volkswagen como nunca lo habíamos hecho".**

En 2016, Volkswagen inició su transformación de gran alcance y la mayor ofensiva eléctrica de la industria con la estrategia TRANSFORM 2025+. Con **ACCELERATE**, Volkswagen se fija ahora el objetivo de transformarse en "la marca más atractiva para la movilidad sostenible". La compañía se concentra en desarrollar tres generadores de valor estratégicos para la transformación acelerada – "valor de marca", "plataformas escalables" y "empresa valiosa", cada uno de los cuales se apoya en medidas específicas y objetivos ambiciosos.

Contacto de medios Comunicación de Volkswagen

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

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



More at
volkswagen-newsroom.com

ACCELERATE
DIGITAL: ENERGIZED



La integración de software se convertirá en una competencia clave de Volkswagen

Los altos volúmenes de la compañía garantizarán el escalamiento necesario del software en el Grupo. La integración del software en el vehículo y en la experiencia de cliente digital se convertirán, por lo tanto, en competencias clave de Volkswagen. Para este fin, Volkswagen está liderando el desarrollo de un ecosistema digital centrado en el cliente, con la Familia ID. ejerciendo de pionera. Por ello, Volkswagen ha establecido la ágil unidad de proyectos ID. Digital, que proporcionará actualizaciones "over-the-air" cada 12 semanas, a partir del verano de 2021. Esto permitirá que el vehículo se mantenga al día a lo largo de toda su vida útil, y mejore cada vez más con nuevas funciones. Se estima que en un período de dos años habrá una flota interconectada de más de 500.000 vehículos, a través de los cuales Volkswagen será capaz de trasladar directamente la respuesta de los clientes a las nuevas funciones.

Modelo de negocio 2.0: nuevos clientes y fuentes de ingresos adicionales

Al convertir el vehículo en un producto basado en software, Volkswagen está sentando las bases para nuevos modelos de negocio basados en datos, con decrecientes barreras de entrada a la movilidad individual, a la vez que ofrece paquetes de servicio muy atractivos para los clientes. De esta forma, Volkswagen tiene por objetivo generar ingresos adicionales a lo largo de la vida útil del vehículo, mediante servicios de carga y energía, mediante funciones de software que los clientes pueden adoptar según sus necesidades, o mediante la conducción autónoma.

La compañía también simplificará en gran medida la estructura del portfolio de vehículos. Las futuras generaciones de vehículos se producirán con un número de versiones mucho más reducido. La configuración individual ya no se determinará mediante el hardware con la compra del vehículo. En vez de eso, el vehículo lo tendrá virtualmente todo a bordo, y los clientes podrán añadir las funciones deseadas, sobre demanda y en cualquier momento, a través del ecosistema digital del vehículo. Esto reducirá significativamente la complejidad de la producción.

Un plan claro para impulsar los beneficios

Volkswagen ha comprometido cerca de 16.000 millones de euros hasta 2025 para la inversión en futuras tendencias en materia de movilidad eléctrica, hibridación y digitalización. Para ser capaz de financiar las considerables inversiones futuras, la compañía trabajará sistemáticamente en aumentar su eficiencia con *ACCELERATE*. Se prevé llegar a un margen operativo objetivo de, como mínimo, un 6% para 2023, y garantizarlo a largo plazo.

La prioridad será adquirir una mayor resistencia ante las fluctuaciones del mercado. Para lograrlo, Volkswagen quiere reducir sus costes fijos en un 5% antes de 2023, incrementar la productividad de sus fábricas en un 5% anualmente, optimizar los costes materiales en un 7% y devolver todas las regiones a los números negros a largo plazo. En Sudamérica y Estados Unidos, Volkswagen está haciendo esfuerzos para llegar al equilibrio durante el actual ejercicio. La compañía puede ahora anunciar



beneficios en América del Norte, con un descenso en los volúmenes de venta del 15%, y en Sudamérica, con una caída del volumen de ventas de hasta el 30%.

