



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

Grandioso retorno en Brasil

- Con inversiones superiores a 2,000 millones de euros para 2020, Volkswagen do Brasil comienza a recuperar su participación de mercado.

Puebla, Pue. 30 de enero de 2019. Vaya viaje y vaya retorno: La reciente historia de Volkswagen en el mercado brasileño de autos de pasajeros durante la pasada década, ha sido casi tan variada como la topografía que rodea a Río de Janeiro, la segunda ciudad más grande de Brasil. El país que más se asocia con bosques tropicales y playas iluminadas por el sol fue golpeado por una terrible recesión que duró media década, comenzando en 2013. Volkswagen había perdido su liderazgo en el mercado y por consiguiente sufrió las consecuencias posteriores, viendo cómo su participación de mercado se reducía a la mitad. Sin embargo, Volkswagen asumió esto como un reto para desarrollar una nueva estrategia para el mercado que adoptó como propio. En 2017, se lanzó el primer vehículo de su innovadora estrategia de €2,026 millones, el Nuevo Polo (Novo Polo), como parte de un novedoso plan de lanzamiento de 20 modelos. Todo está listo.

La relación de Volkswagen con Brasil se remonta a principios de la década de 1950. En 1956 comenzó el trabajo preliminar para la primera fábrica de Volkswagen fuera de Alemania. Un año después, esta planta de Volkswagen en São Bernardo do Campo, cerca de São Paulo, comenzó a producir el modelo Kombi, 370 vehículos en ese momento, con un 50% de participación de componentes de contenido local. La pequeña camioneta es ahora una heroína muy buscada por los entusiastas de los autos vintage.

Cuatro preguntas sobre el mercado brasileño

¿QUÉ LO HACE ESPECIAL?

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

La mitad de todos los nuevos autos de pasajeros en Sudamérica y América Central se venden en Brasil, el único mercado en el mundo en el cual el combustible flex, una mezcla de gasolina y etanol derivado de la caña de azúcar es la fuente combustible dominante que representa nueve de cada diez ventas, conforme a los datos de la Anfavea. El país de habla portuguesa, que es hogar de 200 millones de residentes, se encuentra entre los principales diez mercados de autos de pasajeros por volumen de ventas de acuerdo con los datos de la OICA, con más de dos millones de nuevos autos de pasajeros registrados aquí el año pasado. Perteneciente al grupo de “mercados emergentes” denominado BRIC (Brasil, Rusia, India y China), término acuñado por Jim O'Neill, Economista en Jefe de Goldman Sachs en 2001, Brasil está demostrando de nuevo su enorme potencial de mercado. Después de sufrir una recesión que duró cinco años, y coincidió con el periodo en el cual el país fue anfitrión de los eventos deportivos más grandes del mundo, la Copa Mundial de Fútbol en 2014 y los Juegos Olímpicos de Verano dos años después, el mercado volvió a crecer en 2017.

¿QUÉ ES NUEVO?

A medida que el mercado recobra de nuevo su tendencia ascendente, ayudado por el apetito global por los SUV/Crossovers, que registraron su participación de ventas más alta en Brasil el año pasado – uno de cada cinco modelos vendidos–, Volkswagen se encuentra en el proceso de aprovechar plenamente esto con la más grande ofensiva de lanzamiento en la historia de la compañía. Veinte modelos nuevos llegarán al mercado brasileño para 2020, con inversiones que suman €2,026 millones, cuatro de los cuales serán modelos SUV/Crossover. Junto con el Tiguan Allspace fabricado en México e introducido el año pasado, el T-Cross compacto, que se fabrica localmente y se adaptó en especial para el mercado brasileño, se unirá a esta línea más adelante este año. Lanzado en 2017, el Nuevo Polo (Novo Polo) basado en la moderna plataforma MQB (Plataforma Modular Transversa), en la cual se basan la mayoría de los modelos europeos de Volkswagen, fue el primer modelo que salió al mercado bajo la nueva estrategia, seguido apenas 60 días después por el pequeño sedán Virtus fastback, basado en la misma plataforma. El Virtus, desarrollado especialmente para el mercado brasileño, no sólo terminó el año de su debut como el modelo con mayores ventas en este sector, sino que en el proceso representó casi uno de cada dos autos vendidos en el sector de sedanes compactos.

¿QUIÉN ES FUERTE?

