
Nota de prensa

NO. 47/2024

El Grupo Volkswagen toma la ofensiva en China reforzando sus capacidades tecnológicas y reduciendo costes

- **"En China, para China":** la nueva estrategia para China, con una creación de valor significativamente mayor en el país, tiene como objetivo una mayor orientación al mercado local y a los clientes. El aumento sustancial de las capacidades internas de desarrollo y software, así como las asociaciones locales, constituyen la base de nuevos productos con tecnologías de vanguardia.
- **Paridad de costes con la competencia local:** el Grupo Volkswagen aspira a una reducción de costes del 40% con su Plataforma Principal de China (CMP) desarrollada localmente. Se trata de un componente clave para alcanzar la paridad de costes con la competencia local en el segmento de los vehículos compactos eléctricos de batería (BEV), tan sensible a los precios.
- **Posición en el mercado como fabricante líder internacional:** el Grupo Volkswagen pretende aumentar su resultado operativo proporcional a unos 3.000 millones de euros para 2030, incluyendo la joint venture Anhui, consolidada por el método de integración global.
- **Posición única:** gama de combustión sólida (ICE) como base altamente rentable para la transformación flexible hacia vehículos inteligentes conectados (ICV).
- **Aprovechamiento de nuevas fuentes de beneficios:** crecimiento rentable con una cartera de productos específica para China en un mercado de vehículos híbridos y totalmente eléctricos (NEV) en dinámico desarrollo.
- **Oliver Blume, CEO del Grupo Volkswagen:** "China es nuestro segundo mercado doméstico. Seguimos impulsando nuestra estrategia de forma sistemática y estamos pasando a la ofensiva en su ejecución. Nos centramos en las expectativas de nuestros clientes chinos y en la aceleración del plazo de comercialización de nuestros productos. Al mismo tiempo, estamos impulsando tecnologías pioneras, aumentando la eficiencia de costes y profundizando en las asociaciones locales".

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Wolfsburg/Pekín, 24 de abril de 2024 – Volkswagen lanza la siguiente fase de su transformación en China. En el Capital Markets Day de China, celebrado en Pekín, el Grupo Volkswagen presentó la actualización de su estrategia para el mercado chino. La atención se centra en su objetivo de reforzar las capacidades tecnológicas y reducir costes en un mercado en fuerte crecimiento. El Grupo tiene previsto alcanzar la paridad de costes con la competencia local en el segmento de los modelos compactos de aquí a 2026 y seguir ganando impulso mediante una estrategia reorientada y un programa de eficiencia que ya se ha puesto en marcha. Además, la empresa subrayó su compromiso con su estrategia "en China, para China": presentó medidas para atender aún mejor las necesidades de los clientes chinos, acelerar el desarrollo de modelos y los plazos de comercialización, así como reducir significativamente los costes. Además, el objetivo es aprovechar mejor el poder innovador del mercado y aumentar la creación de valor local a través de más capacidades de desarrollo propio y sólidas asociaciones locales. Como resultado, el Grupo aspira a reforzar su posición como primer fabricante internacional de equipos originales (OEM) en el mercado chino y se ha fijado ambiciosos objetivos hasta 2030: unos 4 millones de vehículos vendidos y un crecimiento del resultado operativo proporcional hasta unos 3.000 millones de euros, incluyendo la joint venture Anhui consolidada por el método de integración global.

"En los últimos 40 años hemos establecido un negocio sólido y de gran éxito en China. China es un mercado muy importante para nosotros y seguirá siéndolo. En la actualidad hay aproximadamente 50 millones de nuestros vehículos en las carreteras chinas, y vendemos uno de cada tres coches de todo el mundo allí. Por lo tanto, estamos orgullosos de llamar a China nuestro segundo mercado doméstico", dijo Oliver Blume, CEO del Grupo Volkswagen en el Capital Markets Day de Pekín. "De cara al futuro, estamos impulsando sistemáticamente nuestra estrategia "En China, para China". El rumbo está fijado y queremos beneficiarnos más del impulso de crecimiento del mercado a partir de 2026. Nos centraremos en la aplicación coherente de la estrategia, en seguir reforzando nuestra orientación al cliente y en un desarrollo acelerado del modelo. Junto con nuestros socios, también estamos aumentando nuestra competitividad tecnológica y reduciendo significativamente los costes".

