

Škoda Auto obtiene unos sólidos resultados en el primer trimestre y refuerza su posición en el mercado europeo

- › Škoda Auto continúa el éxito del año pasado, con una fuerte rentabilidad sobre las ventas del 8,1% (1T/2023: 8,0%)
- › Las entregas mundiales en el primer trimestre crecen un 5,2%, hasta 220.500 vehículos
- › La cuota de mercado en Europa aumenta hasta un 5,1% (1T/2023: 5,0%), con el mayor crecimiento absoluto de ventas en Alemania (+3.300 unidades), Polonia (+2.000 unidades) e Irlanda (+1.600 unidades)
- › Las ventas del Enyaq totalmente eléctrico aumentan un 12,3%, con elevadas cuotas de mercado de BEV en la República Checa (17,8%), Suiza (7,4%) y Alemania (5,0%)
- › El Octavia sigue siendo el superventas de la marca, seguido del Kamiq, el Fabia y el Karoq

Mladá Boleslav, 2 de mayo de 2024 – Škoda Auto ha comenzado 2024 con unos sólidos resultados financieros y de ventas. La demanda de los modelos del fabricante checo sigue siendo alta: en los tres primeros meses del año, Škoda Auto entregó 220.500 vehículos en todo el mundo (+5,2%), mientras que la cartera de pedidos sigue siendo prometedora. La rentabilidad sobre las ventas (RoS) sigue siendo sólida, del 8,1%. El cash flow neto alcanzó los 457 millones de euros (+10,7%). En el primer trimestre se produjo un modesto descenso de los ingresos por ventas del 3,2%, totalizando 6.574 millones de euros en comparación con el año anterior, con un beneficio de explotación de 535 millones de euros, un 1,3% menos. Esto se debió en parte al aumento de los costes de material. En Alemania, el mayor mercado de Škoda Auto, la empresa entregó 43.500 coches entre enero y marzo, 3.300 unidades más que el año anterior. Esto representa el mayor crecimiento en entregas para la marca en el primer trimestre de 2024. Polonia e Irlanda ocupan el segundo y tercer puesto en crecimiento de ventas. El Octavia sigue siendo el modelo más vendido de la marca, con 61.200 unidades entregadas (+36%). La producción de la versión actualizada comenzó a principios de abril en la planta principal de Mladá Boleslav. Además, el modelo totalmente eléctrico Enyaq registró unas entregas globales de 14.000 unidades, lo que supone un aumento del 12,3% en comparación con el mismo periodo de 2023.

Klaus Zellmer, CEO de Škoda Auto, afirma: "Škoda Auto ha obtenido unos sólidos resultados en el primer trimestre, lo que demuestra una vez más la solidez de su modelo de negocio, basado en productos atractivos y adaptados a la vida diaria de nuestros clientes. Después de los retos de los últimos años, estamos viendo una demanda sostenida de los

clientes y manteniendo nuestra capacidad de entrega. Aunque el futuro es cada vez más eléctrico, nos mantenemos firmes con nuestros modelos con motores de combustión e híbridos, que juntos ofrecen a los clientes la libertad de elegir durante esta era de transición. Esta estrategia centrada en el cliente nos ayudará a aumentar nuestra cuota de mercado en Europa y a crecer en los nuevos mercados internacionales de Asia y Oriente Medio".

Holger Peters, miembro del Comité Ejecutivo responsable de Finanzas, IT y Asuntos Jurídicos de Škoda Auto, afirma: "Después de un año récord en 2023, hemos empezado el primer trimestre de 2024 sobre una base muy sólida. Con un beneficio operativo de 535 millones de euros en los tres primeros meses, hemos logrado mantener nuestro rendimiento en niveles cercanos a los del año anterior, con unos ingresos totales de 6.574 millones de euros. Además, hemos logrado un aumento del 10,7% en el cash flow neto, alcanzando los 457 millones de euros. Estos resultados nos permiten financiar futuras inversiones con nuestros propios recursos. Sólo en el primer trimestre invertimos 443 millones de euros (+2,3%), gran parte de los cuales se destinaron a futuros productos".