Una expansión más rápida de la movilidad eléctrica

Volkswagen tiene previsto acelerar la campaña eléctrica global una vez más: hasta el 2030, la marca incrementará su cuota de mercado hasta el 70% de las entregas de coches totalmente eléctricos en Europa – el doble del anterior objetivo marcado, del 35%. En Estados Unidos y China, la marca apunta a una cuota de mercado en vehículos eléctricos del 50% en el mismo período. Para lograrlo, Volkswagen sacará, por lo menos, un modelo BEV al año. El ID.4 GTX¹ con tracción total dará el pistoletazo de salida durante la primera mitad de 2021, seguido por el ID.5² en la segunda mitad del año. El ID.6 X / Cross¹, un SUV eléctrico de siete plazas para el mercado chino, se lanzará en otoño. Los planes para un coche eléctrico en el segmento inferior al ID.3² – con un precio de entrada de 20.000 euros – se han avanzado, y el vehículo estará disponible en 2025, dos años antes de lo previsto.

Volkswagen optimizará constantemente la Plataforma Modular de Propulsión Eléctrica (MEB) con mejoras en aceleración, capacidad de carga y autonomía. Volkswagen también aprovechará sus fortalezas como líder en materia de plataformas en la siguiente generación de plataformas de alto rendimiento totalmente eléctricas para vehículos planos – la Plataforma de Sistemas Escalables. Esta se desplegará por primera vez en 2026, en el marco del proyecto insignia de Volkswagen, Trinity.

La flota con motor de combustión también se seguirá desarrollando en paralelo a la aceleración de la campaña eléctrica. Todos los principales modelos, incluyendo Golf, Tiguan, Passat, Tayron y T-ROC, tendrán un nuevo sucesor. Ralf Brandstätter: “Seguiremos necesitando los motores de combustión durante un tiempo, pero deberían ser tan eficientes como sea posible, motivo por el cual la próxima generación de nuestros principales productos – todos ellos modelos mundiales – también estará equipada con la última generación de tecnología híbrida, con una autonomía eléctrica de hasta 100 kilómetros”.

Trinity ampliará la conducción autónoma

Los clientes serán capaces de experimentar todo lo que Volkswagen tiene planeado para el futuro por primera vez en 2026. En Trinity, todos los elementos encajarán. El vehículo marcará nuevas referencias en tres aspectos: tecnológicamente, en términos de modelo de negocio 2.0 y con el nuevo enfoque productivo de la planta de Wolfsburg.

Trinity permitirá el Nivel 2+ de conducción autónoma desde el principio, y el Nivel 4 en un futuro. “Trinity se convertirá en una especie de máquina del tiempo para nuestros clientes, ahorrándoles tiempo y estrés. Sin embargo, esta tecnología no debe convertirse en el privilegio de una élite reducida, motivo por el cual la estamos escalando para que sea accesible para muchas personas”, dijo Ralf Brandstätter.



Vender cerca de 6 millones de unidades cada año le da a la compañía la masa crítica necesaria para escalar la conducción autónoma, cuyo desarrollo es sofisticado, y desplegarla por todo el mundo. Por lo tanto, empezando con Trinity en 2026, Volkswagen liderará al Grupo Volkswagen estableciendo una red neuronal en el conjunto de su flota de vehículos interconectados, a través de la cual los vehículos intercambiarán datos de forma continua sobre, por ejemplo, la situación del tráfico, obstáculos o accidentes. Esto permitirá a Volkswagen crear un sistema de autoaprendizaje con millones de vehículos que beneficiará a los clientes de todas las marcas del Grupo.

Ralf Brandstätter: "Volkswagen pasará por profundos cambios. Seremos la personificación de no solo la movilidad eléctrica respetuosa con el clima, sino también de experiencias de cliente digitales especialmente fascinantes, nuevos modelos de negocio y la conducción autónoma para mucha gente. A lo largo de los últimos años, hemos sentado unas fuertes bases. Ahora, con *ACCELERATE*, daremos un nuevo impulso a la digitalización".

¹⁾ Estos vehículos no están a la venta.

²⁾ ID.3 – consumo de energía (combinado) en kWh/100 km (NEDC): 17,7 – 14,5; emisiones de CO₂ (combinadas) en g/km: 0; categoría de eficiencia: A+.

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 2019, Volkswagen entregó 6,3 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.