Alcanzar la paridad de costes con los competidores locales de BEV en el segmento de los vehículos compactos

Con su estrategia, Volkswagen pretende alcanzar la paridad de costes con la competencia local para los vehículos compactos de entrada de gama en 2026. Se espera que este segmento represente más del 50% del mercado total en el futuro.

Para beneficiarse de este crecimiento, el Grupo ampliará su cartera totalmente eléctrica al segmento compacto a través de su marca Volkswagen y basándose en su Plataforma Principal de China (CMP). La

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

CMP pretende reducir los costes en un 40% para 2026, en particular gracias a la arquitectura eléctrica/electrónica (E/E) desarrollada en colaboración con XPENG y a una tecnología de baterías competitiva. Además, el uso de la «Arquitectura Eléctrica China» (CEA) estandarizará aún más la arquitectura digital y logrará así una mayor eficiencia de costes. Con la implantación de la nueva CEA, la marca Volkswagen acelera considerablemente su velocidad de desarrollo.

En el mercado chino, de rápido crecimiento, Volkswagen puede ofrecer innovaciones a sus clientes con mayor rapidez. Gracias a la nueva estructura local de Volkswagen Group China Technology Company (VCTC), el centro de investigación y desarrollo del Grupo en Hefei, el Grupo puede acortar el plazo de comercialización de los nuevos productos locales en un 30%.

Con VCTC, Volkswagen agrupa en Hefei todas las unidades de desarrollo y los procesos de toma de decisiones para los vehículos destinados al mercado chino. Esto reduce las interfaces entre las distintas áreas y aumenta la eficiencia. La coordinación tiene lugar en la misma zona horaria y con el único objetivo del mercado local. Además, la empresa tecnológica aúna el desarrollo de vehículos y componentes, así como las compras, desde el principio del proceso de desarrollo. El trabajo simultáneo ahorra tiempo adicional y permite optimizar la estructura de costes. Además, VCTC maximiza la competitividad de costes centrándose en conceptos locales a nivel de vehículo, plataforma, módulo y sistema. Esto incluye módulos «listos para usar» fabricados por proveedores locales, cuando sea razonable, y aprovechando la tecnología global del Grupo Volkswagen, cuando sea conveniente.

Oliver Blume: "Con esta mayor eficiencia y rapidez, importantes economías de escala y una sólida posición de costes, Volkswagen sigue siendo rentable y generando cash, incluso en un entorno de mercado difícil. Al mismo tiempo, estamos garantizando nuestra capacidad para financiar inversiones en el futuro, al tiempo que aseguramos una sólida posición financiera".

Reforzar la posición competitiva mediante asociaciones locales e innovación

El Grupo está tomando medidas deliberadas para mejorar la eficiencia y sentar las bases de un futuro crecimiento en China, en particular mediante el fortalecimiento de su pila de tecnología y software, centrándose en sus capacidades de desarrollo local y sus asociaciones con empresas tecnológicas y fabricantes locales como Horizon Robotics, Thundersoft y XPENG.

De este modo, Volkswagen está impulsando la digitalización de su cartera de modelos a través de la Arquitectura Eléctrica China desarrollada conjuntamente por VCTC y CARIAD China con el fabricante chino de vehículos eléctricos XPENG. El objetivo es alinear plenamente la tecnología y los servicios digitales con las tendencias del mercado para satisfacer los deseos de los clientes chinos con mayor rapidez y de forma selectiva. Esto refuerza el enfoque orientado al software y promueve el desarrollo de funciones de vanguardia, como la conducción automatizada y las funciones de conectividad de nueva generación.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

China está impulsando la innovación de los vehículos autónomos, y se espera que la conducción autónoma de nivel 3 y superior alcance una tasa de penetración del 56% en 2030.

La mejora de la posición competitiva de Volkswagen también se refleja en los ambiciosos objetivos a medio y largo plazo: el Grupo pretende aumentar continuamente su resultado operativo proporcional a más de 2.000 millones de euros para 2027, con el objetivo de alcanzar alrededor de 3.000 millones de euros al final de la década. El Grupo se ha fijado unos ambiciosos objetivos de ventas en China de aproximadamente 4 millones de vehículos para 2030, lo que corresponde a una cuota de mercado de alrededor del 15%. Uno de cada dos vehículos vendidos deberá ser eléctrico de aquí a 2030.