Martin Jahn, miembro del Comité Ejecutivo responsable de Ventas y Marketing de Škoda Auto, añade: "Nuestros resultados han sido especialmente buenos en los mercados europeos. Alemania ha liderado la clasificación con el mayor incremento absoluto de ventas, 3.300 unidades. Le siguen muy de cerca Polonia e Irlanda, donde también hemos registrado importantes ganancias de cuota de mercado, acercándonos a la marca del 11% en ambos países. El Octavia sigue siendo nuestro superventas y, al mismo tiempo, nos motiva el creciente interés por nuestra familia de modelos totalmente eléctricos Enyaq. En los tres primeros meses de este año, hemos entregado a los clientes un 12,3% más de modelos Enyaq que en el mismo periodo del año anterior".

Buenos resultados en Europa: aumenta la cuota de mercado global

Škoda Auto aumentó su cuota de mercado global en Europa por encima del 5% en los tres primeros meses del año. Alemania siguió siendo el mayor mercado individual de Škoda Auto en todo el mundo en el primer trimestre de 2024, con 43.500 vehículos entregados. Esto corresponde a un aumento del 8,3% en comparación con el mismo período del año pasado y representa el mayor aumento en cifras absolutas en todo el mundo (+3.325 vehículos). La marca aumentó su cuota de mercado en Alemania en comparación con el año anterior hasta el 6,3% (2023: 6,0%). La República Checa, país de origen de Škoda, es su segundo mercado más fuerte. Allí, el fabricante de automóviles entregó aproximadamente 20.300 vehículos en el primer trimestre de 2024 (+0,5%), manteniendo una clara posición de liderazgo con una cuota de mercado del 35,2%. El Reino Unido es el tercer mayor mercado de Škoda, con unas entregas que aumentaron casi un 9% interanual hasta los 18.400 vehículos de enero a marzo. Los diez principales mercados de la marca en el primer trimestre incluyen también Polonia (15.000 unidades; +15,3%), Turquía (10.200 unidades; +14,5%), Italia (9.600 unidades; +13,7%), Francia (9.200 unidades; +9,6%) y España (8.600 unidades; +18%).

Continúa el éxito de los VE: gran demanda de la familia Enyaq

La familia de modelos totalmente eléctricos Enyaq sigue ganando impulso. Las entregas en todo el mundo aumentaron un 12,3% interanual. En la República Checa, el Enyaq fue el vehículo eléctrico más vendido, con una cuota de mercado del 17,8%. En Alemania, el Enyaq fue el segundo modelo eléctrico más vendido. Registró un aumento de las entregas del 43,7% –el mayor de todos los mercados– y alcanzó una cuota de mercado del 5,0%. El SUV también ocupó la segunda posición en Suiza, con una cuota de mercado del 7,4% entre los vehículos eléctricos. Además, en Finlandia y Lituania, el Enyaq ocupó la tercera posición, con cuotas de mercado del 6,3% y el 6,1%, respectivamente.

Lo mejor de dos mundos: actualizaciones en modelos ICE y estreno de nuevos BEV

En el primer trimestre de 2024, Škoda Auto inició la producción de las versiones actualizadas del Scala, Kamiq y Octavia, así como de la nueva generación del Kodiaq, que también estará disponible como híbrido enchufable con una autonomía eléctrica de más de 100 km.

Paralelamente, el fabricante de automóviles avanza sistemáticamente en su campaña de electrificación. El SUV eléctrico compacto Elroq celebrará su estreno mundial a finales de este año, mientras que el SUV urbano compacto Škoda Epiq entrará en los mercados en 2026. En marzo, el fabricante checo presentó un boceto de diseño del modelo BEV más asequible de Škoda, con un precio de unos 25.000 euros.

Škoda Auto Group¹⁾ - Comparación trimestral de cifras clave, de enero a marzo 2024/2023²⁾:

		2024	2023	Variación en %
Entregas a clientes	coches	220.500	209.600	+5,2
Entegras a clientes excl. China	coches	216.700	203.600	+6,4
Producción ³⁾	coches	278.500	266.600	+4,5
Ventas ⁴⁾	coches	268.400	275.300	-2,5
Ingresos por ventas	€/millón	6.574	6.794	-3,2
Beneficio operativo	€/millón	535	542	-1,3
Rentabilidad sobre las ventas	%	8,1	8,0	
Inversión en activos tangibles	€/millón	443	433	+2,3
Cash flow neto	€/millón	457	413	+10,7

¹⁾ Škoda Auto Group comprende Škoda Auto a.s., Škoda Auto Slovensko s.r.o., Škoda Auto Deutschland GmbH, Škoda Auto Volkswagen India Private Ltd. y, hasta mayo de 2023, también incluye OOO Volkswagen Group Rus, cuyos resultados financieros se incluyen hasta entonces.

