



Audi desafía a la crisis del coronavirus con unos sólidos resultados financieros en el año 2020

- **Markus Duesmann, CEO: “Un exitoso cierre del ejercicio 2020, gracias a un ejemplar trabajo en equipo”**
- **En el contexto de la difícil situación del mercado, los ingresos alcanzaron una cifra de alrededor de 50.000 millones de euros**
- **Beneficio operativo antes de partidas especiales: 2.700 millones de euros; retorno operativo sobre las ventas antes de partidas especiales del 5,5%**
- **Importante contribución del Plan de Transformación de Audi (ATP) y de Audi.Zukunft**
- **Alto nivel de cash flow neto: 4.600 millones de euros**
- **Continuación de la estrategia claramente centrada en la electromovilidad: en 2021, por primera vez más de la mitad de los nuevos modelos Audi lanzados al mercado estarán electrificados**
- **Arno Antlitz, CFO: “Audi cuenta con un fuerte posicionamiento y conserva el margen para seguir invirtiendo de forma continua en áreas relacionadas con el futuro”**
- **José Miguel Aparicio, Director de Audi España: “Estos resultados demuestran la fortaleza de nuestra marca y nuestra Red en un entorno muy complicado”**

Madrid, 18 de marzo, 2021 – Incluso en 2020, un año muy difícil desde el punto de vista comercial, Audi impulsó firmemente su transformación para convertirse en un proveedor de movilidad premium sostenible y conectada. Como resultado de la pandemia, las ventas y los ingresos se redujeron de forma significativa durante el primer semestre. Gracias a unos excelentes resultados en los últimos seis meses del año, con un cuarto trimestre especialmente favorable, los ingresos por ventas en el ejercicio 2020 alcanzaron una cifra de aproximadamente 50.000 millones de euros. El beneficio operativo antes de partidas especiales fue de 2.700 millones de euros, con un retorno sobre las ventas antes de partidas especiales del 5.5%. Además de las sinergias en el Grupo Volkswagen, el Plan de Transformación de Audi (ATP) y Audi.Zukunft contribuyeron de forma importante al resultado financiero. El cash flow neto sigue siendo un punto fuerte de la empresa, con una cifra de 4.600 millones de euros. Esto se debe a la continua disciplina de costes e inversiones, y a la liquidación de participaciones dentro del Grupo Volkswagen, que asciende a unos 1.500 millones de euros. La compañía avanzó decididamente en su hoja de ruta hacia la electrificación: solo en 2021, Audi duplicó el número de modelos de propulsión cien por cien eléctrica en su gama, además de reforzar su ofensiva de híbridos enchufables PHEV. Audi afronta el año 2021 con un optimismo cauto, en función de la evolución de la pandemia y del suministro de semiconductores.

“Audi ha afrontado con decisión los desafíos del último año, haciendo todo lo necesario para salir más fuerte de la crisis”, declara **Markus Duesmann**, CEO de AUDI AG. “Las consecuencias de la pandemia del coronavirus a nivel mundial han tenido una influencia decisiva en nuestros resultados comerciales. Tras el desplome de la demanda de vehículos nuevos en todas las



regiones del mundo, los mercados recuperaron la estabilidad a finales de año, primero en China y posteriormente también en Europa y en Estados Unidos. El cuarto trimestre nos permitió concluir el año con un récord de entregas, al convertirse en el trimestre más exitoso en nuestra historia. En total, durante el ejercicio 2020 obtuvimos una rentabilidad operativa sobre las ventas antes de partidas especiales del 5,5%. Este logro también es el resultado de una gestión responsable de la crisis durante la pandemia del coronavirus y, sobre todo, de un sólido trabajo en equipo. Estoy muy satisfecho con la voluntad de cambio y la flexibilidad mostrada por los trabajadores de Audi”.

