



**Comunicación de prensa Audi**

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: [nacho.gonzalez@audi.es](mailto:nacho.gonzalez@audi.es)

E-mail: [alejandro.martin@audi.es](mailto:alejandro.martin@audi.es)

<http://prensa.audi.es>

Agosto 2021

**INFORMACIÓN DE PRENSA**

**Audi Media Days – Corporate & Business**

<b>“Vorsprung 2030”: Audi acelera su transformación</b>	<b>2</b>
Desarrollando la nueva estrategia “Vorsprung 2030”	2
Nuevas ideas para el futuro: innovaciones en Audi	4
Audi en China	5
<b>Silja Pieh, artífice de la nueva estrategia de Audi</b>	<b>7</b>
<b>Ensayos con el Audi Q4 e-tron: poniendo a prueba las ideas preconcebidas</b>	<b>10</b>



## **“Vorsprung 2030”: Audi acelera su transformación**

- **Estrategia centrada en el crecimiento rentable y la diferenciación**
- **Los nuevos modelos de Audi a partir de 2026 serán totalmente eléctricos y la producción de motores de combustión finalizará en 2033. Amplio ecosistema para coches eléctricos en desarrollo. Implementación de hardware inteligente y servicio predictivo en la oferta de postventa**
- **La sostenibilidad está integrada en los procesos de gestión**

**Madrid, 26 de agosto, 2021 – Audi quiere ser un líder sostenible, social y tecnológico en 2030. La marca premium ofrecerá a los clientes de vehículos eléctricos una experiencia a bordo sin precedentes, con su propio ecosistema. “La estrategia corporativa 'Vorsprung 2030' garantizará que Audi siga siendo viable durante mucho tiempo en el futuro. El ritmo del cambio en nuestra sociedad está aumentando rápidamente y por ello estamos acelerando nuestra propia transformación”, declara el CEO de Audi, Markus Duesmann. Hace unas semanas Audi anunció que, a partir de 2026, todos los nuevos modelos que lance al mercado estarán equipados con sistemas de propulsión eléctrica. La empresa eliminará gradualmente la producción de sus motores de combustión interna de aquí a 2033. Esta decisión es el resultado de un intenso proceso de estrategia, con la ambición de seguir creciendo de forma rentable.**

Para seguir cumpliendo en el futuro con el lema de Audi ‘A la Vanguardia de la Técnica’ (Vorsprung durch Technik), el Consejo de Administración ha dedicado los últimos meses a dar forma a la nueva estrategia “Vorsprung 2030” de la compañía. Con una fecha firme para la transición hacia la electromovilidad ya establecida, la marca de los cuatro aros aborda su transformación con determinación, asumiendo su papel de pionera e impulsora de la innovación en la industria de la automoción. “Sólo podemos resolver muchos de los principales problemas del mundo, como las emisiones de carbono y el calentamiento global, mediante el uso de tecnologías limpias. Por este motivo sigue siendo necesario ‘A la Vanguardia de la Técnica’. Nos consideramos una empresa que garantiza la libertad y la movilidad individual de nuestros clientes”, subraya Duesmann. Por ello Audi se centra en los sistemas de propulsión de cero emisiones. “No nos limitamos simplemente a desarrollar tecnología por sí misma, sino que debe ser consecuente y eficaz para mantener el mundo en movimiento”.

### **Desarrollando la nueva estrategia “Vorsprung 2030”**

El lema ‘A la Vanguardia de la Técnica’ define el ADN de Audi desde hace 50 años. Para garantizar que siga siendo así, Silja Pieh, la responsable de estrategia de Audi y su equipo han desarrollado un nuevo proceso para crear una estrategia corporativa sostenible y orientada al futuro. Junto con unos 500 empleados de Audi de distintos niveles jerárquicos y de los principales mercados, como China y Estados Unidos, pasaron meses analizando más de 600 tendencias mundiales en el sector de la movilidad que podrían ser relevantes para la empresa desde ahora hasta 2030. Esto dio lugar a distintas áreas estratégicas de actividad que el equipo debatió y evaluó profundamente junto con el Consejo de Administración. Algunas de las conclusiones son obvias: las ventas y los beneficios se trasladarán gradualmente desde los



vehículos con motor de combustión a los coches eléctricos; y más adelante, con el potencial de crecimiento adicional de la conducción autónoma, al software y los servicios.