²⁾ Desviación porcentual calculada a partir de cifras no redondeadas.

³⁾ Incluye la producción en Škoda Auto Group, excluyendo la producción en las plantas de montaje asociadas en China, Eslovaquia y Alemania, pero incluidas otras del Grupo como SEAT, VW y Audi; la producción de vehículos excluyendo los kits de piezas/completos.

⁴⁾ Incluye las ventas de Škoda Auto Group a empresas distribuidoras, incluyendo otras marcas del Grupo como SEAT, VW, Audi, Porsche y Lamborghini; ventas de vehículos excluyendo kits de piezas/completos.

Entregas mundiales en el primer trimestre del año por región de mercado seleccionada

Región de mercado	Entregas de enero a marzo de 2024 (Entregas 1T 2023 / variación en %)	
Europa Occidental	127.700 vehículos	(118.400 vehículos; +7,9%)
Alemania (mayor mercado mundial)	43.500 vehículos	(40.200 vehículos; +8,3%)
Europa Central	46.300 vehículos	(42.600 vehículos; +8,6%)
República Checa (Mercado nacional)	20.300 vehículos	(20.200 vehículos; +0,5%)
Europa del Este excluyendo Rusia	11.000 vehículos	(8.900 vehículos; +23,2%)
China	3.800 vehículos	(6.000 vehículos; -36,6%)
India	7.900 vehículos	(11.900 vehículos; -33,8%)
Total (En todo el mundo)	220.500 vehículos	(209.600 vehículos; +5,2%)

Entregas de la marca Škoda a clientes en el primer trimestre de 2024**(en unidades, redondeadas, listadas por modelo; +/- en % respecto al año anterior):**

Škoda Octavia	(61.200; +36,0%)
Škoda Kamiq	(28.600; -11,5%)
Škoda Fabia	(27.600; +8,2%)
Škoda Karoq	(27.600; +7,9%)
Škoda Kodiaq	(24.400; -7,8%)
Škoda Scala	(15.100; +6,7%)
Škoda Superb	(14.100; -10,4%)
Škoda Enyaq	(14.000; +12,3%)
Škoda Kushaq	(4.300; -32,5%)
Škoda Slavia	(3.700; -17,0%)

Contacto

Tomáš Kotera

Head of Corporate and
Internal Communications

T +420 730 862 725

tomas.kotera@skoda-auto.cz

Pavel Jína

Spokesperson for Sales, Finance and
International Markets

T +420 731 297 064

pavel.jina@skoda-auto.cz

Škoda Auto

- › Está liderando la nueva década con éxito a través de la estrategia NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030
- › Aspira a convertirse en una de las cinco marcas que genera más ventas en Europa antes de 2030, con una atractiva gama de modelos en los segmentos de entrada y otros modelos eléctricos.
- › Se está convirtiendo en la principal marca europea en los mercados clave de crecimiento como la India, el Norte de África, Vietnam y la ASEAN.
- › Ofrece actualmente a sus clientes once modelos de turismos: los modelos FABIA, SCALA, OCTAVIA y SUPERB, así como los modelos KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ, ENYAQ COUPÉ, SLAVIA y KUSHAQ.
- › Vendió más de 866.000 vehículos a clientes de todo el mundo en 2023.
- › Forma parte del Grupo Volkswagen desde hace 30 años. El Grupo Volkswagen es uno de los fabricantes de vehículos más exitosos del mundo.
- › Forma parte del grupo de marcas CORE -la fusión organizativa de las marcas de volumen del Grupo Volkswagen- para lograr un crecimiento conjunto y aumentar significativamente la eficiencia global de las cinco marcas de volumen
- › Fabrica y desarrolla de forma independiente no solo vehículos, sino también componentes como sistemas de baterías MEB, motores y transmisiones en asociación con el Grupo.
- › Opera en tres centros en la República Checa; adicionalmente con capacidad de producción en China, Eslovaquia y en la India, principalmente a través de asociaciones del Grupo, así como en Ucrania con un socio local.
- › Proporciona empleo a más de 40.000 personas a nivel mundial y está presente en unos 100 mercados.