

2020, un año récord en renovación de gama y electrificación para Hyundai Motor Europa

- Hyundai ha renovado en 2020 casi toda su gama, lo que significa que más del 90 por ciento de la oferta de Hyundai en Europa tiene menos de 18 meses
- Hyundai, como uno de los principales proveedores de coches eléctricos de baterías en Europa, ha comercializado casi 60.000 unidades, que representan más del 13% de sus vehículos vendidos en 2020
- Otro logro destacado: Hyundai también ha ganado una serie de premios, sobre todo en las áreas de innovación, sostenibilidad y diseño
- En 2021, los clientes pueden esperar más electrificación, más lanzamientos de productos y el compromiso renovado de ser una empresa con propósitos definidos



Diciembre de 2020 – A pesar de los desafíos planteados durante este año, 2020 ha sido un ejercicio récord para Hyundai Motor: en apenas 12 meses, la compañía ha renovado casi toda su gama. Con un total de siete lanzamientos de nuevos modelos y mejoras de productos, más del 90 por ciento de la oferta de Hyundai en Europa tiene, a diciembre de 2020, menos de 18 meses.

Este año, Hyundai también ha logrado importantes hitos relacionados con la electrificación,

y la compañía ha sido reconocida con varios premios muy prestigiosos.

“En 2020 hemos logrado grandes avances en la electrificación de nuestra gama europea, por encima incluso del resto del sector”, ha comentado Michael Cole, presidente y CEO de Hyundai Motor Europe. “Además, hemos resistido bien la crisis de la COVID-19, utilizando la pandemia como una oportunidad para acelerar los cambios planificados en los campos de la electrificación y la digitalización. Estoy sumamente orgulloso de todos nuestros colegas y del personal de Hyundai que ha contribuido con su arduo trabajo para que este año fuera un éxito”.

Hyundai Motor renueva más del 90 por ciento de su gama europea

2020 ha sido un año récord para Hyundai en nuevos lanzamientos y mejora de productos. Se han lanzado o renovado siete modelos distintos, o 20 si contamos todos los tipos de carrocería y variaciones del sistema de propulsión. Esto pone de manifiesto que los últimos 12 meses han sido excepcionalmente exitosos para Hyundai en términos de renovación de flota. Gracias a ello, Hyundai dispone ahora de una de las gamas más jóvenes de Europa, ya que casi todos sus modelos tienen menos de 18 meses.

Con el lanzamiento del nuevo TUCSON en noviembre, Hyundai también ha completado la electrificación de su gama SUV. Ahora, el KONA, el SANTA FE y el TUCSON están disponibles en versiones híbridas e híbridas enchufables. El KONA, además, también está disponible como vehículo eléctrico de baterías. Por su parte, el NEXO es el vehículo de pila de combustible de hidrógeno de segunda generación de Hyundai.

Hyundai presenta innovaciones de diseño en sus renovaciones de productos de 2020

Además de los lanzamientos de nuevos modelos, 2020 también ha traído consigo una serie de innovaciones en materia de diseño. Esta renovación ha comenzado con la identidad de diseño Sensuous Sportiness, revelada por primera vez con el lanzamiento del nuevo i20 en marzo de 2020. Sensuous Sportiness se caracteriza por la armonía entre cuatro elementos fundamentales: proporción, arquitectura, estilo y tecnología. El objetivo es crear valor emocional mediante el desarrollo de vehículos con un aspecto elegante y dinámico.

El lanzamiento del nuevo TUCSON ha traído consigo más elementos de diseño innovadores. Su diseño exterior ha sido desarrollado de acuerdo con la “dinámica paramétrica”, un proceso que utiliza algoritmos geométricos para crear elementos de diseño futuristas como líneas, superficies, ángulos y formas. El resultado de este proceso es una estética atrevida y sin precedentes que se caracteriza por utilizar detalles geométricos en forma de joya en las superficies exteriores del SUV.

Otra innovación de diseño que ha traído consigo el nuevo TUCSON son sus luces ocultas

paramétricas. Gracias a la tecnología de iluminación de medio espejo de última generación, las luces se integran a la perfección en la parrilla de color cromo oscuro cuando están apagadas y se transforman instantáneamente en llamativas formas similares a joyas cuando se encienden.

Un vistazo a 2020: el “año de la electrificación” de Hyundai

Para Hyundai Motor Europe, 2020 ha sido el año de la electrificación. A principios de 2020, Hyundai Motor Group anunció sus planes para aumentar su liderazgo en el campo de la electrificación de vehículos, incluyendo su objetivo de ofrecer 44 modelos electrificados hasta 2025. En 2020, Hyundai ha renovado o mejorado en Europa cinco de sus modelos con versiones electrificadas, por lo que su gama europea ya cuenta con un total de 15 modelos y derivados con algún tipo de electrificación. Esta oferta cubre todo tipo de sistemas de propulsión electrificados, desde vehículos de hibridación ligera hasta coches eléctricos de baterías o de pila de combustible de hidrógeno, lo que convierte a Hyundai en el fabricante con la gama de sistemas de propulsión más diversa del mercado.