“Algo que todo nuestro equipo considera muy alentador es que el Consejo de Administración y muchos empleados ya están profundamente comprometidos con la sostenibilidad. De cara al futuro queremos seguir haciendo hincapié en las prácticas empresariales responsables y cumplirlas rigurosamente”, explica Pieh. La nueva estrategia se centra en el crecimiento rentable y en la diferenciación, y proporciona directrices para priorizar las áreas estratégicas de actividad. Esto implica una serie de componentes diferentes, como la formación de los empleados, la cultura de la empresa y un nuevo sistema de gestión empresarial, que funcionan conjuntamente.

Además del plan para llegar al final de la comercialización de coches con motor de combustión interna, la diferenciación de los vehículos totalmente eléctricos de Audi mediante la calidad y el diseño, así como el aumento del valor añadido para los clientes, desempeñan un papel importante. Esto incluye un ecosistema sin fisuras para la conducción eléctrica y autónoma. “Como resultado de estos cambios, en el futuro Audi establecerá un contacto con sus clientes aún más estrecho y frecuente, con nuevas ofertas digitales y físicas”, explica John Newman, responsable de digitalización de Audi.

La compañía también estrechará la alineación entre el éxito empresarial y las actividades sostenibles sobre la base de criterios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Estos criterios incluyen la mitigación del cambio climático y la protección de los recursos finitos, la salud y la seguridad en el trabajo, la responsabilidad social y las prácticas de gobierno corporativo relacionadas con el cumplimiento y la gestión de riesgos. Pieh señala que la estrategia no está terminada, puesto que se trata de un proceso en continuo desarrollo: “El mundo y especialmente el sector del transporte están evolucionando rápidamente. En el futuro responderemos a los cambios con mayor rapidez y flexibilidad”. Como parte del proceso de planificación integrada del grupo, Audi analizará regularmente y, si es necesario, perfeccionará su marco estratégico.

La marca de los cuatro aros quiere demostrar que es posible conciliar la movilidad individual premium con un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad. Junto con el Grupo Volkswagen y sus otras marcas, Audi pretende desempeñar un papel de liderazgo en el nuevo mundo de la movilidad. En su transformación hacia la electromovilidad y el software, el poder creativo concentrado del grupo representa una ventaja competitiva decisiva. En julio, el Grupo Volkswagen redefinió sus prioridades con su estrategia NEW AUTO, que apoya claramente la implementación exitosa del plan “Vorsprung 2030”.

Martin Primus, Secretario General de AUDI AG, cree que la ventaja de esta visión estratégica es que permite a todos los empleados de la empresa centrarse en los próximos retos, tanto dentro de la marca como en el Grupo, incluyendo a Bentley, Lamborghini, Ducati e Italdesign. Establecer este rumbo con antelación otorga al equipo de Audi la claridad necesaria y el tiempo suficiente para completar la transformación. Una base sólida y reestructurada facilitará su aplicación desde el punto de vista financiero, organizativo y de recursos humanos.



### **Nuevas ideas para el futuro - innovaciones en Audi**

Audi space frame, quattro, faros matrix LED y numerosas patentes relacionadas con la e-movilidad: la lista de innovaciones de Audi es extensa, y lo será aún más en el futuro. Oliver Hoffmann, Director de Desarrollo Técnico de Audi, explica cómo los próximos años traerán más novedades: “En la era de la nueva movilidad no sólo definimos ‘Vorsprung’ como ingeniería de referencia a nivel mundial, diseño de vanguardia y una experiencia digital cautivadora. No pensamos únicamente en términos de vehículos. En el futuro centraremos cada vez más nuestra atención en las soluciones de movilidad holísticas, incluida la infraestructura circundante”.

A través del proyecto “Audi ADN”, el nuevo responsable de Desarrollo pretende centrarse en innovaciones que los clientes puedan experimentar. En este contexto, la marca de los cuatro aros está profundizando en detalles técnicos como los requerimientos del ángulo y el tacto de la dirección o la acústica, para desarrollar una sensación Audi reconocible y única para sus clientes. “Tenemos que dar a nuestros productos un ADN claro e inconfundible. En el futuro seremos muy explícitos en nuestra definición de lo que se debe sentir al conducir un Audi. Por cierto, esto también se aplica a la conducción altamente automatizada”, señala Hoffmann.