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

Volkswagen representó alrededor de 15% del mercado automotriz brasileño el año pasado, ganando más de dos puntos porcentuales respecto al año anterior, al tiempo que tenía participación en casi todas las ventas de autos de pasajeros del Grupo Volkswagen, con Audi y Porsche conformando el resto. Los dos modelos Audi también fabricados localmente, el A3 Sedan y el Q3 SUV/Crossover, representaron la mayoría de las ventas de Audi el año pasado, mientras que todos los modelos Volkswagen, excepto el Passat, se fabricaron localmente en América Latina. El modelo de Volkswagen con mejores ventas el año pasado siguió siendo el Gol, ligeramente por debajo de las 80,000 unidades, lo cual lo incluyó entre los primeros cuatro modelos con mayores ventas el año pasado. Volkswagen de nuevo tiene el objetivo de alcanzar éxitos similares a los que logró con el Gol, lanzado por primera vez en 1980, y liderando la lista de los autos con mayores ventas durante 27 años consecutivos, hasta 2013.

¿QUÉ SIGUE?

A pesar de que las ventas de autos eléctricos siguieron bajas en Brasil el año pasado, con menos de 50% del total de ventas, los vehículos pesados para mercancías podrían establecer el ritmo eléctrico en este mercado que tiene una de las mezclas de energías renovables más altas del mundo. De acuerdo con la IEA (Agencia Internacional de Energía) cerca del 45% de la demanda de energía primaria se satisface mediante energía renovable, lo que convierte al sector energético de Brasil en uno de los que menos carbono emiten en el mundo. Debido a que presentó su camión eléctrico el año pasado, Volkswagen, que comercializa los camiones pesados bajo la Marca Volkswagen en Brasil, pronto comenzará a fabricar su primer camión totalmente eléctrico. El modelo se encuentra en la fase de pruebas y entrará a producción en Brasil el próximo año.

Éste fue apenas el comienzo de la relación especial entre Volkswagen y un país en el cual, después del fútbol, la pasión es... el auto. Al igual que cada brasileño apoya a un equipo de fútbol, todos ellos también son entusiastas de un modelo de auto. Los propietarios brasileños del "Fusca" (Beetle) solían poner un apodo a sus autos, y aún hoy continúa el entrañable hábito de hablar con sus autos como si fueran un amigo querido, sin importar el modelo.

Con el transcurrir de estos años, Brasil se convirtió en uno de los mercados más importantes en el mundo, con más de 81 millones de vehículos producidos durante seis décadas, conforme a los datos de Anfavea, la Asociación Nacional de la Industria Automotriz de Brasil, de los cuales, 23 millones son de Volkswagen, representados por cuatro fábricas de autos de pasajeros en el

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

país. Brasil tiene la sexta flotilla de vehículos más grande en el mundo compuesta por 44 millones de autos en todo el país, conforme a los datos de la Anfavea (en 2000 había "sólo" 19.3 millones).

A la manera brasileña: Motores de "Combustible Flex"

Los brasileños usualmente invierten o, mejor dicho, pierden muchas horas al día en el tráfico, en especial durante las horas pico en las grandes ciudades. Por ejemplo, a partir de la década de los 90, São Paulo se rige por un sistema de rutas vehiculares en las cuales 20% de la flotilla no puede circular un día de la semana. Esta idea también se creó para reducir la contaminación del aire. Otro detalle especial: Más de dos millones de los 2.5 millones de vehículos ligeros que se entregaron en 2018 tenían motores de combustible flex, que representa casi 90% del total de entregas. El capítulo de los combustibles flex de Brasil comenzó después de la crisis petrolera de 1973, cuando el gobierno brasileño estableció como obligatorio el uso de mezclas de etanol con gasolina. Como un subproducto derivado de la caña de azúcar, el etanol emite menos contaminantes hacia la atmósfera. Además, es más barato que la gasolina y el diésel. Debido a que los autos eléctricos aún están en pañales con apenas 0.2% de participación de nuevos registros el año pasado conforme a los datos de la Anfavea, Brasil es el mercado más grande en el mundo para modelos de combustible flex. En 2018, Volkswagen celebró el 15 aniversario de esta tecnología, ya que el modelo Gol Total Flex salió al mercado en 2003. Éste fue el primer modelo que se podía abastecer con gasolina, etanol o ambos.

El año de 2018 fue todavía un año de recuperación para Brasil, después de la profunda recesión económica que sufrió entre 2013 y 2016. La continua recuperación del año pasado sugiere que el mercado de autos nuevos en Brasil está retomando un paso estable, pues los registros de autos de pasajeros nuevos de todo el año superaron los dos millones de entregas anuales por primera vez en tres años. Volkswagen tuvo un aumento de más del 50% en el último mes del año comparado con el mismo periodo del año anterior, y también logró duplicar el ritmo de crecimiento del mercado total durante todo el año pasado, lo cual ayudó a recuperar su participación en el mercado.

