

Mazda continúa su historia de éxito y crecerá un 20% en 2016

- La marca se consolida como la de mayor crecimiento en España por segundo año consecutivo
- España, tercer mercado por volumen y crecimiento en Europa
- Diseño, tecnología avanzada y satisfacción de cliente, claves del éxito

Madrid, 3 de mayo de 2016. Mazda continúa registrando en España tasas de crecimiento de dos dígitos por tercer año consecutivo y se confirma como el tercer mercado europeo por volumen y crecimiento. También creció su facturación, que alcanzó este año fiscal los 377,1 millones de euros, con un incremento del 40%. Tras consolidarse como la marca de mayor crecimiento del mercado español en 2014 y 2015*, el fabricante japonés planea vender en 2016 más de 18.000 unidades, lo que supone un 20% de incremento con respecto al año anterior, muy por encima del 5% de crecimiento previsto para el mercado. En cuanto a cuota de mercado, Mazda espera alcanzar el 1,68%, superando en 2 décimas la cuota récord conseguida en 2015, una cifra que alcanzaría el 2,50% en el mercado de particulares, donde la marca concentra la mayor parte de su negocio.

En palabras de su presidente y consejero delegado, José María Terol, "Mazda está evolucionando muy positivamente, con un crecimiento sostenido en el tiempo. Planeamos crecer en volumen un 20% este año y continuar incrementando la rentabilidad de nuestra red de concesionarios, que en el último trimestre de 2015 se situó en un 2,2%, cifra superior a la rentabilidad media de los concesionarios españoles". La red actual, que cuenta en España con 61 concesionarios y 81 puntos de venta, se encuentra actualmente inmersa en un proceso de renovación de su imagen corporativa. "Estamos viviendo una historia de éxito gracias al diseño distintivo y a la tecnología ultraeficiente presente en toda nuestra nueva gama de modelos, además de un enfoque claro hacia la satisfacción de cliente", apuntó Terol.

Precisamente, y tras un año 2015 en el que Mazda ha presentado cinco nuevos modelos, la

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España S.A



marca continuará apostando por estos tres pilares como ejes fundamentales de crecimiento: en primer lugar el diseño KODO, merecedor de numerosos elogios y premios de reconocimiento internacional, como los tres recientes premios Red Dot y el World Car Design of the Year otorgado al nuevo Mazda MX-5; en segundo lugar, la tecnología ultraeficiente SKYACTIV, que apuesta por desarrollos de ingeniería alternativos que le han convertido en un referente de la industria en materia de seguridad activa y pasiva, además de cumplir con el objetivo que se marcó la marca a comienzos de la década: conseguir consumos de diésel en sus coches de gasolina y de híbrido en sus modelos diésel. En definitiva, un alto nivel de eficiencia en condiciones de conducción real, hecho que se ve refrendado por organismos como la EPA estadounidense, que ha señalado a Mazda como marca más eficiente por tercer año consecutivo. Y por último, la mejora continua de la experiencia de cliente, que pasa por una renovación de imagen de la red de concesionarios y por ofrecer un servicio diferenciador e individualizado, adaptado a sus necesidades y a las características de su vehículo, en línea con los principios de la marca nipona. Esta estrategia de mejora ha permitido aumentar en más de 20 puntos porcentuales la satisfacción de los clientes durante los últimos dos años, hasta situarse en más de un 90%**.

Para lograr sus objetivos, Mazda cuenta también con valores tan sólidos como su ya tradicional fiabilidad, reconocida por prestigiosos organismos como J.D Power, la OCU o Consumer Reports, o sus valores residuales líderes en cada segmento. Como colofón, el Mazda MX-5 se alzó con el premio 2016 World Car of the Year, un galardón que supone también un reconocimiento al esfuerzo realizado por Mazda a todos los niveles con el lanzamiento de su nueva gama de modelos.

En Europa, la marca de Hiroshima creció durante el último año fiscal un 27% hasta alcanzar las 232.000 unidades***, cifra que supuso un 15% sobre el total de ventas mundiales. Para 2016, se estima que sus ventas en el Viejo Continente aumenten un 3% hasta situarse en las 239.000 unidades.

A nivel global, Mazda vendió 1.534.000 vehículos, un 10% más que el año fiscal anterior, logrando su tercer año récord consecutivo en beneficio de explotación, con 1.710 millones de euros****, una cifra superior en un 12% a la alcanzada el año anterior, mientras que el beneficio neto se situó en 1.010 millones de euros, un 15% menos. La compañía ha anunciado

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España S.A



un dividendo de fin de año de 15 yenes, lo que sitúa el total anual en 30 yenes. La previsión de Mazda para el próximo año fiscal pasa por incrementar sus ventas hasta las 1.550.000 unidades,

* Marcas con ventas superiores a las 10.000 unidades

**Fuente: CEMI. Satisfacción general de clientes (área ventas)

***Datos correspondientes al año fiscal, comprendido entre el 1 de abril de 2015 y el 31 de marzo de 2016

****Los valores en euros se han calculado a razón de 1 euro = 133 yenes para el año fiscal 2015-2016.

###

Para más información:

Natalia García
Directora de comunicación
Telf. 914185468/80
ngarcia@mazdaeur.com

Manuel Rivas
Jefe de prensa
Telf. 914185450/80
mrivas@mazdaeur.com

Web de prensa: www.mazda-press.es
Web oficial: www.mazda.es
Facebook: www.facebook.com/MazdaES
Twitter: [@MazdaEspana](https://twitter.com/MazdaEspana)

Mazda Motor Corporation, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con unas ventas de 1,4 millones de unidades, fabrica en quince plantas. Mazda cuenta con seis centros de I+D y está presente en más de 100 países con casi 41.000 empleados y acumula cerca de 1.200 premios desde el año 2002.

Mazda Automóviles España, S.A., empresa fundada en marzo de 2000 y con sede en Madrid (España), es la filial de Mazda Motor Corporation en España y actualmente distribuye ocho modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3, Mazda CX-5 y Mazda CX-9, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 47 empleados.

zoom-zoom