Al igual que toda la empresa, el departamento de Desarrollo Técnico está experimentando la mayor transformación de su historia ante la próxima década, que será la que presente más desafíos en la industria del automóvil. Esto incluye la creciente atención al software en los vehículos y la conducción autónoma. Además de la electromovilidad, los puntos centrales de la estrategia del Grupo Volkswagen incluyen la mejora de la conectividad, los servicios digitales y la ampliación del uso de sistemas programados internamente.

En el futuro, los clientes podrán mejorar sus vehículos y actualizar o instalar subsistemas en función de sus necesidades. En algunos países los propietarios de modelos con motor de combustión también recibirán un servicio privilegiado durante todo su ciclo de vida. “Nuestros vehículos estarán aún más centrados en el usuario y serán más individualizados y sostenibles gracias al hardware inteligente que ofrecemos a través de la postventa”, aclara Hoffmann.

En la nueva estrategia 2030, CARIAD desempeña un papel fundamental. La división de software del grupo desarrollará una plataforma de software escalable con un sistema operativo estandarizado y conectividad en la nube para todas las marcas del Grupo Volkswagen para 2025. “La plataforma de software E<sup>3</sup> 2.0 facilitará las sinergias e innovaciones del futuro, incluyendo la conducción autónoma”, comenta Duesmann. CARIAD es responsable directa de la implementación técnica de las soluciones basadas en software, mientras que su integración en el vehículo será llevada a cabo por las respectivas marcas, en coordinación con CARIAD.

Jürgen Rittersberger, Director Financiero y de Asuntos Jurídicos, explica cómo se sentarán las bases financieras para impulsar la innovación dentro del Grupo Audi. “Aquí, en nuestra marca, subyace una mentalidad específica detrás de todas y cada una de las innovaciones técnicas: queremos pensar de forma holística y tener siempre presente la sociedad y el contexto social”. Para garantizar que las innovaciones sigan siendo asequibles, la empresa sigue optimizando sus procesos y costes. “Para abordar una transformación como la que Audi está experimentando



actualmente debemos liberar, y de hecho lo haremos, los recursos financieros adecuados. Sólo así podremos seguir siendo competitivos y viables a largo plazo”, declara Rittersberger. Además de la gestión del volumen impulsada por los resultados y el fuerte rendimiento operativo, el aprovechamiento de las sinergias de hardware y software dentro del Grupo Volkswagen desempeña un papel clave en el éxito de la empresa. El primer semestre de 2021 ha demostrado que Audi va por el buen camino: una cifra récord de vehículos y un crecimiento significativo del volumen de modelos eléctricos demuestran que la marca de los cuatro aros está comprometida con la movilidad sostenible y rentable.

A través de su unidad de innovación Denkwerkstatt, con sede en Berlín, Audi lleva alrededor de cinco años desarrollando nuevas ideas para el futuro. Audi Denkwerkstatt es reconocida como una de las principales unidades de innovación operadas por una empresa alemana y es el “motor” utilizado por Audi para desarrollar modelos de negocio innovadores en equipos ágiles. Además, el programa de intraemprendimiento de Audi permite que empleados de diferentes divisiones desarrollen ideas de negocio en pocas semanas. Al final de cada etapa un jurado de expertos evalúa si un proyecto debe continuar o detenerse, en base a una serie de criterios predefinidos. “Nuestro objetivo es transformar rápidamente las nuevas ideas en innovaciones relevantes para el cliente. Audi Denkwerkstatt desempeña un papel importante en este proceso”, subraya Hoffmann.

Al mismo tiempo, Audi está trabajando de forma intensiva en procesos de fabricación eficientes y tecnologías inteligentes en la producción. En el Laboratorio de Producción de Audi, por ejemplo, la empresa está impulsando el desarrollo de soluciones de vanguardia. Para ello, el equipo se apoya en una red de institutos, empresas emergentes y proveedores globales y, sobre todo, en la experiencia y creatividad de sus empleados. Mientras tanto, la factoría de Audi en Neckarsulm desempeña un papel fundamental como fábrica piloto y laboratorio del mundo real para la transformación digital. Las soluciones informáticas y las aportaciones de socios tecnológicos como Amazon Web Services, SAP y Capgemini se están incorporando al proyecto Industria 4.0 para crear aquí una fábrica totalmente conectada.

