

## **Škoda espera cerrar 2023 con un récord de ventas y rentabilidad de la red en el mercado español**

**La red comercial sitúa su rentabilidad en máximos históricos con un 3,3%, en el año del lanzamiento del modelo de agencia no genuino**

**El director general de Škoda en España, Fidel Jiménez de Parga: “Seguimos con nuestro plan para aumentar la cuota hasta el 5% y entrar en el top ten”**

**Madrid, 14 de noviembre de 2023 – Škoda prevé cerrar este año con más de 30.000 matriculaciones en el mercado español, lo que representa un crecimiento superior al 30% en comparación con 2022 y un récord para la firma checa. Al mismo tiempo, la red comercial concluirá el presente ejercicio con un máximo histórico de rentabilidad del 3,3%.**

Así lo anunció hoy en un encuentro con los medios de comunicación el director general de Škoda España, Fidel Jiménez de Parga, quien explicó que de esta forma se superará el anterior récord de entregas de la marca, que databa de 2018. “Entonces teníamos un mercado total de 1,3 millones de unidades, por lo que superar el récord con un mercado que ha perdido casi un tercio de su tamaño tiene especial relevancia”, enfatizó.

Por otro lado, Jiménez de Parga puso en valor los extraordinarios resultados de la red comercial durante 2023, con una rentabilidad en el entorno del 3,3%, en términos de beneficio antes de impuestos sobre facturación. Este dato es especialmente significativo en el año del lanzamiento del modelo de agencia no genuino para eléctricos y flotas.

“Seguimos trabajando junto con nuestros concesionarios para dar respuesta a las nuevas necesidades de nuestros clientes, integrando de forma consistente los entornos digital y físico, y reduciendo el riesgo comercial y financiero de nuestros socios, algo particularmente importante en el actual entorno de altos tipos de interés”, añadió.

**Objetivo: entrar en el 'top 10' y rentabilidad sostenida**

Škoda España sigue implementando su plan de crecimiento a corto y medio plazo, que establece como objetivo prioritario alcanzar una cuota de penetración del 5% en el mercado español, lo que permitirá a la marca situarse entre las diez más vendidas, manteniendo al mismo tiempo una rentabilidad sostenida de la red comercial.

Fidel Jiménez de Parga ratificó la apuesta por la movilidad eléctrica de Škoda, con el lanzamiento de seis modelos 100% eléctricos en los próximos años, entre los que figura un 'Small BEV' que se producirá en España. "Nos convertimos en una marca 'made in Spain' y eso es una noticia excelente para nosotros", concluyó.

**Para más información:**

Eva Vicente, directora de Comunicación y Relaciones Externas.  
e-mail: [eva.vicente@volkswagengroup.es](mailto:eva.vicente@volkswagengroup.es)

Mariano Collado, jefe de Prensa de Comunicación Corporativa.  
e-mail: [mariano.collado@volkswagengroup.es](mailto:mariano.collado@volkswagengroup.es)