Las **ventas** de vehículos de la marca Audi en 2020 alcanzaron una cifra de 1.692.773 unidades (2019: 1.845.573). La caída de aproximadamente el 8%, derivada de la pandemia, fue significativamente menor que la del mercado a nivel mundial, que se situó en casi el 15%. Tras un inicio de año difícil, los mercados se recuperaron de forma considerable. Audi concluyó el ejercicio con el trimestre más exitoso en la historia de la compañía, totalizando 505.583 entregas a clientes (4º trimestre de 2019: 488.471). Entre las razones de este fuerte repunte final en 2020 se encuentran la gestión activa de la crisis del coronavirus por parte de la empresa, y una notable recuperación de la demanda en los principales mercados. Además, Audi reaccionó con flexibilidad a los desafíos que plantea la pandemia mediante la expansión de las ventas y los servicios digitales.

Los **modelos de gama alta y los SUV** destacaron durante 2020. Por ejemplo, las ventas del Audi Q3 y del Audi A6 aumentaron un 18,1% y un 11,8%, respectivamente, en comparación con el año anterior. El Audi e-tron, junto al Audi e-tron Sportback, se convirtió en el vehículo eléctrico de un fabricante premium alemán más vendido en el mundo, con un crecimiento de la demanda de casi el 80% frente al año anterior. De este modo, la gama e-tron está contribuyendo de forma decisiva al cumplimiento de los objetivos de la compañía en materia de emisiones de CO₂. En el ejercicio 2020, Audi Sport GmbH también logró nuevamente su mejor resultado, con un aumento de las ventas de un 16,1%.

En términos de volumen, los **ingresos** del Grupo Audi en 2020 ascendieron a 49.973 millones de euros (2019: 55.680 millones). El beneficio operativo antes de partidas especiales fue de 2.739 millones de euros (2019: 4.509 millones), lo que equivale a un margen operativo sobre las ventas antes de partidas especiales del 5,5% (2019: 8,1%). Los resultados del cuarto trimestre, con un beneficio operativo antes de partidas especiales de 2.456 millones de euros (2019: 1.271 millones) y una rentabilidad operativa sobre las ventas del 14,7% (2019: 8,9%) compensaron con creces las cifras del primer semestre. Este buen rendimiento se debe, por un lado al significativo aumento de las ventas a medida que se recuperan los mercados; además, Audi mantuvo una estricta disciplina de costes e inversiones hasta finales de año.

La exitosa implementación del **Plan de Transformación de Audi** (ATP), con la puesta en marcha de medidas por un importe total de 2.600 millones de euros (2019: 2.500 millones), también contribuyó de forma positiva al desarrollo financiero. En gran medida, estos ahorros influyeron en el beneficio operativo, y también tendrán un impacto sostenido durante los próximos años. Desde la puesta en marcha de este programa de mejora de la eficiencia hace dos años, se han



ahorrado 7.000 millones de euros. El objetivo es alcanzar una cifra total de 15.000 millones de euros hasta 2022, a través de medidas que afectan tanto a los gastos como a los ingresos. Sin embargo, debido a la pérdida de volumen a consecuencia de la crisis sanitaria, es posible que la consecución del plan sufra un ligero retraso. El acuerdo Audi.Zukunft (Audi.Future), concluido en 2019, también está contribuyendo notablemente al éxito mediante la reducción de los costes de empleo. La compañía mantiene su garantía de empleo hasta 2029 y asegura la competitividad a largo plazo.

“Incluso en un año turbulento como 2020, Audi demostró una condición sólida y una situación empresarial saludable”, declara **Arno Antlitz**, Director Financiero de AUDI AG. “Durante la pandemia del coronavirus hemos reforzado nuestra disciplina en materia de inversiones y costes, sin comprometer la identidad de los productos ni la aptitud de Audi para el futuro. Tanto el Plan de Transformación de Audi como el acuerdo Audi.Zukunft están bien establecidos. Ambos programas han contribuido de forma importante a los resultados del Grupo Audi, que son más que respetables, y nos han permitido seguir invirtiendo en la electrificación y la digitalización de nuestros productos”.