### **Audi en China**

El mercado chino seguirá desempeñando un papel importante en la nueva alineación estratégica de la empresa. La estimación de Audi contempla que el mercado de vehículos premium en China crecerá hasta alcanzar los 4,5 millones de unidades anuales en 2030; en 2020, esta cifra fue de 3,1 millones. Además, la cuota de los vehículos eléctricos sobre este total podría pasar del 10% actual a un 40% a finales de la década.

Por ello, es lógico que Audi siga ampliando su negocio en China. Esto incluye el aumento de la oferta de coches eléctricos producidos localmente. Con sus actividades, Audi está contribuyendo a impulsar el cambio de la industria automovilística china hacia la movilidad sostenible. La sede de la empresa conjunta entre FAW y Volkswagen se encuentra en Changchun, donde Audi lleva fabricando automóviles desde hace más de 30 años, además de en otros emplazamientos en China. Junto con FAW, Audi ampliará su gama de productos producidos localmente a doce modelos para finales de 2021. Los primeros productos de la colaboración con el segundo socio chino de Audi, SAIC Volkswagen, se lanzarán en 2022, y también se comercializarán a través de



la actual red de inversores de concesionarios operada por FAW-Volkswagen Audi.

“Nuestro enfoque aquí se basa en la idea de ‘En China para China’. Y como tal, Audi se está centrando en las necesidades específicas de los clientes en el mayor mercado automotriz del mundo e impulsando activamente la innovación”, declara Werner Eichhorn, Presidente de Audi China. “Junto con nuestros dos socios FAW y SAIC estamos preparados para los retos del futuro”. Hasta la fecha, Audi ha comercializado más de 7 millones de vehículos en el mercado chino, alcanzando una cifra de 727.358 vehículos en China solo en 2020. En el primer semestre de 2021 esta cifra se situó en 418.749 vehículos.

-Fin-



## **Silja Pieh, artífice de la nueva estrategia de Audi**

- **La Directora de Estrategia confía en la experiencia interna para desarrollar una hoja de ruta corporativa sostenible: “No es trabajo de consultores externos”**
- **Más de 500 empleados involucrados: “El cambio de paradigma pone la estrategia sobre una amplia base”**
- **Los nuevos procesos exigen ajustes continuos: “La velocidad del cambio en los campos de la tecnología y la movilidad seguirá aumentando”**

**Madrid, 26 de agosto, 2021 – La industria automovilística está experimentando una transformación masiva y Audi está justo en medio de ella. Como Directora del Departamento de Estrategia Corporativa de Audi, Silja Pieh desempeña un papel crucial en la transformación del fabricante de automóviles premium. Junto con su equipo, su trabajo consiste en garantizar que el progreso de la empresa a través de la tecnología, que se refleja en el lema ‘A la Vanguardia de la Técnica’ (Vorsprung durch Technik), siga estando orientado al futuro para dar forma a la movilidad de la compañía. Durante nueve meses Pieh y su equipo guiaron al Consejo de Administración a través de un apasionante proceso de estrategia, analizando y agregando más de 600 tendencias, examinando los beneficios del mañana a lo largo de la cadena de valor e identificando nuevas áreas de negocio para Audi. A este respecto los puntos más importantes fueron definir una fecha firme para la transición de Audi a la movilidad eléctrica, impulsar la digitalización en toda la empresa, identificar escenarios para los vehículos autónomos del mañana y expresar públicamente el compromiso inquebrantable de la compañía con la prácticas empresariales sostenibles.**

Pieh es una estratega experimentada que se atreve a romper con los convencionalismos: en lugar de recurrir a consultores externos, se basó en la experiencia interna y en los sistemas de inteligencia de enjambre para desarrollar la estrategia “Vorsprung 2030”. Para ello contó con la participación directa de un amplio equipo de empleados de Audi de todos los niveles jerárquicos y de todo el mundo. “Nuestros empleados conocen muy bien Audi; probablemente son los primeros en saber qué hay que mejorar. Sólo tenemos que dejarles opinar y escucharles con atención. Una sola empresa”, explica Pieh.

