



28 de septiembre, 2026

La marca Volkswagen y Mercado Libre celebran un año de su tienda oficial de Postventa y amplían su oferta digital

- A un año de su lanzamiento, los resultados reflejan la evolución de este canal y su creciente relevancia dentro de la estrategia de digitalización de Postventa de la marca Volkswagen en México.
- Volkswagen Vehículos Comerciales se incorpora a la tienda con más de 300 nuevos productos para modelos como Transporter, Crafter, Caddy y Amarok.

Contacto para prensa

Volkswagen México
Javier Díaz
Relaciones Públicas
javier.diazl@vw.com.mx

Eme Media Com
Diana Silva
diana.silva@eme-media.com



Puebla, Puebla. La marca Volkswagen en México y Mercado Libre celebran el primer aniversario de su tienda oficial de postventa, un canal digital que durante su primer año ha ampliado el acceso de los consumidores mexicanos a refacciones y accesorios originales Volkswagen, así como a productos de Volkswagen Collection.

Los resultados del primer año reflejan la evolución del canal y su relevancia dentro de la estrategia de digitalización de Postventa de la marca Volkswagen en México, al ampliar el alcance de la oferta y facilitar la búsqueda y adquisición de productos originales.

Un año de crecimiento para la Postventa digital

- Más de 200% de crecimiento en el catálogo de productos originales de la marca Volkswagen.
- Más de 1.5 millones de visitas a la tienda oficial.
- 40 concesionarios participantes, con 10 más próximos a incorporarse.

La oferta sigue creciendo

Como parte de la evolución del proyecto, la marca Volkswagen en México incorpora a su división de Vehículos Comerciales, la tienda oficial de accesorios y refacciones en Mercado Libre, sumando más de 300 nuevos productos para modelos como Transporter, Crafter, Caddy y Amarok. Con esta incorporación,

Comunicado de prensa



los propietarios de vehículos comerciales cuentan con una oferta más amplia de productos originales a través de un canal digital práctico y seguro.

A esta expansión se suma la integración de Volkswagen Collection, que amplía la variedad de productos oficiales disponibles para los entusiastas de la marca y complementa la propuesta de la tienda oficial.

"Hace un año iniciamos este proyecto convencidos de que la transformación digital sería un elemento clave para acercarnos a nuestros clientes y fortalecer el negocio de Postventa. Hoy, los resultados reflejan la confianza de los consumidores, el compromiso de nuestra red de concesionarios y el valor de la colaboración con Mercado Libre", comentó Rodrigo Ruiz, Director Comercial de Postventa de Volkswagen.

Con estas incorporaciones, la marca Volkswagen en México refuerza su estrategia de digitalización de Postventa y la colaboración con su red de concesionarios, acercando su portafolio de productos originales a más consumidores a través de Mercado Libre.

Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la Planta de vehículos se localizan en el Estado de Puebla, a 120 km al sureste de la Ciudad de México, donde se manufacturan los modelos Jetta, Tiguan (versión larga) y Taos. Esta fábrica, que inició sus operaciones en 1967, es una de las más grandes del Grupo Volkswagen y cuenta con todos los procesos necesarios para la fabricación de vehículos, desde el estampado hasta el ensamble final. En enero de 2013, en Silao, inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. Asentada sobre una superficie de 60 hectáreas, en ella se producen el motor EA211 y la tercera generación de motores EA888 para la producción de vehículos del Grupo Volkswagen en Norteamérica. Como jugador clave en la estrategia de Volkswagen a nivel mundial, en 2024 Volkswagen de México registró una producción de 382,312 vehículos en la planta de Puebla y más de 430 mil motores ensamblados en la de Guanajuato. Las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, CUPRA, Audi, Bentley y Porsche, comercializaron durante el 2024 un total de 177,261 vehículos en el mercado mexicano.

Como resultado de su compromiso con el bienestar con su comunidad, ha sido reconocida entre "Los Mejores Lugares para Trabajar" por el Great Place to Work Institute (GPTW), "Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2025" por la fundación Human Rights Campaign (HRC) y como Top Employer 2025 por Top Employer Institute por décimo año consecutivo. La Armadora fue distinguida por Merco en 2024 como la empresa con mejor reputación corporativa en el sector automotriz. Entre sus acciones de sostenibilidad, sociales y de gobierno corporativo (ESG) figuran "Go To Zero", estrategia global que tiene el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono (CO2) para 2050; "Por amor a México" y "Un día para el Futuro", enfocados al impulso de la niñez, a fortalecer los vínculos comunitarios y de biodiversidad a través de proyectos colaborativos con más de 300 fundaciones.

Como parte de su compromiso con las prácticas sostenibles y responsables, Volkswagen de México ha integrado los Diez Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas en sus estrategias y operaciones, y se ha comprometido a respetar los derechos humanos y laborales, salvaguardar el medio ambiente y trabajar contra la corrupción en todas sus formas. Para obtener más información sobre el compromiso de Volkswagen de México con la sostenibilidad empresarial visita el siguiente enlace de Integridad y Cumplimiento <https://www.vw.com.mx/es/integridad-cumplimiento.html>

Para conocer más visita: www.vw.com.mx

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/VolkswagenMX/>

Instagram: <https://www.instagram.com/volkswagenmexico/>

X: https://twitter.com/volkswagen_mx

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/volkswagenmx/>