Los **resultados financieros** del Grupo Audi aumentaron en comparación con el año anterior, alcanzando una cifra de 1.618 millones de euros (2019: 713 millones). El motivo principal fue el buen comportamiento de la marca Audi en China, donde ya se notó la recuperación en marzo de 2020, superando la cifra de ventas mensuales respecto al año anterior a partir del mes de abril. Las ventas acumuladas en China aumentaron un 5,4% respecto a 2019, a pesar de la caída del mercado. Además, la venta de Audi Electronics Venture GmbH dentro del Grupo Volkswagen por valor de 589 millones de euros tuvo una influencia favorable en los resultados. La cifra final de beneficio antes de impuestos ascendió a 4.187 millones de euros (2019: 5.223 millones).

El compromiso de los trabajadores de Audi en un año 2020 extremadamente difícil se vio compensado con la **participación en los beneficios**, con una cifra de 1.080 euros (2019: 3.880 euros) para un trabajador cualificado en las plantas alemanas. La base para el cálculo es la fórmula en función de los beneficios de explotación establecida en el convenio salarial. También existen acuerdos de participación en los beneficios en las filiales de Audi. Además, Audi estableció una bonificación especial de 1.200 euros a los empleados de AUDI AG cuyo salario se rige por el convenio colectivo, para mostrar su agradecimiento por su flexibilidad y su compromiso durante la crisis sanitaria.

El **cash flow neto**, tradicionalmente fuerte en Audi, aumentó en el desafiante año 2020 hasta una cifra de 4.589 millones de euros (2019: 3.160 millones), gracias principalmente a un control más estricto de las inversiones y de los costes. Particularmente, Audi redujo las inversiones fijas de forma significativa en un 3,8% (2019: 4,9%). La venta de acciones dentro del Grupo Volkswagen tuvo un efecto positivo de 1.500 millones de euros en el cash flow neto. Como consecuencia de ello, la liquidez neta, que ha sido de 22.377 millones de euros (2019: 21.754 millones) permanece estable, en un nivel elevado.



El Grupo Volkswagen está combinando sus recursos para hacer frente a los desafíos que supone la transformación de la industria automotriz. Por esta razón, en la **Junta General Anual de 2020**, los accionistas aprobaron un squeeze-out de acuerdo con la ley de participación accionarial. De este modo, todas las acciones de accionistas minoritarios de AUDI AG pasaron a Volkswagen AG, un paso importante que permitió a Audi mantener una posición fuerte y competitiva de cara al futuro, y aprovechar de forma más eficiente las **sinergias en el Grupo Volkswagen**. Un ejemplo clave de la estrecha colaboración en el Grupo es la empresa Car.Software Organization, fundada a mediados de 2020 y presidida por Markus Duesmann, en la que se están uniendo y ampliando los conocimientos de las marcas del Grupo Volkswagen en materia de software, desarrollando una arquitectura electrónica y un sistema operativo unificados para todas las marcas. A finales de 2024, esta plataforma de software se estrenará en el primer modelo de Audi basado en el proyecto Artemis, y el sistema operativo se integrará progresivamente en todos los vehículos del Grupo Volkswagen. Gracias a la transferencia del presupuesto de los costes de desarrollo de Car.Software Organization y al aumento de la eficiencia en la división de Desarrollo Técnico, el porcentaje de los **costes de investigación y desarrollo** en el ejercicio 2020 se redujo al 7,3% (2019: 7,9%).

La marca de los cuatro aros mantiene las inversiones en futuros modelos y tecnologías. De este modo, Audi avanza en su ofensiva de electrificación durante la pandemia. Este enfoque empresarial y estratégico se puede apreciar en las **inversiones** previstas para los próximos cinco años. Cerca de 15.000 millones de euros, lo que supone casi la mitad de la cifra total de inversiones previstas, que asciende a 35.000 millones de euros, se destinarán exclusivamente a hibridación y electromovilidad.

En 2021, y por primera vez en la historia de la marca, más de la mitad de los nuevos modelos lanzados al mercado estarán electrificados. En febrero se presentó el Audi e-tron GT, el primer Audi totalmente eléctrico fabricado en Alemania. Y ya están en la línea de salida el Audi Q4 e-tron y el Audi Q4 e-tron Sportback, que a partir de mediados de año permitirán a los clientes acceder al mundo eléctrico de Audi en el segmento de los coches compactos. Además, Audi está ampliando su gama de vehículos híbridos enchufables PHEV: en el año en curso, la mitad de las gamas de vehículos con motores térmicos contarán con un modelo híbrido enchufable. Audi tiene previsto ofrecer más de 20 modelos de propulsión totalmente eléctrica para 2025, y seguir ampliando su gama de vehículos PHEV. La compañía prevé que, para esa fecha, alrededor de un tercio de las ventas mundiales corresponderán a vehículos híbridos y eléctricos.

