

---

Información de Prensa

---

## Volkswagen creció en América Latina en 2020

- La marca alcanzó en 2020 el 4,37% del market share de la región de América Latina, que incluye más de 30 países de Sudamérica, Centroamérica y el Caribe (exceptuando Brasil, Argentina y México).
- Lideró los mercados de Uruguay (15,17%) y Curazao (17,1%).
- Los lanzamientos de T-Cross y Nivus en los principales mercados de la región contribuyeron para alcanzar estos resultados.
- Amarok alcanzó el 4% del market share, su mayor desempeño histórico.

**General Pacheco – 18 de marzo de 2021.** En un año marcado por la pandemia de coronavirus, con importantes consecuencias en la economía mundial, Volkswagen logró crecer en la región LAM, ocupando el 4,37% del market share (+0,37 pp vs 2019).

Dentro de la región, la marca alemana tuvo importantes desempeños, como en los mercados de Uruguay y Curazao, donde lideró con el 15,17% y el 17,1% del market share, respectivamente. Y, en un mercado tan competitivo como el latinoamericano, la pick-up Amarok logró incrementar su participación en el mercado, alcanzando el 4% de la torta (+0,3 pp vs 2019), su más alta performance hasta el momento.

Por otra parte, 2020 significó un año de mucho trabajo para Volkswagen, la cual se encuentra atravesando uno de los cambios culturales más importantes de su historia. En este marco, reforzando la nueva imagen de una compañía más ágil, digital, eficiente, humana y orientada al cliente, se realizaron exitosos lanzamientos en Paraguay y Uruguay del VW Nivus, el nuevo integrante de la ofensiva SUV, mientras que en Bolivia se hizo lo propio con el VW T-Cross.

En el marco de la estrategia de digitalización desarrollada por Volkswagen, fueron lanzados los e-commerce de Perú y Chile, mientras que en los 19 países que componen la región se implementaron sitios webs de nueva generación.

*“En América del Sur, nuestros equipos están obteniendo una histórica recuperación. En 2020, aumentamos nuestra participación de mercado con un nuevo record de más de 14% y en 2021, por primera vez en muchos años, tenemos la expectativa de que la región logre un retorno a la rentabilidad en año fiscal en curso. Con Nivus, Volkswagen venderá por primera vez en Europa un vehículo desarrollado en América Latina”,* declaró **Herbert Diess**, CEO del Grupo Volkswagen.

*“La región latinoamericana es un mercado muy importante para Volkswagen y eso se ve reflejado en el apoyo que recibimos desde nuestra casa matriz para desarrollarla*

# VOLKSWAGEN

GROUP ARGENTINA

*constantemente. Estos resultados positivos que vemos hoy son apuntalados con lanzamientos locales, como el Nivus y el T-Cross, mientras que estamos preparando el lanzamiento del Taos para el segundo trimestre de este año, tres SUV desarrollados 100% por y para la región que acompañan la estrategia global de la marca”, comentó **Pablo Di Si**, Presidente y CEO de Volkswagen América Latina, y añadió: “Esto va acompañado de un importante proceso de digitalización y modernización que incluyó, por ejemplo, el desarrollo de la plataforma de infotainment VW Play, otro producto completamente local, y por el gran trabajo de nuestro equipo de América Latina”.*

*“Superar un año históricamente complejo como fue el 2020 logrando crecer en la región y consolidando el liderazgo en algunos países es motivo de orgullo para Volkswagen y todos sus importadores. Demuestra el compromiso y el trabajo constante para garantizar no sólo vehículos sino también servicios de calidad. El desafío en el 2021 será mantenernos en esta senda, y con las novedades de productos y el profesionalismo de nuestros importadores creo que lo conseguiremos con creces”, afirmó **Thomas Owsianski**, presidente y Ceo de Volkswagen Group Argentina y Vicepresidente de Ventas y Marketing de Volkswagen para América del Sur.*

En la actualidad, Volkswagen cuenta con una red conformada por 27 importadores distribuidos a lo largo de más de 30 países de Sudamérica, Centroamérica y el Caribe (exceptuando Brasil, Argentina y México), complementado por 168 puntos de venta y posventa.

De esta manera, Volkswagen cierra otro año más de crecimiento y renueva su compromiso con la región, como también su vocación para mantener y consolidar su fuerte presencia en los países que la integran. Todo ello a partir de más inversiones, una red de importadores profesional, lanzamientos y novedades, con innovación y tecnología, para alcanzar la más alta calidad de sus productos, en ventas y en satisfacción al cliente.

**Guido Lombardi**

[guido.lombardi@vw.com.ar](mailto:guido.lombardi@vw.com.ar)

**Emilio Graffignano**

[emilio.graffignano@vw.com.ar](mailto:emilio.graffignano@vw.com.ar)

**Prensa y Relaciones Públicas**

**Dirección de Asuntos Corporativos**

**Volkswagen Argentina**