



Volkswagen, líder del mercado del automóvil en España en 2013 por segundo año consecutivo

Líder del mercado también en el canal de ventas a particulares por segundo año consecutivo

Volkswagen sitúa a dos de sus modelos (Polo y Golf) entre el Top 10 de ventas en España

El Polo, fabricado en España, entre los cinco primeros del ranking de ventas en nuestro país

Francisco Pérez Botello, Director de Volkswagen España, comentaba: “El liderazgo del mercado, tanto en ventas totales como en ventas a particulares, es un reconocimiento del éxito de nuestra gama de productos. Estamos especialmente satisfechos del volumen de ventas a particulares, un canal esencial para la rentabilidad de la red de concesionarios”.

Madrid, 2 de Enero 2014 — Volkswagen ha cerrado 2013 como líder del mercado del automóvil en España por segundo año consecutivo. Un liderazgo que, al igual que en 2012, se reproduce también en el canal de particulares.

“El balance de ventas por canales ha sido muy equilibrado, prueba de la salud y la fortaleza de la marca y de la calidad de la red de concesionarios. En el canal de particulares, un canal estratégico por su peso e importancia en la rentabilidad de nuestra red de concesionarios, hemos crecido cerca de un 20%. Estamos en el camino correcto para alcanzar los ambiciosos objetivos que nos hemos marcado”, explica Francisco Pérez Botello, director de Volkswagen España.

Volkswagen ha sido la marca más vendida en España en 2013. En un mercado global que ha cerrado con unas matriculaciones de 722.703 unidades, Volkswagen ha alcanzado una cuota de mercado del 8,9%, en línea con el resultado de 2012. En total, las ventas de la marca en España han superado las 63.900 unidades. “En un mercado que ha crecido un 3,3% y con un nivel de matriculaciones todavía muy por debajo de su potencial. Volkswagen se ha situado en el primer puesto del ranking de ventas. Queremos agradecer a nuestros clientes la confianza que han depositado en la marca. Nuestro objetivo es ofrecerles una experiencia de compra única, con la mejor atención no sólo en el momento de adquirir el vehículo, sino también a lo largo de toda la vida útil de éste. Estamos trabajando en este objetivo y el cliente lo está percibiendo. Nuestros estudios internos reflejan que Volkswagen ocupa posiciones de liderazgo en el ranking de Satisfacción del Cliente”, explica Pérez Botello.

Otro de los objetivos estratégicos de la marca es la rentabilidad de su Red de Concesionarios. “Estoy convencido de que nuestra red cerrará 2013 claramente por

encima del 0,6% de rentabilidad. La fuerte posición de Volkswagen en el canal de particulares, en el que también hemos sido líderes, ha sido clave para lograr este resultado”, asegura el directivo. Las ventas a particulares alcanzaron las 34.154 unidades en 2013, con una penetración del 8,4%, un porcentaje ligeramente superior al de 2012. De esta forma, Volkswagen ha logrado un balance más equilibrado en los diferentes canales. La marca se mantiene entre los tres primeros puestos del ranking de ventas, tanto en rent a car, como en el canal de empresas.

En el análisis de los resultados por modelos, el Polo y el Golf continúan entre los diez modelos con mayor aceptación del mercado español, con crecimientos importantes respecto al año anterior. “Durante los primeros meses de 2014 lanzaremos un nuevo Polo, fabricado en España, que conservará los atributos que han marcado el éxito del modelo de esta generación y reforzarán su carácter tecnológico. En cuanto al Golf, los datos confirman que estamos ante el mejor Golf de todos los tiempos, el más innovador y el que más reconocimientos ha tenido, con más de una veintena de premios en 2013. A lo largo de este año, la gama de este modelo se ampliará con el Golf eléctrico, el e-Golf, y el Golf híbrido enchufable, además de la versión más potente de la gama, el Golf R”, explica Pérez Botello.

Por otra parte, en el mercado del renting, cabe destacar el buen comportamiento del Passat y del Golf. Modelos como el Tiguan y el Touran han reforzado también su presencia en este canal.

De cara a 2014, la marca mantiene los objetivos que marcan su estrategia para los próximos años. “La rentabilidad de nuestra red de concesionarios, mantener nuestra posición de liderazgo en los índices de Satisfacción del Cliente e incrementar nuestra cuota de mercado son nuestras prioridades. Si todo esto nos lleva a ser líderes de mercado, perfecto, pero siempre buscando un crecimiento rentable”, asegura el directivo.

Además, Volkswagen continuará 2014 con su ofensiva de nuevos modelos. Además del nuevo Polo, los nuevos Golf R, e-Golf y Golf híbrido enchufable, a lo largo del próximo año llegarán también el e-up! y el Golf Sportsvan.

En cuanto a las previsiones para el mercado español, “si continúan los planes de renovación, el mercado podría crecer entre un 5% y un 10% en 2014. Sin embargo, debemos ser cautos, porque pese a la mejora de los datos macroeconómicos, las cifras del paro continúan en el 26%. Debemos esperar y ver que decisiones toma el Gobierno en cuanto a los planes de estímulos y confiar en que siga demostrando la misma sensibilidad que hasta ahora, que ha permitido que el sector del automóvil cierre 2013 en cifras positivas”, concluye Pérez Botello.