



Marzo 16, 2022

Volkswagen cumple con la estrategia NEW AUTO, y sienta las bases para 2022

- Arranque exitoso del BEV: No. 1 en Europa, No. 2 en EU, en China creció más de cuatro veces.
- Mayor resiliencia: los costos se redujeron significativamente, alta disciplina del capex, un punto de equilibrio más bajo.
- Los beneficios se duplicaron a 20,000 millones de euros y el rendimiento de las ventas aumentó 8 por ciento (2020: 4,8).
- Regiones fuertes: avances en Norteamérica y Sudamérica; líder del mercado en Europa y China.
- Estrategia NEW AUTO: Avances significativos en la construcción de grandes plataformas tecnológicas.

Contacto para prensa

Volkswagen México
Marion Fröhner
Relaciones Públicas
marion.frohner@vw.com.mx



Más información en:
<https://www.vwcomerciales.com.mx/>

Wolfsburg, 15 de marzo de 2022 — El Grupo Volkswagen cumplió con su estrategia NEW AUTO el año pasado, sentando las bases para un crecimiento futuro rentable y mejorando la resiliencia de su modelo de negocio en un entorno complicado. El año pasado, Volkswagen logró un avance en regiones clave del mundo, incrementó con éxito la movilidad eléctrica, desarrolló capacidades de software y aumentó la eficiencia.

El CEO Herbert Diess dijo en la conferencia de prensa para anunciar los ingresos anuales de Volkswagen en Wolfsburg:

“La guerra en Ucrania es dramática y causa una tragedia humana y agitación económica que creíamos haber superado durante años de multilateralismo y diplomacia”, señaló Diess. “Volkswagen ha demostrado su resiliencia en los últimos años y también sorteará esta crisis. Al mismo tiempo, mantendremos un enfoque claro en la implementación de nuestra estrategia NEW AUTO, la que nos abrirá paso hacia el futuro de la movilidad autónoma y libre de emisiones.”

Regiones fuertes: avances en Norteamérica y Sudamérica, líder del mercado chino

El Grupo Volkswagen ha logrado avances importantes en su negocio en todas las regiones durante 2021. Su huella global se combinó con las estrategias locales adecuadas y las mezclas de productos fueron clave.

En **Norteamérica**, la marca Volkswagen volvió a la rentabilidad después de varios años en los tres mercados: Canadá, Estados Unidos y México. El portafolio de modelos actualizado de cinco SUVs, incluido el ID.4 totalmente eléctrico, fue bien recibido. Estos modelos representaron más del 75 por ciento de las ventas en



Estados Unidos (375,030 unidades). El próximo ID. Buzz¹ alimentado por batería será el motor emocional para el renacimiento de la Marca en esta región.

La marca Volkswagen también logró un cambio en **Sudamérica**. La consecuente orientación al cliente con nuevos modelos como Taos y Nivus sentó las bases para alcanzar la rentabilidad y un flujo de efectivo neto positivo.

En **Europa**, la pronta decisión del Grupo de optar por lo eléctrico e iniciar la mayor ofensiva eléctrica de la industria rindieron buenos frutos. Fue el líder del mercado en 2021: cada cuatro vehículos eléctricos de batería eran del Grupo Volkswagen. Así, superó su objetivo de flota de CO2 en la Unión Europea incluyendo a Noruega e Islandia con base en cifras preliminares.

En **China**, el mercado de crecimiento más importante a nivel mundial, el Grupo sigue siendo muy rentable y tiene en una fuerte posición en el mercado. Con una participación de mercado del 16 por ciento, tiene casi el doble del tamaño que el segundo mayor competidor. La marca Volkswagen es la más exitosa con una participación de mercado del 11 por ciento. Porsche, Bentley y Lamborghini lograron récords de ventas. El Grupo podría haber vendido significativamente más vehículos en 2021, pero no pudo satisfacer la alta demanda debido a la escasez de semiconductores.