En los últimos meses, Pieh y su equipo han desarrollado y puesto en marcha un nuevo proceso diseñado para crear una estrategia corporativa sostenible y orientada al futuro. La Directora de Estrategia introdujo un cambio de paradigma, haciendo que el proceso fuera democrático, abierto y transparente. Trabajando con el equipo “Audi 500+” diseñó nuevas herramientas de análisis y posteriormente evaluó de forma sistemática las tendencias que podían ser relevantes para la empresa, así como todos los mercados clave. “Nos decantamos por una serie de cuestiones que posteriormente analizamos más al detalle con expertos, y luego debatimos los resultados en profundidad con el Consejo de Administración”, explica.

Al mismo tiempo, los empleados y el Consejo de Administración dedicaron semanas a reflexionar sobre lo que debería representar Audi en el futuro, sin ningún sesgo hacia un resultado concreto. Después de todo, Audi sólo puede llevar a cabo su estrategia con éxito como equipo y, al hacerlo,



salvaguardar su propio futuro. La capacidad de aceptar críticas, la introspección y la decisión son tres puntos fuertes que Pieh valora de forma especial. Los empleados tuvieron la oportunidad de presentar ideas y sugerencias concretas relacionadas con diferentes tendencias a través del “Strategy Challenge”, y las mejores ideas se presentaron al Consejo de Administración. Thorsten Schrader, Martin Vogl y Ansgar Neudecker, de Ingolstadt, ganaron el concurso interno con su propuesta “Remanufacturaación industrial - Audi ReUp”. Este proyecto, que implica una combinación de *upcycling*, reutilización y puesta en común, se está implementando en la actualidad. “Descubrimos que la plantilla y el Consejo de Administración ya están muy comprometidos con la sostenibilidad, y queremos adoptar este enfoque con más fuerza en el futuro”, subraya la estrategia.

### **Una vez que entras en la familia Audi, siempre serás parte de Audi**

Pieh conoce Audi a la perfección. Su regreso a la marca de los cuatro aros en agosto de 2020 fue muy emocionante, no sólo por su parte, sino también por la del equipo, ya que ha mantenido el contacto con antiguos compañeros a lo largo de los años. Tras licenciarse en administración de empresas y geografía económica, comenzó su carrera en Bosch, pasando a Audi en 2012 tras ocupar varios puestos en otras empresas. Trabajó en el Departamento de Estrategia Corporativa hasta 2017 liderando proyectos de innovación estratégica, entre ellos el de conducción autónoma. Ese año dejó Audi y se incorporó a su recién fundada filial Autonomous Intelligent Driving (AID) en Múnich como Directora Financiera, para supervisar este campo emergente. Tras dos años en este puesto, en 2019 se incorporó a Volkswagen Vehículos Comerciales como Vicepresidenta de Estrategia, Movilidad y Transporte como Servicio, donde también fue responsable de la estrategia global de la compañía y del desarrollo de esta área de negocio dentro del Grupo Volkswagen. En este puesto contribuyó a los avances del Grupo en la conducción autónoma en entornos urbanos. Pero la posibilidad de volver a Audi en 2020 fue demasiado tentadora. “Siempre me he sentido como un miembro de la familia Audi y quería volver. Me gustó mucho el ambiente de trabajo de entonces, y las virtudes y los puntos fuertes de la marca me gustan. Además, está el apasionante trabajo de ayudar a dar forma al nuevo enfoque estratégico de la empresa, especialmente en esta etapa crucial”, comenta.

Audi quiere representar una mayor sostenibilidad en el futuro y demostrarlo. Este es precisamente el enfoque que adopta Pieh. “Obviamente, son los clientes los que deciden qué quieren conducir. Pero nosotros queremos ofrecerles el mejor producto posible de la forma más sostenible”, asegura. Es decir, aplicando de forma sistemática y transparente todas las medidas necesarias. “Audi tiene muchas capacidades básicas que nuestros clientes valoran y en las que nos centraremos de nuevo con más fuerza. El lema ‘A la Vanguardia de la Técnica’ forma parte del ADN de Audi y describe nuestra motivación para desafiar constantemente el statu quo y adoptar un nuevo enfoque”, explica.

