



Martes 04 de julio, 2023

Volkswagen invierte 1.000 millones de euros para su crecimiento en Sudamérica

- La compañía espera crecer un 40% en Brasil para 2027.
 - La ofensiva de productos en la región comienza con 15 nuevos modelos.
 - El foco será en vehículos eléctricos y con combustibles flexibles.
 - “Como un mercado de rápido crecimiento, Sudamérica tiene una importancia estratégica para VW. Ya hemos mejorado significativamente la rentabilidad y seguiremos trabajando para reducir los costos de la operación”, sostuvo Thomas Schäfer, CEO de VW en el 70 aniversario de VW Brasil.
-

Comunicaciones Volkswagen

Macarena Bravo
Gerente de Marketing,
Comunicaciones y CX
macarena.bravo@porsche-chile.cl

Pablo Viollier
Consultor Estratégico de
Comunicaciones
pablo.viollier@porsche-chile.cl

Santiago, Chile. – Volkswagen pretende ganar peso en Sudamérica con una gran ofensiva de producto. Para 2027, la empresa prevé crecer un 40% en Brasil, el mayor mercado de la región y, hasta 2025 se lanzarán 15 nuevos modelos de vehículos eléctricos y flexfuel. Los vehículos híbridos también llegarán a medio plazo. Antes de finales de 2023, la empresa presentará en Brasil sus primeros modelos totalmente eléctricos: el Volkswagen ID.4. y el ID. Buzz. En total, se espera que el mercado automovilístico sudamericano crezca un 11% al año hasta 2030, lo que lo convierte en uno de los mercados de más rápido crecimiento del mundo. De este modo, la compañía está aplicando sistemáticamente su estrategia para ampliar rápidamente su negocio en los mercados en crecimiento e intensificar la movilidad sostenible. Volkswagen celebra estos días su 70 aniversario de fundación en Brasil.

Cambio de rumbo: mayor competitividad

“Como mercado de rápido crecimiento, Sudamérica tiene una importancia estratégica para Volkswagen. En los últimos años, el equipo local ha logrado dar la vuelta a la situación y mejorar de forma sostenible la rentabilidad y competitividad del negocio. La tarea ahora es seguir trabajando en la reducción de costos y, al mismo tiempo, implementar una nueva ofensiva de productos. Para ello, estamos invirtiendo mil millones de euros en Sudamérica hasta 2026”, expuso Thomas Schäfer, CEO de Volkswagen.

Sudamérica volvió a ser un mercado rentable en 2021, luego de muchos años, y contribuyó al mismo resultado en 2022. La región continúa esforzándose para seguir mejorando en el marco del programa ACCELERATE FORWARD / Road to 6.5.

“Con esta nueva ofensiva de producto, estamos llevando vehículos extremadamente atractivos a nuestros clientes de Brasil y la región. Esto nos ayudará a acelerar la transformación hacia una movilidad sin emisiones de carbono y totalmente interconectada. Estamos avanzando en buen ritmo. El nuevo Polo, por ejemplo, es el automóvil más vendido en Brasil y, con el lanzamiento del súper ventas ID.4 y del icónico ID.Buzz para el mercado brasileiro este año, nos dará un mayor impulso”, sostuvo Alexander Seitz, presidente ejecutivo de Volkswagen Group para Sudamérica.



Vehículos eléctricos y modelo de suscripción

Con la inversión de mil millones de euros hasta 2026, la compañía buscará, entre otras cosas, el desarrollo de motores de combustión en base a etanol y nuevos modelos de negocio. Por ejemplo, en 2022, VW suscribió más de 3.000 automóviles en Brasil y se espera que ese número aumente en un 150% para este 2023. Al mismo tiempo, la marca ofrecerá sus primeros vehículos 100% eléctricos este año en la región. Brasil será el primer mercado en recibir el ID.4 y ID.Buzz, y luego lo seguirán los otros países de la región, impulsando así su transformación hacia una compañía proveedora de movilidad sostenible.