En la implementación de la hoja de ruta hacia la electrificación, el **mercado chino** desempeñará un papel decisivo. La compañía está ampliando su presencia en este mercado, reorientando su modelo de negocio. Audi estableció un importante hito al fundar Audi FAW New Energy Vehicle Company, una empresa conjunta con FAW, socio de Audi desde hace muchos años. Sobre la base de la Plataforma Eléctrica Premium (PPE) desarrollada junto a Porsche, esta nueva empresa se encargará de la producción de vehículos eléctricos en Changchun (China) para el mercado local. “Para nosotros, China es un importante proveedor de impulsos tecnológicos, y un pilar clave del éxito de Audi a largo plazo”, declara Markus Duesmann. “Vemos un enorme potencial en el mercado chino, especialmente en el segmento premium, por lo que reforzaremos aún más



nuestra gama de productos en el que es nuestro mayor mercado”. Para finales de 2021, la ya consolidada empresa conjunta FAW-Volkswagen producirá en China doce modelos de Audi.

De cara a 2021, el Grupo Audi espera una recuperación de la economía mundial, sujeta a la evolución de la pandemia del coronavirus. “Miramos el año 2021 con un cauto optimismo”, declara Arno Antlitz. “Queremos mantener el fuerte impulso del cuarto trimestre del pasado año. Nuestro ambicioso objetivo es crecer de forma significativa en comparación con el año anterior”.

Sobre la base de su atractiva gama de productos, el Grupo Audi prevé un claro aumento de las ventas y los ingresos en comparación con 2020. El margen operativo sobre las ventas previsto para el año 2021 es de entre el 7 y el 9%, cerca de la zona estratégica del 9 al 11%. Para ello, como fabricante premium, Audi prioriza las inversiones relacionadas con el producto y reduce en un punto porcentual el margen estratégico objetivo para las inversiones fijas, hasta situarlo entre el 4 y el 5% de los ingresos por ventas. Por otro lado, Audi intensifica las inversiones en productos y tecnologías futuras. En vez del 5 al 6%, como hasta ahora, la marca de los cuatro aros planea dedicar a investigación y desarrollo entre el 6 y el 7% de los ingresos por ventas, poniendo de relieve su fuerza innovadora e impulsando su transformación en un proveedor de movilidad premium sostenible y conectada.

José Miguel Aparicio, Director de Audi España, considera que los resultados de la marca a nivel mundial durante 2020 “son la consecuencia de un gran trabajo de equipo gestionando un entorno extremadamente complicado. Demuestran la fortaleza de nuestra marca y de nuestra Red de Concesionarios”. Aparicio mira con optimismo el futuro de Audi y su continua transformación: “Las inversiones realizadas en producto, desarrollo de software y electrificación nos permitirán acelerar la transformación hacia la movilidad Premium sostenible del futuro”.

Consumo de los modelos mencionados:

Las cifras dependen de la combinación neumático/llanta seleccionada y de la variante de motor y transmisión

Audi e-tron GT quattro

Consumo combinado de energía eléctrica en kWh/100 km: 22,6 – 19,9

Emissiones combinadas de CO2 en g/km: 0

Audi RS e-tron GT

Consumo combinado de energía eléctrica en kWh/100 km: 22,7 – 20,6

Emissiones combinadas de CO2 en g/km: 0

–Fin–

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>



El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 17 plantas distribuidas en 11 países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A (Bologna, Italia)

En 2020, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,693 millones de automóviles de la marca Audi, así como 7.430 deportivos de la marca Lamborghini y 48.042 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2019, AUDI AG alcanzó una facturación de 55.700 millones de euros y un resultado operativo de 4.500 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 87.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Con nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios atractivos, Audi se está convirtiendo en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.