También este año, Hyundai ha expandido su [tecnología de hibridación ligera de 48 voltios](#) a varios modelos nuevos. Hyundai es el primer fabricante que hace que esta tecnología esté disponible con motores gasolina y diésel, y con una transmisión manual inteligente (iMT) o una transmisión de doble embrague. En la actualidad, un total de cuatro modelos de Hyundai en Europa están disponibles con esta tecnología.

La apuesta por la electrificación se ha traducido en una participación de la gama de vehículos cero emisiones de más del 13% en las ventas europeas de Hyundai. Esto convierte a Hyundai en uno de los fabricantes líderes en cuota de mercado de vehículos electrificados y también en ventas totales de vehículos de cero emisiones (ZEV - Zero-emissions vehicle). Con casi 60.000 ZEV vendidos en 2020, Hyundai está abriendo el camino de estas tecnologías en Europa.

Hyundai promueve la infraestructura de carga de vehículos eléctricos

Además de producir vehículos electrificados, Hyundai también ha intensificado su apoyo a la expansión de la infraestructura de carga de vehículos eléctricos. En primer lugar, la compañía [lanzó Charge myHyundai](#), su nuevo servicio de carga paneuropeo. Con Charge myHyundai, los propietarios de vehículos eléctricos pueden acceder a más de 160.000 puntos de carga en toda Europa utilizando una plataforma y una única cuenta. Además, Hyundai Motor Group [se ha comprometido recientemente con IONITY](#) como socio estratégico y accionista, una *joint venture* que construye y opera una red de estaciones de carga de alta potencia en toda Europa. Con estos desarrollos, Hyundai ha demostrado su compromiso de promover todos los aspectos relacionados con la ecomovilidad, más allá de

la fabricación de automóviles y de las medidas que apoyan la adopción de esta tecnología.

Progreso continuo con la tecnología de pila de combustible

La expansión de su gama de ecomovilidad ayudará a Hyundai a lograr una serie de objetivos adicionales: a saber, vender 670.000 vehículos eléctricos al año y convertirse en uno de los tres principales fabricantes mundiales de vehículos eléctricos de baterías y pilas de combustible en 2025. Estos objetivos se describen en la hoja de ruta [“Estrategia 2025”](#) de Hyundai. Esta estrategia [se ha actualizado recientemente](#) para incluir el liderazgo en pilas de combustible, donde Hyundai también ha realizado progresos a lo largo de este año: 2020 ha visto el lanzamiento de [un caso de negocio único](#) para llevar la tecnología de pila de combustible de hidrógeno al transporte de mercancías en Suiza. El caso de negocio, que está siendo desarrollado por la empresa conjunta Hyundai Hydrogen Mobility, implica la construcción simultánea de infraestructuras de reabastecimiento de hidrógeno y la [puesta en circulación de camiones eléctricos de pila de combustible](#). Los primeros 50 camiones XCIENT Fuel Cell se han entregado en Suiza en 2020.

Con el fin de promover aún más la tecnología de pila de combustible de hidrógeno, Hyundai también lanzó el año pasado su [programa de promoción H2U](#). H2U tiene como objetivo crear conciencia sobre la tecnología de pila de combustible de hidrógeno mediante un equipo de embajadores. Ocho embajadores participaron en este programa en 2020, difundiendo el mensaje de la movilidad del hidrógeno a sus respectivas audiencias.

Hyundai también ha demostrado su experiencia en la pila de combustible en la Conferencia de Movilidad SHIFT, celebrada en el marco de la IFA de este año. Entre otras actividades, la compañía organizó [un panel de debate en profundidad](#) sobre los desarrollos y desafíos actuales en el campo de la movilidad basada en pila de combustible de hidrógeno. Representantes de Hyundai, así como expertos externos, debatieron acerca del potencial de la tecnología de pila de combustible como una solución de movilidad cero emisiones. Los expertos también expusieron cómo funciona la tecnología de pila de combustible, el papel de las cadenas sostenibles de suministro y las soluciones que son, al mismo tiempo, sostenibles desde un punto de vista ecológico y económico.

Hyundai, reconocida con una importante cantidad de premios

Como testimonio de sus extraordinarios logros, Hyundai ha recibido docenas de [premios](#), los cuales destacan sus progresos en diseño, innovación, sostenibilidad y rendimiento.

