



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

ŠKODA alcanza por primera vez en su historia una cuota del 3% en el mercado español

- › Las matriculaciones de la firma checa crecen un 16,6% en 2021, con cerca de 26.500 unidades, y se sitúan por encima de los niveles previos a la pandemia
- › Duplica las matriculaciones de vehículos eléctricos y de híbridos enchufables
- › Fidel Jiménez de Parga, director general de ŠKODA en España: “Esperamos situarnos en el medio plazo entre las diez marcas más vendidas”

Madrid, 17 de enero de 2022 – La firma automovilística checa ŠKODA, perteneciente al Grupo Volkswagen, cerró el pasado año con una cuota de mercado del 3% en el mercado español. El director general de ŠKODA en España, Fidel Jiménez de Parga, expresó su satisfacción por estos resultados y ratificó que en el medio plazo ŠKODA ambiciona situarse entre las diez marcas más vendidas de España.

En concreto, las matriculaciones de ŠKODA en España se elevaron durante el pasado año a cerca de 26.500 unidades, lo que representa un fuerte crecimiento del 16,6% respecto al ejercicio precedente, frente al aumento del 1% del conjunto del mercado nacional. ŠKODA logró situar sus entregas incluso por encima de los niveles previos a la pandemia.

Con estas cifras, la cuota de penetración de ŠKODA en el mercado español se situó el pasado año ligeramente por encima del 3% por primera vez en su historia, y continúa la senda de crecimiento sostenido registrada en los últimos ejercicios.

Además, el exitoso lanzamiento del ENYAQ iV permitió a la firma checa duplicar sus ventas de vehículos eléctricos puros (BEV), mientras que las matriculaciones de los híbridos enchufables (PHEV) SUPERB y OCTAVIA también duplicaron la cifra de 2020.

Los modelos con mayor éxito de ŠKODA el pasado año en el mercado español fueron los SUV KAMIQ Y KAROQ, con 7.685 y 5.138 matriculaciones, respectivamente. En el caso del KAMIQ, destaca especialmente su crecimiento del 82% respecto a 2020. El FABIA, cuya cuarta generación se ha lanzado recientemente al mercado, completa el pódium de ventas de la marca con 5.000 unidades.

El director general de ŠKODA en España, Fidel Jiménez de Parga, expresó su satisfacción por los resultados obtenidos, en un año muy complejo debido a la falta de producción disponible por la crisis de los semiconductores y al impacto de la pandemia. Asimismo, elogió el “extraordinario” trabajo de la red comercial, que, según datos provisionales, cerró el año con una rentabilidad superior al 1,5%, muy por encima de la media del mercado.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

COMUNICADO DE PRENSA

Jiménez de Parga ratificó que el objetivo de ŠKODA en España es situarse a medio plazo entre las diez marcas más vendidas del mercado y elevar su cuota de penetración hasta el 4%. “Este aumento debe venir acompañado por un crecimiento sostenido de la rentabilidad de la red comercial, que aumentará el número de instalaciones en los próximos años para lograr una mayor capilaridad”, concluyó.

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