### **Objetivos claros para una dirección correcta**

Silja Pieh cree que hay que hablar claro. Apoya la declaración oficial que ha hecho Audi sobre el fin del motor de combustión interna porque aporta claridad, tanto para los empleados como para los clientes. Un objetivo claro proporciona dirección, especialmente en tiempos volátiles. Además, da al equipo mucho más tiempo para prepararse para esta transformación, para participar en programas de formación avanzada y desarrollo profesional. Al igual que sucede en





la navegación, fija y corrige el rumbo después de fuertes rachas de viento, hasta que el barco vuelve a moverse en la dirección correcta. Por eso, cada año, en la reunión anual “Strategy Summit”, el equipo examina qué condiciones estratégicas subyacentes han cambiado y realiza los ajustes necesarios. De hecho, Pieh está convencida de que en los próximos años el ritmo de la transformación seguirá aumentando en los campos de la tecnología y la movilidad, por lo que es necesario realizar ajustes continuos. “En general miro hacia adelante y no hacia atrás. El futuro es apasionante, y ayudar a crearlo lo es aún más”, declara Pieh con una sonrisa.

En el documento estratégico “Vorsprung 2030”, su equipo y el Consejo de Administración han definido seis áreas de actividad diferentes, así como las directrices para priorizar las que son estratégicas. En este contexto la empresa pretende centrarse aún más en las personas. “Vamos a actuar de forma más holística para presentar la movilidad individual como una experiencia con su propio ecosistema sin fricciones. Al fin y al cabo, el papel del vehículo cambiará en el futuro”, subraya. “La conducción autónoma será el punto de partida de la segunda gran transformación, tras nuestro firme compromiso con la movilidad eléctrica. El interior del vehículo se convertirá en una segunda sala de estar, oficina o zona de descanso cuando el coche conduzca a los pasajeros por sí mismo. Las ofertas digitales complementarán esta nueva experiencia. Esto no tendrá absolutamente nada que ver con el primer carruaje propulsado por un motor de gasolina de hace 135 años. Estamos iniciando una nueva era”.

### **Integrar con más fuerza la responsabilidad social en las actividades empresariales**

Audi admite abiertamente que aún no tiene las respuestas definitivas a todas las preguntas planteadas por los empleados, pero su equipo está trabajando duro en ello. Se trata de un proceso intenso y necesario. Al fin y al cabo, la marca de los cuatro aros quiere seguir haciendo posible la movilidad individual. Y, al mismo tiempo, integrar cada vez más el medio ambiente, la sociedad y la responsabilidad social en sus actividades de forma sistemática y transparente: “Se trata de una visión global. No nos limitamos a desarrollar tecnología por sí misma; queremos crear tecnologías que tengan sentido y un propósito”. La tecnología debe ser consecuente y eficaz para mantener el mundo en movimiento y al mismo tiempo ser respetuosa con el medio ambiente, socialmente consciente, sostenible y responsable. Esto es exactamente lo que Pieh defiende, y por eso su lema es “menos hablar, más acción”.

–Fin–



## **Ensayos electrizantes con el Audi Q4 e-tron: poniendo a prueba las ideas preconcebidas**

- **El progresivo Audi Q4 e-tron: un vehículo extremadamente versátil ideal para la utilización cotidiana**
- **Gran habitabilidad, sin lugar a ideas preconcebidas: el vehículo es ideal para largas distancias, por lo que la ansiedad por la autonomía es inexistente**
- **Tras las pruebas, las dudas iniciales se transforman en entusiasmo: la electromovilidad impresiona rápidamente incluso a los más escépticos**

**Madrid, 26 de agosto, 2021 – Muchas personas consideran que pasar de un vehículo con motor de combustión interna a un coche eléctrico es un paso monumental. Sin embargo, en realidad este cambio no es tan drástico, como comprobaron recientemente cuatro empleados de Audi durante las pruebas con el Q4 e-tron. La oportunidad de conducir el SUV compacto eléctrico no estaba al alcance de cualquiera, pero el fabricante de automóviles invitó a los empleados a solicitar una plaza para estos ensayos antes del lanzamiento oficial del nuevo modelo. Estas jornadas con el Q4 e-tron, que duraron varios días, pretendían poner a prueba las ideas preconcebidas que los usuarios tienen sobre la movilidad eléctrica, y ofrecían la oportunidad de conocer más sobre la vida de los empleados de Audi, el corazón de la empresa y la propia transformación de la movilidad.**

