



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Página 1 de 1

ŠKODA desembarca en Singapur

- › ŠKODA inaugura un concesionario en la ciudad-estado del Sudeste Asiático
- › A partir de mayo de 2018, la marca checa ofrecerá inicialmente cinco modelos
- › El consejero delegado de ŠKODA: “Entrar en el mercado singapurense es un paso más en la implementación de la Estrategia 2025 de ŠKODA”

Mladá Boleslav, 23 de marzo 2018 – ŠKODA empezará a comercializar vehículos en Singapur a partir de mayo de este año. Este jueves, ŠKODA inauguró su concesionario en la ciudad-estado del Sudeste Asiático. El importador y socio comercial es Volkswagen Group Singapore (VGS). En su lanzamiento al mercado en Singapur, ŠKODA ofrecerá cinco modelos.

"En la Estrategia 2025, planeamos la expansión de la presencia global de ŠKODA de 102 a un total de 120 mercados. Entrar en el mercado singapurense supone un paso más en la implementación consistente de este plan", dijo el consejero delegado de ŠKODA, Bernhard Maier.

La marca se estrenará en Singapur con el ŠKODA SPACEBACK, OCTAVIA y OCTAVIA RS, el SUPERB, y los SUVs KAROQ y KODIAQ. El jueves, los representantes de ŠKODA y Volkswagen Group Singapore (VGS), que actuará como importador y socio comercial, inauguraron la sala de exposición central y local comercial. Nuevos vehículos serán entregados a los clientes a partir de mayo de 2018. ŠKODA ha invitado todos los propietarios de un vehículo ŠKODA en Singapur a la inauguración.

Aunque el gobierno de la ciudad-estado ha introducido un límite a las matriculaciones de coches privados, se considera que el mercado automóvil de Singapur es la puerta de entrada al Sudeste Asiático.

La continua internacionalización de la compañía y la conquista de nuevos mercados son áreas de acción clave definidas por la Estrategia 2025 de ŠKODA. Otros pilares de la estrategia incluyen los ámbitos de la movilidad eléctrica, la conducción autónoma y la conectividad, la digitalización de productos y procesos y la expansión del negocio automóvil tradicional hasta cubrir una amplia gama de servicios de movilidad. Con esta estrategia, ŠKODA tiene la intención de crecer en dos dimensiones: las ventas de vehículos seguirán creciendo, mientras que las nuevas áreas de negocio, como los servicios de movilidad digitales, también servirán de apoyo para el crecimiento de la marca.

