

Comunicado de Prensa

VOLKSWAGEN CIERRA 2011 CON UNA CUOTA DE MERCADO RÉCORD

- **La marca ocupa el segundo puesto del mercado automovilístico español por volumen de ventas**

Volkswagen ha cerrado el año 2011 con una cuota de mercado récord del 8,7%, mejorando en 0,2 décimas el porcentaje alcanzado en 2010. Las 67.133 unidades (80.009 en 2010) vendidas en el Península y Baleares le sitúan en el segundo puesto en el ranking de marcas del mercado automovilístico español. La evolución de Volkswagen en España ha estado marcada por una política de crecimiento sostenible, consiguiendo mejorar su penetración en un mercado muy castigado por la crisis económica y que, por tercer año consecutivo, ha cerrado por debajo del millón de unidades.

El análisis de los resultados continúa situando al Golf como el modelo más importante para la marca, por volumen de ventas. En total, en 2011 se entregaron 20.258 unidades, cerca de 22.000 si contabilizamos también el Golf Plus, el Golf Variant y el Golf Cabrio. Al Golf, le siguen el Polo y el Passat. Cabe resaltar también la buena evolución que han tenido el Touran y el Tiguan.

Pese a la difícil situación del mercado, Volkswagen ha mantenido una muy activa política de renovación de producto en 2011, con lanzamientos tan importantes como los nuevos Golf Cabrio, Tiguan, Jetta, Eos o Passat BlueMotion y tan emblemáticos como el nuevo Beetle. Durante el 2012, la marca continuará con su ofensiva de productos, empezando en este mes de enero con la comercialización del up!, el nuevo modelo de entrada a la gama y, con nuevos lanzamientos como el Passat CC y el Alltrack.

<<El año 2012 será también difícil para el mercado del automóvil. Nuestro objetivo es continuar con nuestra estrategia de crecimiento sostenible y rentable, que nos permita seguir mejorando nuestra cuota de mercado, tanto en ventas como en postventa, el capital de nuestra marca y la fortaleza de nuestra Red de Concesionarios>>, explica Francisco José Pérez Botello, Director de Volkswagen en España. Para Pérez Botello, los principales retos para este nuevo año son asegurar la rentabilidad de la red y trabajar para alcanzar el liderazgo en los índices de Satisfacción del Cliente.