

## COMUNICADO DE PRENSA

**JETOUR SOUEAST cerró ventas globales de 622,590 unidades en el 2025**

- Para 2026, México se encuentra en el foco de la estrategia de expansión global de la compañía.

**CDMX. 4 de febrero de 2026.** JETOUR SOUEAST México, firma especializada en vehículos todoterreno y urbanos, híbridos enchufables, reveló sus ventas globales del 2025, que ascendieron a 622 mil 590 unidades lo cual significó un incremento de 9.5% respecto al 2024. La marca opera en más de cien países en el Medio Oriente, Norte, Centro y Sudamérica, África, Asia-Pacífico y Europa, con una red de más de dos mil puntos de comercialización y servicio.

De acuerdo con sus directivos, en solo siete años de operaciones, sus cifras ascienden a 2.15 millones de unidades vendidas y calculan que su cuota en el mercado de SUV, JETOUR alcanzó el 8.45%. Específicamente, la Serie T ocupa el primer puesto en el segmento de SUV todoterreno ligeros en los mercados de Emiratos Árabes Unidos, Catar y Kuwait.

**Estrategia de gama alta**

En noviembre, JETOUR inició su incursión en los Emiratos Árabes Unidos en el mercado de gama alta con el primer modelo de la Serie G: el G700, un SUV todoterreno premium que pronto estará en el mercado mexicano. Globalmente, este PHEV se ha posicionado como un vehículo que prioriza el diseño, el rendimiento y la experiencia del usuario, factores que han contribuido a elevar la imagen de marca en el Oriente Medio, y que sus directivos consideran que se repetirá en los demás mercados.

Para Johnny Fang, CEO de JETOUR SOUEAST en México, los productos sólidos son clave para abrir nuevos mercados, “pero la identidad de marca y una actitud distintiva contribuyen a forjar una conexión genuina con las personas y una fascinación hacia el consumidor. El diseño de nuestros SUV todoterreno satisface las necesidades y refleja el estilo de vida de los conductores de la Serie T. Específicamente, T2 encarna la energía diversa y el espíritu de libertad, en tanto que T1 representa ligereza, independencia y aventura urbana”.

**Presencia global multidimensional**

Cabe recordar que en la Cumbre del G20 en Sudáfrica, en noviembre del 2025, los organizadores seleccionaron a T2 de JETOUR como vehículo oficial. Por otro lado, la marca busca conectar con otras audiencias globales con acciones ligadas al deporte, como su asociación con el histórico club de fútbol africano Al Ahly, el patrocinio de la Copa Árabe de la FIFA en Catar, y el respaldo a eventos futbolísticos en Arabia Saudita, Chile y Perú, además de apoyar competencias profesionales como la maratón nacional de Malasia y el Rally Todoterreno LIWA de los EAU.

“Este tipo de iniciativas extienden nuestra estrategia Travel + Lifestyle, que vincula estrechamente la movilidad con la aventura, y nos ayudan a construir una comunidad en crecimiento, a la vez que elevan el reconocimiento de marca. Así, JETOUR se configura como algo más que un medio de transporte y se convierte en un punto de conexión social, ya que facilita experiencias compartidas a través de los viajes y la pasión por la naturaleza”, agregó Johnny Fang.

La empresa mantiene su compromiso con la citada estrategia, al fortalecer la competitividad de sus productos y generar confianza de sus clientes en el mundo. Parten de su éxito en mercados clave, como Oriente Medio en un principio, para profundizar la adaptación local, modernizar sus sistemas de servicio globales y extender el estilo de vida Travel + Lifestyle a más usuarios. “Paso a paso,

forjamos vínculos más fuertes con los mercados globales, conectamos culturas y transformamos las experiencias de movilidad en el mundo”.

### **Respaldo en todos los mercados**

JETOUR ha construido una sólida red de servicio mundial y ha conformado equipos de expertos locales en los distintos mercados, para brindar soporte a largo plazo, a la vez de ampliar su capacidad de suministro de repuestos en los países en donde tiene presencia. Su meta, para este año, es alcanzar una tasa del 95% en cumplimiento de pedidos de partes y refacciones.

Su certeza la fundamentan en que la combinación de productos robustos y un servicio eficaz ha generado confianza en sus usuarios y en la industria. En 2025, JETOUR recibió el Premio a la Marca Más Confiable en Omán, y el Premio de Oro NADA (National Automobile Dealers' Association) en Sudáfrica, mientras que T2 recibió el Premio al Modelo Recomendado de Autocosmos en Chile. Igualmente, G700 ganó el Premio a la Característica de Diseño Más Innovadora en los Premios de Diseño Automotriz de Turín, Italia.

### **Responsabilidad social**

JETOUR busca extender su presencia más allá del ámbito automovilístico para comprometerse con la sociedad a partir de diversas acciones como el apoyo a orfanatos y donaciones a escuelas en Arabia Saudita, Kazajistán y Angola. En Catar, colaboró con asociaciones contra el cáncer y en campañas en pro de la salud pública para contribuir a una atención médica comunitaria. Igualmente, continúa su asociación con el Cheetah Conservation Fund (CCF), con el envío de equipos a África para apoyar la protección de los guepardos.

“Y en México, estamos en pláticas para concretar proyectos de responsabilidad social, no por obligación o compromiso, sino porque estamos convencidos de que debemos contribuir al desarrollo de los países en donde tenemos presencia, porque no solamente queremos dejar huella en el mercado, sino en toda la gente”, finalizó Johnny Fang.