Este año, Hyundai ha reafirmado su liderazgo en diseño a escala global con muchos reconocimientos en este campo. En enero, el prototipo 45 EV fue galardonado con el Premio de Diseño Wallpaper* al ‘Mejor Concept Car’. La compañía también ha conseguido

una serie de premios de diseño Red Dot a lo largo de 2020. Su visionario prototipo EV Prophecy, que condensa un diseño aerodinámico puro y expresa la identidad de diseño más reciente de Hyundai, Sensuous Sportiness, consiguió el premio 'Best of the Best' al mejor concepto de diseño.

La marca también ha sido reconocida por su innovación y sostenibilidad. En noviembre, Hyundai Motor UK fue nombrado 'Fabricante del Año' en la primera edición de los premios de Innovación y Excelencia en Vehículos Eléctricos (EVIes). Asimismo, el KONA Eléctrico ha recibido la calificación de cinco estrellas de Green NCAP, una organización independiente que clasifica a los vehículos según su eficiencia energética y sus emisiones.

Por tercer año consecutivo, la compañía ha sido nombrada 'Import Winner' (Ganadora de Importación) en la categoría 'Small and Compact Car' (Coche pequeño y compacto) en los premios Auto Bild Sports Cars, este año por el i30 N. El i30 N también ganó un premio de Sport Auto.

La pandemia acelera las medidas de digitalización

La pandemia de la COVID-19 ha traído consigo una oleada de digitalización en muchas industrias, y Hyundai no ha sido una excepción. Pero en el caso de Hyundai, estas medidas de digitalización no han sido una respuesta fruto de una crisis inesperada, sino más bien la expansión de sistemas y soluciones que ya estaban en proceso. De esta manera, la pandemia ha actuado más como un acelerador, o un catalizador de cambios que la empresa ya planeaba realizar, que como un elemento disruptor del modelo de negocio.

2020 ha visto un crecimiento en el empleo de [herramientas de venta online](#), que Hyundai lanzó por primera vez en 2016. Estas soluciones incluyen Click to Buy, Click2Drive, una nueva sala de exposición en línea y una función de [vídeo chat en directo](#). En última instancia, la finalidad de estas herramientas no es reemplazar la experiencia del concesionario, sino complementarla. En el futuro, Hyundai se ha marcado como objetivo que el proceso de compra de un vehículo sea fruto de una combinación perfecta de experiencias online y presenciales.

Estas soluciones se han sumado a otros servicios digitales como MyHyundai, la plataforma de integración de clientes de la compañía, y los servicios de coche conectado Bluelink, la plataforma de conectividad integrada para vehículos.

Hyundai también ha lanzado su nueva plataforma web paneuropea en los principales países europeos. Cuenta con una infraestructura en línea completamente renovada que proporciona arquitectura para los últimos servicios web e interfaces del sistema. Con ello, la compañía ofrece una importante variedad de avances técnicos para mejorar el proceso

de compra del cliente.

La nueva plataforma web de Hyundai ofrece un diseño adaptativo para dispositivos móviles. Esto significa que se adapta a cualquier resolución o tipo de pantalla, por lo que es una óptima opción para los clientes que navegan por el sitio web de Hyundai o que utilizan el configurador de vehículos en sus teléfonos móviles.

Hyundai fomenta el “Progress for Humanity” con 'Soapbox ride'

Como parte de su compromiso con el Progreso para la Humanidad, Hyundai ha desarrollado el [Soapbox Ride](#). El Hyundai Soapbox es un vehículo sin motor construido con materiales que podemos encontrar fácilmente en cualquier ferretería. La compañía anima a recrear el Hyundai Soapbox en casa como una forma de disfrutar del tiempo con otras personas. En una época en la que no siempre es posible realizar actividades de ocio normales, Hyundai ha querido ofrecer a las personas una nueva forma de ser creativas y participar en proyectos divertidos.

Hyundai Promise asegura una garantía extendida y soporte adicional al cliente

En otra acción para dar soporte a sus clientes, Hyundai ha implementado por completo su programa [Hyundai Promise](#) en 2020. Bajo Hyundai Promise, los vehículos usados adquiridos en los concesionarios Hyundai reciben una garantía extendida de hasta cinco años. El programa también garantiza servicios y asistencia adicionales para los clientes que compren vehículos con sistemas de propulsión alternativos.

La introducción de Hyundai Promise ha sido solo uno de los muchos pasos que Hyundai ha dado recientemente para proporcionar un mayor nivel de atención a sus clientes.

Mirando hacia el futuro: qué podemos esperar de Hyundai en 2021

El impulso que ha tomado Hyundai para establecerse en un camino de éxito llevará a la compañía directa a 2021. Los clientes pueden esperar más electrificación, más innovación y más Progreso para la Humanidad.