Un arranque exitoso: No. 1 en Europa, No. 2 en Estados Unidos, en China aumentó más de cuatro veces

El exitoso avance eléctrico del Grupo Volkswagen aceleró su velocidad el año pasado. Las entregas de vehículos eléctricos de batería (BEVs) casi se duplicaron en 2021 a más de 450,000 unidades. Así, la empresa fue el número 1 en este segmento en Europa y el número 2 en Estados Unidos. En ambos mercados ha logrado mayores participaciones en el mercado BEV que en el mercado total. Las entregas de BEVs en China se multiplicaron más de cuatro veces del año pasado a 93,000 unidades. Un nuevo modelo de ventas dirigido a clientes más jóvenes, incluyendo 120 tiendas pop-up en centros comerciales chinos, allanó con éxito el camino para al menos el doble de ventas de BEVs en el mercado más grande del Grupo este año.

El nuevo ID. Buzz icónico, que fue revelado por la marca Volkswagen la semana pasada, dará impulso adicional a la ofensiva eléctrica. El icono no solamente es totalmente eléctrico, sino que también se utilizará en futuros conceptos de movilidad autónoma como los viajes compartidos.

Desempeño financiero sólido: se mejora aún más la resiliencia del modelo de negocio

Volkswagen anunció la semana pasada las cifras clave del Grupo para el pasado año fiscal y una perspectiva para 2022. El Reporte Anual publicado hoy presenta cifras detalladas sobre el desempeño de las marcas y las regiones.



Con volúmenes por debajo del 6 por ciento respecto al año anterior, los ingresos por ventas aumentaron un 12 por ciento a 250,200 millones de euros. El beneficio operativo antes de partidas especiales casi se duplicó en comparación con 2020 y alcanzó un nivel sólido de 20,000 millones de euros. El retorno operativo de las ventas antes de las partidas especiales también aumentó a 8.0 por ciento después del 4.8 por ciento en el año anterior. La clave de este desempeño financiero fue una mejor combinación y precios favorables, así como la reducción de los costos generales.

La disciplina de capex, un control firme del capital de trabajo y la contribución positiva del negocio operativo del Grupo llevaron el flujo de efectivo neto de la división automotriz a 15,500 millones de euros, un aumento de 5,500 millones de euros respecto al año anterior. La liquidez neta se situó en 26,700 millones de euros a finales de 2021.

Volkswagen también inició el año pasado un programa de costos para mejorar la competitividad y financiar su ambiciosa transformación hacia la electrificación y la digitalización. Ya se ha alcanzado el objetivo de un recorte del 10 por ciento de los costos generales (sin I+D y capex) inicialmente fijado para 2023. Este importante hito está contribuyendo con un alivio de costos de 4,000 millones de euros respecto a 2019.

Arno Antlitz, director de Finanzas (CFO) del Grupo Volkswagen, afirmó: “El Grupo Volkswagen mejoró su robustez general en 2021 y logró resultados y flujos de efectivo sólidos a pesar de los fuertes vientos en contra por la escasez de semiconductores. Este desempeño fue impulsado por todas nuestras marcas y regiones. Logramos importantes avances en Norteamérica y Sudamérica para la marca Volkswagen y especialmente nuestras marcas premium y Servicios Financieros contribuyeron de manera importante. Estos logros nos dan la confianza de que somos capaces de financiar de manera robusta nuestra transformación a NEW AUTO también en estos tiempos difíciles”.

Avances en la estrategia NEW AUTO: Puntos de prueba significativos en las cuatro plataformas

Con su estrategia NEW AUTO presentada en julio pasado, el Grupo Volkswagen tiene como objetivo aprovechar futuros ingresos en cuatro plataformas tecnológicas líderes a nivel mundial que ofrecen tecnología de vanguardia y escala inigualable. En 2021, se lograron avances significativos en las cuatro plataformas.

Herbert Diess, CEO del Grupo Volkswagen, dijo en la presentación de los estados financieros del último año fiscal: “El pasado julio, presentamos la estrategia NEW AUTO que dirigirá nuestro camino hacia convertirnos en un proveedor de movilidad sustentable y basado en software para 2030. Menos de un año después, ya hemos logrado grandes hitos en las cuatro plataformas estratégicas. Estamos bien encaminados a aprovechar las futuras fuentes de ingresos y estamos totalmente comprometidos con dar forma al futuro de la movilidad”.



