



## **Volkswagen, líder del mercado del automóvil en España en 2012**

**Ha sido también la marca más vendida en el canal de particulares.**

**Su cuota de mercado se situó en el 8,9%, marcando un nuevo récord.**

**El Golf y el Polo, entre los diez modelos con mayor aceptación del mercado español.**

**El Passat, el modelo de la marca preferido por las empresas españolas.**

**Volkswagen ha cerrado 2012 como líder del mercado del automóvil en España, por primera vez en la historia de la marca. Este liderazgo, que se reproduce también en el canal de particulares, viene acompañado además por una cuota de mercado récord. <<Estamos satisfechos con la evolución que hemos tenido en 2012 y muy agradecidos a nuestros clientes por la confianza que han depositado en Volkswagen. A pesar de las dificultades del mercado, Volkswagen ha demostrado la fortaleza de la marca y de su gama de productos. Ahora estamos mejor posicionados para afrontar con éxito los próximos meses>>, señaló Francisco Pérez Botello, director de Volkswagen España.**

Los 62.521 vehículos matriculados por Volkswagen en España durante 2012 le han permitido alzarse también con el liderazgo del mercado en el canal de particulares. La marca ha registrado además un nuevo récord en su cuota de mercado, que se situó en el 8,9% en 2012, superando ligeramente el porcentaje alcanzado en 2011. En el canal de particulares, la penetración de Volkswagen alcanzó el 8,2%. <<En 2012 hemos logrado la mayor cuota de mercado de nuestra historia. Nuestra estrategia de crecimiento rentable está dando sus frutos, como lo demuestran los resultados que hemos conseguido en el canal de particulares, ya que es donde nuestra red genera el negocio. Realmente, nuestro liderazgo ha sido muy equilibrado en todos los canales de venta>>, explica Pérez Botello.

El análisis de los resultados por modelos sitúa al Golf y al Polo, en el ranking de los diez modelos con mayor aceptación entre los compradores españoles, en el 5º y 6º puesto respectivamente. El Golf continúa siendo el modelo más importante para Volkswagen, por el volumen de ventas que genera. En total, se han matriculado 18.310 unidades en 2012. Le sigue muy de cerca el Polo, con 17.276 unidades. Por su parte, el Passat ha sido el modelo de Volkswagen más vendido entre las empresas españolas durante 2012.

<<En un mercado muy castigado por la crisis, que ha cerrado con un volumen de matriculaciones de 699.589 unidades, la evolución de Volkswagen ha sido muy positiva y nuestra gama de modelos continúa muy bien posicionada. Tenemos un producto innovador, fiable, ecológico y, sobre todo, muy seguro. Todo esto nos proporciona una ventaja competitiva frente a nuestros rivales>>, asegura el directivo.

Durante 2012, Volkswagen ha mantenido una muy activa política de renovación de productos, con lanzamientos como el upi, el nuevo modelo de entrada a la gama, y el CC o el Passat Alltrack; además de otras versiones que completan su gama.

Pero, sin duda, el momento más importante en 2012 se produce con la llegada del nuevo Golf, el mejor de todos los tiempos, el más innovador, seguro, deportivo y ecológico. Para Pérez Botello <<el Golf VII supone un importante paso hacia delante para Volkswagen, sobre todo, en lo que se refiere a sistemas de seguridad. Hemos incorporado elementos hasta ahora reservados a vehículos de gama Premium. Con ello, estamos ayudando a la democratización de las nuevas tecnologías>>.

<<El Golf será un pilar fundamental en nuestra estrategia de crecimiento durante este año>>, continúa el directivo, quien asegura que 2013 será todavía un año difícil. <<Nuestro objetivo es seguir incrementando nuestra cuota de mercado, pero buscando siempre un crecimiento rentable. La rentabilidad de nuestros concesionarios y la satisfacción de nuestros clientes seguirán siendo nuestras prioridades en 2013. Queremos ser la marca de volumen con la red más rentable y alcanzar el liderazgo en los índices de Satisfacción del Cliente>>, concluye.

Volkswagen continuará en 2013 con su ofensiva de nuevos modelos. Los nuevos Beetle Cabrio y Golf GTI, simbolizan el lado más emocional de la marca, que volverá a mostrar su claro compromiso ecológico, con lanzamientos como el nuevo Jetta Hybrid o el Golf BlueMotion.