Por un lado, llegará al mercado el IONIQ 5, el primer vehículo eléctrico de baterías de la gama de la [nueva marca IONIQ](#) de la compañía. El IONIQ 5 será un CUV de tamaño mediano basado en el prototipo "45". También será el primer vehículo basado en la [primera plataforma específica para coches eléctricos](#) de la firma, conocida como E-GMP. La plataforma E-GMP permitirá recorrer distancias largas y proporcionará una carga rápida y el máximo espacio interior, además de otros beneficios. En 2022 se lanzará el IONIQ 6, un sedán basado en el prototipo eléctrico 'Prophecy', al que seguirá, en 2024, el IONIQ 7, un SUV de tamaño grande.

Hyundai también está aportando su experiencia en electrificación al mundo de la competición. Hyundai Motorsport participará el próximo año en el [PURE ETCR](#), el primer campeonato de turismos eléctricos de la historia. La compañía competirá utilizando el Veloster N ETCR, presentado por primera vez en el IAA 2019 de Frankfurt, Alemania. Este turismo eléctrico de baterías de alto rendimiento, basado en el Veloster N de carretera, estará alimentado por una batería de 500 kW (680 CV) especialmente diseñada para este modelo.

Además de competir en el campeonato, Hyundai también suministrará energía a todos los coches que utilicen su generador de pila de combustible de hidrógeno, el Hyundai Generator. Esto garantizará no solo que los coches estén libres de emisiones, sino que la electricidad utilizada para alimentarlos provenga de una fuente sostenible.

El año que viene, Hyundai también ampliará su gama europea de SUV. El Bayon, un crossover completamente nuevo, llegará al mercado en la primera mitad de 2021. Con un nombre inspirado en la ciudad de Bayona, Francia, el Bayon será el miembro más pequeño de la familia SUV de Hyundai.

Además, Hyundai emprenderá nuevos proyectos para reafirmarse como una empresa con propósitos, subrayando aún más su compromiso con “Progress for Humanity” y haciendo del mundo un lugar mejor.

Acerca de Hyundai Europa HQ

Hyundai Motor Europa se estableció formalmente en el año 2000 con su oficina principal en Offenbach (Alemania). Actualmente Hyundai vende automóviles en 41 países europeos a través de 3.000 puntos de venta y en 2019 logró la matriculación de 563.018 vehículos, lo que supone un aumento del 3,8 por ciento en comparación con 2018, una tasa superior a la media del mercado. El año 2019 fue el quinto año consecutivo con un resultado récord en las ventas. El 75 por ciento de los vehículos que Hyundai vende en la región son modelos diseñados, fabricados, probados y construidos en Europa para satisfacer las necesidades de los clientes europeos, atendidos por la amplia infraestructura europea de la empresa. Esto incluye dos fábricas en la República Checa y Turquía. A finales de 2020 Hyundai ofrecerá una de las gamas de productos más jóvenes, ya que casi todos los modelos tendrán menos de 1 año y medio. También para entonces más del 75 por ciento de la gama de Hyundai en Europa estará disponible en versión electrificada.

Hyundai ofrece su exclusivo paquete de garantía de kilometraje ilimitado de cinco años con todos los coches nuevos vendidos en la región, proporcionando a los clientes una garantía de cinco años sin límite de kilometraje, cinco años de asistencia en carretera y cinco años de mantenimiento del vehículo.

Puedes acceder a más información sobre Hyundai Motor Europa y sus productos en: www.hyundai.news.

Sigue a Hyundai Motor Europa en Twitter [@HyundaiEurope](#) e Instagram [@hyundainews](#)

Contacto**Florian Buengener**

Corporate & Brand PR Deputy General Manager

fbuengener@hyundai-europe.com

+49(0)69 271472 – 465

Lavinia Baitoiu

Corporate & Brand PR Manager

lbaitoiu@hyundai-europe.com

+49(0)69 271472 - 426

Acerca de Hyundai Motor Company

Establecida en 1967, Hyundai Motor Company ofrece una gama de vehículos de clase mundial y servicios de movilidad en más de 200 países. Hyundai Motor vendió más de 4,4 millones de vehículos en todo el mundo en 2019, y actualmente emplea a unos 120.000 trabajadores en todo el mundo. La compañía está mejorando su línea de productos con vehículos diseñados para ayudar a marcar el comienzo hacia un futuro más sostenible, a la vez que ofrece soluciones innovadoras a los desafíos de movilidad del mundo real. A través del proceso, Hyundai pretende facilitar el "Progress for Humanity" con soluciones de movilidad inteligentes que vitalizan las conexiones entre las personas y proporcionan tiempo de calidad a sus clientes.

Puedes encontrar más información sobre Hyundai Motor y sus productos en: worldwide.hyundai.com o globalpr.hyundai.com

Descargo de responsabilidad: Hyundai Motor Company considera que la información contenida en este documento es correcta en el momento de su publicación. Sin embargo, la compañía puede subir nueva información o actualizada si es requerida y asume que no es responsable por la exactitud de cualquier información interpretada y usada por el lector.