



La marca Volkswagen invierte mil millones de euros para crecer en Sudamérica

- La empresa quiere crecer un 40 por ciento en Brasil para 2027.
- La ofensiva de productos en la región inició con 15 modelos.
- Enfoque en vehículos eléctricos y de combustible flexible.
- Volkswagen ID.4 y ID. Buzz se lanzarán en Brasil antes de finales del 2023.
- Thomas Schäfer, CEO de la marca Volkswagen, sobre el 70 aniversario de VW en Brasil: Como mercado automovilístico de rápido crecimiento Sudamérica tiene una importancia estratégica para Volkswagen. En los últimos años hemos logrado el cambio significativo en la rentabilidad y seguimos trabajando en la posición de costos.

Contacto para prensa
Volkswagen México
Javier Díaz
Relaciones Públicas
javier.diaz@vw.com.mx

Eme Media Com
Diana Mendoza
diana.mendoza@eme-media.com

Eme Media Com
Diego Hernández Sánchez
diego.hernandez@eme-media.com



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

Sao Paolo, Julio 3 2023 - La marca Volkswagen apunta a lograr ganancias significativas en Sudamérica con una gran ofensiva de productos. Para 2027, la compañía planea crecer un 40 por ciento en Brasil, el mercado más grande de la región. Por ejemplo, se lanzarán 15 nuevos modelos eléctricos y sustentables tan solo para 2025. Los vehículos híbridos seguirán a mediano plazo. Para antes de finalizar 2023 la compañía tendrá sus primeros modelos totalmente eléctricos en Brasil: Volkswagen ID. 4 y ID. Buzz. En total, se espera que el mercado automotriz en Sudamérica crezca un 11 por ciento anual hasta 2030, lo que lo convierte en uno de los mercados de mayor crecimiento global. De este modo, la compañía está implementando sistemáticamente su estrategia para expandir rápidamente su negocio en mercados en crecimiento e intensificar la movilidad sostenible. Volkswagen está celebrando su 70 aniversario en Brasil.

Recuperación lograda: mayor fortalecimiento de la competitividad

Thomas Schäfer, CEO de la marca Volkswagen: "Como mercado automotriz de rápido crecimiento Sudamérica tiene una importancia estratégica para Volkswagen. En los últimos años, el equipo local ha logrado el cambio y ha mejorado de manera sostenible la rentabilidad y la competitividad. La tarea ahora es continuar trabajando en el posicionamiento de costos y al mismo tiempo implementar la ofensiva de producto. Con este fin estamos invirtiendo mil millones de euros en América del Sur para 2026". La región de América del Sur volvió a la rentabilidad en 2021 después de varios años, y ha marcado una contribución significativa en las ganancias del 2022.



La región se esfuerza por lograr nuevas mejoras como parte del programa ACCELERAT FORWARD / Programa de rendimiento Road to 65.

Alexander Seitz, presidente ejecutivo de Grupo Volkswagen Sudamérica explica: "Con la ofensiva de productos estamos llevando vehículos de gran atractivo a los clientes de Brasil y América del Sur. Nos ayuda a acelerar la transformación hacia una movilidad sin carbono y totalmente en red. Y estamos teniendo buenos progresos. El nuevo Polo es el auto más vendido en Brasil. El lanzamiento de ID.4 y el icónico ID. Buzz en el mercado brasileño darán un mayor impulso".

Vehículos eléctricos como suscripciones

La empresa está invirtiendo mil millones de euros en América del Sur para 2026, entre otras cosas, en el desarrollo de motores de combustión a base de etanol y nuevos modelos de negocio. Por ejemplo, se sacaron más de 3 mil suscripciones de automóviles en Brasil para 2022 en Volkswagen; se espera que este número crezca alrededor del 150 por ciento en 2023. Al mismo tiempo, Volkswagen ofrecerá sus modelos 100 por ciento eléctricos, ID. Buzz y ID. 4 impulsando así su transformación a ser un proveedor de movilidad sustentable. La compañía espera que la transformación hacia E-Drives en Brasil sea menos dinámica que en Europa: la participación general de los vehículos BEV en 2033 dentro del mercado brasileño se estima en un 4 por ciento. Volkswagen apunta a crecer más rápido que el mercado en el segmento BEV.

Apertura a la tecnología hacia Way to Zero

Hasta que el mercado se encuentre completamente electrificado, Volkswagen seguirá apostando en unidades alternativas y en la apertura a la tecnología. Por ejemplo, todos los nuevos modelos producidos en la región seguirán siendo capaces de funcionar con cien por ciento de biocombustible. Al hacerlo, hacen una contribución importante a la estrategia de sustentabilidad y al Way to Zero de Volkswagen en Sudamérica. Los motores desarrollados en Europa serán adaptados y desarrollados en el recientemente inaugurado Centro de Desarrollo de Volkswagen Brasil con tecnología específica para este propósito. Los vehículos de combustible flexible desarrollados por Volkswagen en Brasil pueden funcionar a base de etanol y gasolina, así como cualquier mezcla de estos combustibles. En Europa, se añade un máximo del diez por ciento de biocombustible (E10). Un foco de la ofensiva de productos de Volkswagen es el segmento A0 y A, así como los CUV/SUV, el segmento de mercado de más rápido crecimiento en el mundo.

El segmento A0 representa casi el 40 por ciento del mercado sudamericano y continuará creciendo desproporcionadamente dicho mercado.



El etanol derivado de la caña de azúcar es un combustible sostenible resultante de la fermentación del azúcar que utiliza levadura. En comparación con la gasolina, esto reduce las emisiones de gases de efecto invernadero hasta en un 80 por ciento. Los campos de caña de azúcar para la producción de etanol representan menos del .8 por ciento de la tierra d Brasil. Casi el 92 por ciento de la caña de azúcar se cosecha en el centro sur de Brasil, el 8 por ciento restante en el noreste, a casi 2000 kilómetros de la región amazónica. Por lo tanto, el biocombustible pueda hacer una contribución decisiva a la reducción a corto plazo de CO₂ en esta región del mundo.

70 años en Brasil: la historia de éxito continua

Volkswagen comenzó su producción en Brasil hace 70 años en Sao Paolo; fue la primera planta fuera de Alemania. Doce empleados ensamblaban piezas importadas de Alemania. Hoy, Volkswagen es el mayor fabricante de automóviles en Brasil, se ha producido un total de 25 millones de vehículos en 70 años, 4 millones d ellos cuales fueron exportados. La empresa desarrolla y produce los modelos Polo, Virtus, Taos y T-Cros, entre otros, en cuatro plantas en el país y vende los autos a través de alrededor de 500 concesionarios.

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.