Sin embargo, aún queda espacio para cierto movimiento ascendente dentro del mercado, pues los últimos niveles históricos llegaron a poco menos de tres millones de unidades durante 2012. Durante ese periodo, las ventas de autos nuevos de Volkswagen en Brasil no lograron superar

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

el mercado alemán nacional de Volkswagen, enfatizando la importancia de este miembro del grupo BRIC (Brasil, Rusia, India, China). Siguiendo con esta tendencia, Volkswagen do Brazil lanzó el “Nuevo Volkswagen”, la ofensiva comercial más grande en su historia, con 20 nuevos modelos de autos que se lanzarán hasta 2020. Cinco de ellos serán SUV.

Los SUV / Crossovers ayudan en la recuperación

El mercado de este año estuvo dominado tanto por los autos hatchback como por un acelerado sector de SUV, con respectivas participaciones de ventas de 41% y 20%, conforme a los datos de la Renavam. Volkswagen do Brasil está bien preparada para el creciente apetito por los SUV, con la introducción de cuatro modelos SUV/Crossover adicionales para 2020, pues ya introdujo el nuevo Tiguan Allspace. El Crossover compacto T-Cross, adaptado para el mercado latino americano y fabricado localmente, se lanzará en abril de este año. Llevar al mercado los modelos apropiados ayudará a que Volkswagen aumente su ya impresionante participación de mercado de 15% en su cuarto mercado individual más grande del mundo, pues registró un 29% de aumento en ventas durante el mismo periodo el año pasado, principalmente gracias a los primeros frutos de esta nueva ofensiva de productos.

Además del Tiguan Allspace, ya se lanzaron otros dos modelos nuevos basados en la moderna MQB (Plataforma Modular Transversa): el Novo Polo (un hatchback) y el Virtus fastback, un pequeño sedán. El Virtus, especialmente desarrollado para el mercado sudamericano, terminó el año de su debut como el auto con mayores ventas en su segmento –uno de casi dos vehículos vendidos en el sector de los sedanes compactos el año pasado– conforme a los datos de la Renavam. Volkswagen tiene la intención de alcanzar éxitos similares al que logró con su modelo Gol, lanzado en 1980. El Gol lideró las listas de autos más vendidos durante 27 años consecutivos, hasta 2013.

Una razón para este éxito es un profundo énfasis en la localización y los deseos de los clientes regionales. Por ejemplo, la parte frontal del Novo Polo se diseñó en exclusiva por Volkswagen do Brasil únicamente para Sudamérica. La regionalización incluso llega a detalles tales como definir el espacio para una botella de dimensiones brasileñas en el soporte para bebidas.

Una nueva experiencia tecnológica

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

El Virtus es un punto de quiebre en la historia de la compañía. Como el segundo producto en la nueva estrategia de Volkswagen, éste es el primer vehículo en América Latina que ofrece inteligencia artificial (AI) a los conductores. Por ejemplo, con este recurso, el conductor puede hablar con el auto y obtener información del manual del propietario. También hay una Pantalla de Información Activa, instrumentos digitales y un sistema de infotainment de 8". Definitivamente es una nueva experiencia tecnológica en el interior de la cabina de un auto brasileño.

En abril pasado, el argentino Pablo Di Si, Director Ejecutivo de VW Sudamérica y Brasil, anunció inversiones por €500 millones con objeto de producir el nuevo T-Cross en la planta de São José dos Pinhais, bajo un concepto de "Industria 4.0". Inaugurada en 1999 para la producción del Golf y el Audi A3, esta fábrica es emblemática de Volkswagen do Brasil, con más de 2.6 millones de vehículos entregados hasta el momento. Muchos de los procesos de fabricación son digitales e incluyen la simulación virtual durante los planes de corrida de un nuevo modelo. Con todos estos medios, Volkswagen continúa atrayendo a los leales brasileños, al tiempo que consigue nuevos fans con su característica individual de vehículos contemporáneos de alta tecnología.

Contacto con medios:
Volkswagen México
Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano
mauricio.galvez@vw.com.mx
sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico
www.twitter.com/Volkswagen_MX
www.youtube.com/VolkswagenMx
www.plus.google.com/+VolkswagenMexico