La marca espera que la transformación eléctrica en Brasil sea un poco menos dinámica que en Europa, ya que en el país sudamericano la participación de este segmento es en torno a un 4%. Sin embargo, VW pretende crecer más rápido que el segmento BEV.

La llegada a Chile del ID.4 está confirmado para los primeros meses de 2024, mientras que el icónico ID.Buzz se está evaluando para su comercialización en el país.

Apertura a la tecnología en la estrategia Way to Zero

Hasta que el mercado esté totalmente electrificado, Volkswagen apostará por los propulsores alternativos y la apertura a la tecnología. Por ejemplo, todos los nuevos modelos producidos en la región seguirán pudiendo funcionar con un 100% de biocombustible. Con ello, realizan una importante contribución a la estrategia de sostenibilidad y al "Way to Zero" de Volkswagen Sudamérica. Los motores desarrollados en Europa se adaptarán y desarrollarán en el recién inaugurado centro de desarrollo de Volkswagen Brasil específicamente para este fin. Los vehículos flex-fuel desarrollados por Volkswagen en Brasil pueden funcionar básicamente con etanol y gasolina, así como con cualquier mezcla de estos combustibles. En Europa, se añade un máximo del diez por ciento de biocombustible (E10). Uno de los focos 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 ya representa casi el 40% del mercado sudamericano y también seguirá creciendo de forma agresiva respecto al mercado general.

El etanol derivado de la caña de azúcar es un combustible sostenible resultante de la fermentación del azúcar mediante levaduras. Comparado con la gasolina, reduce hasta en un 80% las emisiones de gases invernadero. Los campos de caña para la producción de etanol ocupan menos del 0,8% de la superficie de Brasil y casi el 92% se cosecha en la zona centro-sur del país, mientras que el 8% restante se hace a casi 2.000 kilómetros de la región amazónica. Por ello, el biocombustible puede contribuir decisivamente a la reducción a corto plazo de las emisiones de CO2 en esta región del mundo.

70 años en Brasil: la historia de éxitos continua

Volkswagen inició su producción en Brasil hace 70 años en São Paulo, convirtiéndose en la primera planta de la marca fuera de Alemania. Al principio, doce empleados ensamblaban piezas importadas de Alemania y hoy, VW es el mayor fabricante de automóviles en Brasil, habiendo producido un total de 25 millones de vehículos en 70 años, de los cuales, cuatro millones han sido exportados. La empresa actualmente desarrolla y produce los modelos Polo, Nivus, Taos y T-Cross, entre



otros, además de contar con cuatro plantas en el país y vender sus automóviles en unos 500 concesionarios.

Acerca de Porsche Chile SpA.

En abril del año 2013 la empresa Porsche Holding decidió iniciar operaciones en Chile y de esta forma gestionar de manera directa la marca Volkswagen, Audi, Škoda y MAN. En 2019, el grupo sumó a la marca española SEAT, ampliando su oferta en el mercado nacional y, en 2022 presentó la marca CUPRA.

Porsche Chile depende directamente de Porsche Holding Salzburg, que es una base de empresas que está representada en más de 27 países y con presencia en oficinas en Sudamérica tanto en Chile como Colombia. Sus áreas de negocio incluyen servicios al por mayor, al por menor y financiera. La sede se encuentra en la ciudad de Salzburgo, Austria. Fue fundada en 1947 por los dos hijos de Ferdinand Porsche, Louise Piëch y Ferry Porsche.

Durante los últimos 60 años, Porsche Holding Salzburg ha demostrado ser la empresa de comercialización de vehículos más exitosa de Europa. Desde 2011 actúa como una filial al 100% de Volkswagen AG, lo que revela el amplio conocimiento del mercado automotriz que esta compañía posee en todo el mundo.

Volkswagen Group AG está compuesto por las marcas Volkswagen Vehículos Pasajeros, Audi, SEAT, Škoda, Volkswagen Vehículos Comerciales, Porsche, Bentley, Lamborghini, Ducati, Bugatti, y camiones y buses MAN y Volkswagen.