



03 Marzo, 2010

Las novedades de Subaru en la Edición 80 del Auto Show de Ginebra

Ginebra, 03 Marzo, 2010.- En el marco de la Edición 80 del Auto Show de Ginebra, Subaru presentó lo que será su nuevo modelo Impreza XV Crossover bajo el lema “Active Sports Gear”, que se posicionará como el auto ideal para clientes que necesitan un auto fiable y distintivo que se adapte a un estilo de vida activo.



Ikuo Mori, Presidente de Fuji Heavy Industries Ltd. empresa manufacturera de los autos Subaru, enfatizó que la estrategia de producto es “mantenernos fieles a nuestra tecnología única: el motor Bóxer y a una conducción agradable. Estamos conscientes que esta es una era de un gran cuidado y preservación del medio ambiente por lo que iremos integrando la tecnología verde en nuestros productos exclusivos, por ello nuestra estrategia de marca está sustentada en cuatro pilares fundamentales”:



1.- Vehículos Eléctricos: con todo el conocimiento que Subaru plasmó en la primera generación del R1 e, posteriormente la segunda generación EV del Subaru Plug-in STELLA desarrollado en el 2009 en Japón; por medio del uso de esta tecnología, Subaru planea seguir fomentando el uso y comercialización de los EV con una visión clara de crecimiento mundial, siendo Europa uno de los mercados más próximos para ello.



2.-Tecnología Híbrida: como el “Subaru Hybrid Tourer Concept” que refleja la visión a futuro de autos gran turismo. Este auto ofrece un sistema híbrido único, utilizando tecnología del EV y la inyección directa de combustible del motor turbo bóxer. A diferencia de este auto, Subaru está desarrollando la primera producción del modelo híbrido con miras de introducción al mercado en el 2012.





3.- Tecnología Bóxer Diesel: en ésta tecnología se continúa trabajando como un instrumento estratégico unidad de energía para Europa. En los últimos dos años, Subaru ha mejorado el control de emisiones mientras se mantiene el concepto de conducción deportiva.

4.- El mejoramiento de los actuales motores bóxer de gasolina y eficiencia en el combustible. Subaru introdujo el primer motor bóxer en 1966, el motor de segunda generación en 1989. Desde entonces, durante más de 40 años, el Subaru Bóxer ha sido el motor distintivo en la conducción de los autos Subaru. El total de producción de este tipo de motores en 2009 superó los 11,3 millones de unidades.

Ikuo Mori, presentó la tercera generación de Motor Bóxer que se introducirá a lo largo de este 2010, en los que se incorporan los últimos avances tecnológicos para el cuidado del medio ambiente, lo que “nos permitirá comercializar nuestros futuros modelos con mayor agresividad. La tecnología del Motor Bóxer de Subaru continúa siendo nuestra carta más fuerte”, señaló.

El principal objetivo de Subaru, concluyó el Presidente de FHI, es “la búsqueda de la originalidad, fiabilidad y seguridad en la conducción. Nuestros esfuerzos por integrar la responsabilidad ambiental como parte de nuestra experiencia aumentará la distinción que sólo Subaru tiene, así como la confianza en la conducción de nuestros clientes leales”.

2009, récord de ventas para Subaru

A pesar del complicado año económico que se vivió, Subaru rompió récord de ventas en países como Estados Unidos y China, con crecimientos superiores al 15%.

A nivel global, en 2009 se vendieron 567, 000 unidades a pesar de las difíciles condiciones económicas. Estas cifras, dijo Mori, “reflejan la confianza que los consumidores tienen en el mundo de nuestros productos, lo que nos ha permitido obtener diversos reconocimientos como fue con Outback, nombrado el Motor Trend’s 2010 Sport / Utility of the year en Estados Unidos.



El nuevo Legacy recibió las calificaciones más altas posibles en seguridad en Europa, Japón, Australia y Estados Unidos. Esto comprueba el compromiso que Subaru tiene con la seguridad”.



**

Acerca de Fuji Heavy Industries Ltd.

Fuji Heavy Industries Ltd. (FHI), creador de los automóviles Subaru, es líder manufacturero en Japón contando con una larga historia innovaciones tecnológicas que datan de sus orígenes como compañía aeronáutica. Mientras que el negocio automotriz es un pilar principal de negocios, las divisiones de Aerospace, Productos Industriales y Tecnologías ECO de FHI ofrecen un diverso portafolio de productos de motores de uso general, generadores de energía y camiones de saneamiento para pequeños aviones, componentes cruciales para las aeronaves de pasajeros y sistemas generadores de energía impulsados por aire. Reconocida internacionalmente por su tecnología All-Wheel Drive (AWD) y sus motores horizontalmente opuestos en la marca Subaru. FHI se encuentra también liderando el desarrollo de productos a favor del medio ambiente y está comprometido en la preservación del medio ambiente.