El Grupo Volkswagen se está centrando en el enfoque «en China, para China» en la región. Esto significa más desarrollo local, nuevas asociaciones tecnológicas y mayor velocidad de implementación. Al mismo tiempo, estamos acelerando nuestra ofensiva eléctrica con productos adicionales para nuevos segmentos. De este modo, estamos aprovechando las oportunidades del mercado eléctrico, en rápido crecimiento", afirmó Ralf Brandstätter, miembro del Comité Ejecutivo del Grupo para la región de China y CEO de Volkswagen Group China. "La rentabilidad tiene la máxima prioridad en todos nuestros proyectos e iniciativas. Con un programa de eficiencia multimarca y una gestión coherente de los costes, seguiremos reforzando nuestra competitividad económica en China de forma sostenible. De este modo, la región seguirá contribuyendo con fuerza a los beneficios y al cash flow del Grupo en el futuro".

Los modelos ICE financiarán la transformación tecnológica

Los 40 años de presencia de Volkswagen en el mercado constituyen una sólida base para el crecimiento futuro en China, ya que su gran visibilidad y aceptación se traducen en un alto nivel de confianza por parte de los clientes locales.

La empresa tiene previsto ofrecer vehículos de última generación en todos los segmentos clave: ICE, PHEV y BEV - y también en ICVs en el futuro. Esta trayectoria de crecimiento se sustenta en el impulso de los nuevos vehículos eléctricos (NEV). Ya en los próximos tres años, el Grupo y sus marcas lanzarán 40 nuevos modelos en China, la mitad de ellos electrificados. Entre ellos se incluyen al menos ocho de los modelos BEV específicos para China previstos a partir de asociaciones con XPENG y SAIC, así como vehículos de la marca Volkswagen basados en la nueva Plataforma Principal de China. Hasta 2030, se introducirán en el mercado más de 30 modelos BEV.

El objetivo de Volkswagen es ser y seguir siendo el líder entre los fabricantes de equipos originales internacionales (OEM) y situar a la empresa entre los tres primeros del mercado chino. Esta ambición está en consonancia con el crecimiento previsto del mercado chino, que se caracteriza por varias tendencias clave que podrían abrir nuevas fuentes de beneficios en la industria del automóvil en los próximos años.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Se espera que el mercado total de turismos crezca hasta superar los 28 millones de vehículos en 2030, lo que supone entre seis y siete millones más que en la actualidad. Además, se espera que el mercado de NEV alcance una cuota de alrededor del 75% a finales de la década, casi el triple que en 2023.

El Grupo Volkswagen pretende beneficiarse de este potencial de mercado con una combinación de vehículos con motor de combustión interna tecnológicamente punteros y una cartera de vehículos nuevos en constante crecimiento. También puede utilizar su flota de ICE, que se está hibridando gradualmente, para financiar inversiones en el próximo salto tecnológico hacia vehículos inteligentes y conectados (ICV).

Nota: El próximo evento de Volkswagen en los Capital Market Days se centrará en el grupo de marcas Core y sus marcas Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA, así como en Volkswagen Vehículos Comerciales.



Volkswagen AG

Volkswagen Communications | Head of Strategy and Finance Communications

Contacto Christopher Hauss

Teléfono +49 171-876-9225

E-mail christopher.hauss@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com



Volkswagen AG

Volkswagen Communications | Spokesperson Finance & Sales

Contacto Christoph Oemisch

Teléfono +49-5361-9-18895

E-mail christoph.oemisch@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com



VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Sobre el Grupo Volkswagen:

El Grupo Volkswagen, con sede en Wolfsburg (Alemania), es uno de los principales fabricantes de automóviles del mundo. Opera a escala mundial, con 114 plantas de producción en 19 países europeos y 10 países de América, Asia y África. Cuenta con unos 684.000 empleados en todo el mundo. Los vehículos del Grupo se venden en más de 150 países.

Con una cartera inigualable de marcas globales sólidas, tecnologías líderes a escala, ideas innovadoras para aprovechar futuras reservas de beneficios y un equipo de liderazgo emprendedor, el Grupo Volkswagen se compromete a dar forma al futuro de la movilidad a través de inversiones en vehículos eléctricos y de conducción autónoma, digitalización y sostenibilidad.

En 2023, el número total de vehículos entregados a clientes por el Grupo a nivel mundial fue de 9,2 millones (2022: 8,3 millones). Los ingresos por ventas del Grupo en 2023 ascendieron a 322.300 millones de euros (2022: 279.100 millones de euros). El resultado operativo antes de extraordinarios en 2023 ascendió a 22.600 millones de euros (2022: 22.500 millones de euros).
