



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

“ŠKODA ambiciona estar entre las diez marcas con mayores ventas en España”

- › El director general de ŠKODA en España, Fidel Jiménez de Parga, destaca que la marca aspira a lograr una cuota de mercado del 4% en el medio plazo
- › La red comercial abrirá nuevas instalaciones para ganar capilaridad y asegurar un crecimiento sostenido y rentable

Madrid, 25 de noviembre de 2021 – El director general de ŠKODA en España, Fidel Jiménez de Parga, aseguró hoy que la firma checa aspira a situarse a medio plazo entre las diez marcas con mayor volumen de ventas en el mercado español, en el marco de un plan de crecimiento que tiene como premisa básica asegurar un crecimiento sostenido basado en la rentabilidad de la red de concesionarios.

Jiménez de Parga, que realizó estas declaraciones en un encuentro con periodistas, explicó que la estrategia NEXT Level 2030 de ŠKODA a nivel internacional fija como uno de los objetivos prioritarios situarse entre las cinco mayores marcas del mercado europeo por volumen. “En el caso de España, ambicionamos estar entre las diez marcas más vendidas, afirmó.

ŠKODA ha registrado un significativo crecimiento de sus matriculaciones en el mercado español durante los últimos años, con el consiguiente incremento de su cuota de penetración, que, según su director general, este año podría alcanzar el 3% por primera vez en su historia. “Esperamos cerrar 2021 por encima del 3%, a pesar de la tormenta perfecta del mercado”, expuso.

De cara a los próximos años, el objetivo de la marca es incrementar esta cuota de penetración en el mercado español hasta el 4%. “Para ello, contamos con la gama más completa de nuestra historia: tres modelos SUV de éxito, las mejores berlinas y un eléctrico de referencia como el ENYAQ iV, al que se sumarán al menos otros tres eléctricos a lo largo de los próximos años”, añadió el directivo.

En todo caso, según explica Jiménez de Parga, el incremento del volumen de ventas debe venir acompañado por un crecimiento sostenido de la rentabilidad de la red comercial, que este año cerrará con una rentabilidad por encima del 1%, pese a las dificultades del mercado. Está previsto que la red aumente el número de instalaciones en los próximos años para lograr una mayor capilaridad.

Para más información:

Eva Vicente, directora de Comunicación y Relaciones Externas.
e-mail: eva.vicente@volkswagengroup.es

Mariano Collado, jefe de Prensa de Comunicación Corporativa.
e-mail: mariano.collado@volkswagengroup.es