“Normalmente conduzco un híbrido enchufable de Audi y estaba deseando comprobar cómo era un coche totalmente eléctrico”, declaró Stefanie Zieglmeier, que trabaja en marketing y ventas en Ingolstadt y participó en las jornadas de pruebas. Sus preocupaciones iniciales eran si la capacidad de la batería sería suficiente para recorrer largas distancias y dónde y con qué rapidez podría recargarla. Para probar a fondo el coche eléctrico, Stefanie y su pareja seleccionaron con antelación algunos destinos para realizar un viaje de fin de semana: primero a las montañas y luego a la ciudad de Würzburg. El diseño del Audi Q4 40 e-tron y el nivel de confort les impresionaron inmediatamente, al igual que sus 150 kW (204 CV) de potencia y su capacidad de respuesta. Sólo la autonomía produjo una sensación de inquietud al principio. “Como no tenía ni idea de cuánta potencia consumía realmente el coche, al principio ni siquiera me atreví a conectar el aire acondicionado”, admitió Zieglmeier.

Sin embargo, pronto se dio cuenta de que sus preocupaciones eran infundadas. El consumo no se aleja de la cifra homologada incluso manteniendo el habitáculo convenientemente climatizado, y la autonomía del Q4 40 e-tron alcanza hasta 520 kilómetros según el ciclo WLTP, lo que hace que el coche sea adecuado para viajes largos. Además, la batería se puede recargar rápidamente en estaciones de carga de alta potencia (HPC), con una potencia de hasta 125 kW. Tras probar exhaustivamente el vehículo durante varios días, Stefanie Zieglmeier concluyó: “Es un coche totalmente apto para el uso diario”.

Por otro lado, los numerosos encuentros personales con otros conductores no eran algo que experimentara todos los días. En las estaciones de carga, la empleada de Audi fue abordada repetidamente por otras personas que querían saber más sobre la electromovilidad en general, y



sobre el Q4 e-tron en particular. Entre ellos había conductores que estaban definitivamente abiertos a cambiar de tecnología, como lo está ahora Stefanie Zieglmeier.

#### **“Los efectos del sistema de iluminación son increíbles”**

Alexander Lichtblau, que trabaja en la gestión de tiempos, tuvo una experiencia similar durante su prueba de varios días. El empleado de Audi en Ingolstadt ya era un gran fan del diseño del Q4 40 e-tron antes incluso de pulsar el botón de arranque. Describió los efectos de iluminación como “increíbles”. Una vez en marcha quedó impresionado por la capacidad de aceleración característica de un vehículo eléctrico: “El sistema de propulsión eléctrica con 150 kW (204 CV) de potencia es tan increíblemente sensible y espontáneo, que resulta tremendamente divertido de conducir, ya sea de forma tranquila en un recorrido urbano, o a la máxima velocidad puntualmente en la autopista”.

Pero tampoco Lichtblau, que no estaba preocupado por la autonomía contando con una batería de 76,6 kWh de capacidad neta, afrontó su viaje con una mentalidad totalmente abierta, pues al principio no confiaba en el sistema de navegación; o, más concretamente, en los puntos de recarga sugeridos a lo largo de la ruta. Junto con su mujer, recorrió más de 1.200 kilómetros en pocos días, cargando el Q4 e-tron varias veces durante el viaje.

Aunque durante las dos primeras jornadas Lichtblau eligió él mismo los puntos de recarga, después decidió comprobar la efectividad del sistema. “Aprendí a confiar en el coche. Sobre todo porque el Q4 e-tron me sugirió exactamente los puntos de recarga que yo mismo habría elegido”, dijo Lichtblau. Esto se debe a que el vehículo está equipado con el planificador de rutas e-tron, que muestra la guía hasta la siguiente estación de recarga. El sistema asiste al conductor programando las sesiones de carga en función de las necesidades, y lo hace siempre que el siguiente destino esté fuera de su alcance. Un algoritmo inteligente calcula la ruta más rápida, tiene en cuenta los datos del tráfico y de la ruta, considera el estilo de conducción, calcula el tiempo de carga del vehículo y lo incluye en el tiempo total de conducción.