En cuanto a la plataforma **Mechatronics**, el actual Modular Electric Drive Toolkit (MEB) da otro paso hacia convertirse en el estándar de la industria para la movilidad eléctrica. La colaboración con Ford acaba de ampliarse a otro modelo BEV que se construirá sobre MEB, duplicando el volumen de MEB de Ford a 1.2 millones de unidades durante el periodo de seis años.

Se tomaron decisiones importantes para Wolfsburg, sede del Grupo. Trinity, el primer modelo de la marca Volkswagen basado en la SSP (Scalable Systems Platform) se producirá en una nueva fábrica optimizada para procesos de 2,000 millones de euros cerca de la sede principal. Utilizará los métodos de producción más innovadores y tendrá una huella neta neutra de CO2. Así, se convertirá en un modelo para la conversión gradual de la producción en la planta principal de Wolfsburg y en el resto de las plantas de Volkswagen.

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

La plataforma **Software** se ha fortalecido aún más con nuevos miembros del equipo directivo de CARIAD. CARIAD ahora se centrará 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 Camera de Hella y se asoció con BOSCH para Level 3 Automated Driving. En 2022, CARIAD llegará a Estados Unidos y China. Esto le da al Grupo Volkswagen la oportunidad de adaptar su desarrollo de software a las necesidades de sus mercados mundiales y acelerar aún más los procesos.

Actualmente, los clientes ya pueden experimentar las soluciones de software de CARIAD. Los vehículos han sido suministrados con actualizaciones por aire y nuevas funciones por parte de CARIAD desde el otoño. El Grupo ya ha realizado más de 56,000 actualizaciones por aire. En el transcurso de 2022, se lanzará una actualización de software con el Travel Assist 2.5, Plug & Charge, planificación de rutas con múltiples paradas y el control por voz actualizado. El Volkswagen Travel Assist es el sistema de asistencia para conductores con el mejor desempeño en Europa y será aún mejor gracias a la colaboración con Mobileye.

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

La tercera plataforma se encarga de **Battery & Charging**. Ya que la carga es un habilitador clave para la movilidad eléctrica, el Grupo Volkswagen está trabajando en una red de carga en Europa, Estados Unidos y China.



En general, se planean 45,000 puntos de carga de alta potencia en todo el mundo para 2025. Alrededor de 10,000 de ellos ya están activos, y muchos más se pondrán en funcionamiento este año. En Europa se fundó una empresa conjunta con Enel y pronto comenzará la colaboración con BP con los primeros cargadores de alta potencia. En China, la empresa conjunta de carga CAMS del Grupo se está expandiendo continuamente. Electrify America en Estados Unidos tiene un nuevo plan de expansión adicional, cuya meta es llegar a 10,000 puntos de carga de alta potencia para 2025.

Desarrollar una plataforma líder para **Mobility Solutions** es otra piedra angular importante de la estrategia NEW AUTO. El año pasado, el Grupo junto con sus socios iniciaron una oferta de adquisición para 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 serán parte integral de esta cartera de movilidad. Aquí, el nuevo ID. Buzz AD tendrá un papel importante. Con el software de ARGO AI, el ID. Buzz AD ya está probando en carretera sus funciones autónomas en Múnich. Las pruebas también están previstas para comenzar en Estados Unidos en 2023. El objetivo es lanzar los servicios comerciales de viajes compartidos de AD en Hamburgo en 2025.

¹⁾ *El vehículo es un prototipo del automóvil que pronto comenzará a producirse.*

Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la planta armadora de vehículos se localizan en el Estado de Puebla, a 120 km al sureste de la ciudad de México. En enero de 2013, en Silao, Guanajuato inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. En 2021, Volkswagen de México produjo 294,408 vehículos. Asentada sobre una superficie de 300 hectáreas, la planta de vehículos de Volkswagen de México es una de las más grandes del Grupo Volkswagen. En esta factoría se producen los modelos Jetta, Tiguan, versión larga y Taos. La Planta de Motores Guanajuato está asentada sobre una superficie de 60 hectáreas; en esta fábrica se producen el motor EA211 y la tercera generación de motores EA888. Volkswagen de México comercializa en el mercado doméstico las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, Cupra, Audi, Bentley y Porsche. En 2021, estas marcas entregaron 130,115 vehículos ligeros a sus clientes.