#### **Más opciones de carga de las esperadas**

En su primer viaje, Ralph Gossert, del departamento de control de calidad de la factoría de Neckarsulm, viajó con su mujer y sus tres hijos para comprobar si la movilidad eléctrica era adecuada para las familias y, de paso, verificar si la infraestructura de recarga resultaba suficiente para un desplazamiento largo. En sus viajes por el sur de Alemania confió plenamente en las estaciones de recarga públicas, y no quedó decepcionado. “De camino a Bamberg, Rothenburg ob der Tauber y Heidelberg, pude comprobar de primera mano hasta dónde ha llegado la expansión de la infraestructura de recarga en Alemania”, relató Gossert, que también explicó que no tuvo problemas para localizar puntos de recarga. Y en las zonas rurales encontró más opciones de carga de las que esperaba.

Un aspecto práctico para los propietarios de Audi es que los usuarios del servicio de carga e-tron Charging Service pueden elegir actualmente entre unos 250.000 puntos de carga en 26 países europeos, incluidos más de 5.850 puntos de carga rápida. De hecho, sólo en Alemania ya existen casi 48.000 puntos de recarga disponibles. Con la tarifa Transit, los compradores del Q4 e-tron no tienen que pagar la cuota mensual durante el primer año. Además, se benefician de



condiciones preferentes dentro de la red IONITY: la carga sólo cuesta 31 céntimos por kWh, lo que equivale aproximadamente al coste de la carga en el domicilio en Alemania.

En general, el experto en calidad Ralph Gossert valoró de forma muy positiva el Audi Q4 e-tron. Le sorprendió especialmente el confort de marcha, sobre todo a altas velocidades. “El interior del Q4 e-tron es tan silencioso que se puede mantener una conversación normal incluso en la autopista”, señaló. La facilidad de manejo del coche fue otro aspecto destacado para Gossert. “Tal y como estaba configurado el Q4 e-tron, todo lo que tuve que hacer fue subirme, abrocharme el cinturón, pisar el acelerador y conducir. Me resultó extremadamente cómodo, incluso en largas distancias”. Sin embargo, lo que más le impresionó fue la idoneidad del vehículo como coche familiar y para el uso diario.

### **Suficiente espacio para el equipamiento del bebé**

Aunque Christian Blaich, empleado del departamento de IT en Ingolstadt, es un fan de la movilidad eléctrica, al principio también tenía reservas sobre la idoneidad del Q4 e-tron para las familias. Junto con su pareja y su hijo de pocos meses, Blaich probó el coche durante un fin de semana largo. Para el viaje tenía que desplazar todos los enseres necesarios del bebé, incluyendo un cochecito y una silla de seguridad infantil. Rápidamente quedó claro que el equipaje del bebé cabe fácilmente en el maletero, que el asiento infantil se instala de forma rápida y segura, y que hay mucho espacio para toda la familia en el habitáculo. “Mi novia me dijo que nunca había estado en un coche con tanta amplitud”, explicó.

Después de la prueba, Blaich está convencido de que la ansiedad por la autonomía de algunos escépticos de los vehículos eléctricos es infundada. “Hay que planificar las rutas con un poco de antelación. Aprovechamos el tiempo de carga para hacer cosas que teníamos que hacer de todos modos, como dar el pecho al bebé o cambiar pañales. O para entablar conversación con otros conductores de vehículos eléctricos”. Su conclusión tras cuatro días de prueba intensiva: “Me imagino que nuestro próximo coche será un Q4 e-tron”.

### **Audi invierte en sus empleados**

En el proceso de transición a la electromovilidad, la empresa se está asegurando de que sus empleados también estén a bordo, ofreciendo experiencias de conducción emocionales para complementar las oportunidades de formación avanzada. Está previsto que los empleados de Audi realicen unas 700 pruebas de conducción del Q4 e-tron en Ingolstadt y Neckarsulm a finales de septiembre. Varios miles de empleados ya probaron el primer Audi totalmente eléctrico, el Audi e-tron, en 2019 durante un evento especial. Como parte de una iniciativa a gran escala, Audi invertirá alrededor de 500 millones de euros en la formación y el desarrollo de sus empleados en los campos de futuro de la digitalización y la electromovilidad para 2025.

-Fin-



---

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 19 plantas distribuidas en 12 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 2020, AUDI AG alcanzó una facturación de 50.000 millones de euros y un resultado operativo antes de partidas especiales de 2.700 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.

---

**Consumo de los modelos mencionados:**

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

**Audi Q4 40 e-tron**

Consumo combinado en l/100 km: 17,3 – 20,1

Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0

**Audi e-tron**

Consumo combinado en l/100 km: 22,4 – 26,6

Emisiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0