

Mazda consolida su crecimiento sostenido con una evolución positiva del 20% en 2016

La marca se encuentra a la vanguardia en las tendencias de la industria: su gama SUV representó un 36% de sus ventas y su mix de ventas es ya de un 54% en motores gasolina

Madrid, 17 de enero de 2016. Mazda Automóviles España cerró 2016 con unas ventas totales de 18.275 unidades, lo que supuso un 20% de incremento con respecto al año anterior y 9 puntos más que el mercado, que creció un 11%. La marca japonesa continúa así registrando una evolución positiva por cuarto año consecutivo anotándose un récord de cuota del 2.2% en el mercado de particulares y consolidándose como el tercer mercado europeo de Mazda, tras Alemania y Reino Unido.

Mazda aprovecha las dos tendencias principales del mercado: el crecimiento del segmento SUV y el de las ventas de los vehículos con motorizaciones gasolina. En este sentido, Mazda destacó en el mercado SUV con una cuota de un 4%, alzándose con el puesto noveno en el mercado de particulares, donde concentra cerca del 80% de su negocio. En concreto, los modelos Mazda CX-5 y Mazda CX-3 superaron conjuntamente las 11.000 unidades, es decir, un 36% de sus ventas. En cuanto a la propensión general del mercado hacia un incremento en las ventas de motores de gasolina, se ha visto también ampliamente superada por Mazda, que en 2016 vendió casi 10.000 unidades de este tipo de motorización y creció un 57%, mientras que el mercado lo hizo en un 27%.

En palabras del consejero delegado y presidente de Mazda Automóviles España, José María Terol, *“Mazda es una alternativa inteligente a las marcas premium, ya que ofrece una experiencia única al cliente a través de vehículos desarrollados pensando en el ser humano, que poseen un diseño distintivo, una funcionalidad excepcional y un gran comportamiento dinámico. Pero además de ofrecer una tecnología y diseño premium, Mazda es una marca con una relación precio-calidad excelente”*.

Terol ha destacado como prioridades de la marca por un lado *“el enfoque claro de la marca en la rentabilidad de la red de concesionarios”*, y por otro, *“nos hemos marcado el objetivo de*

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



convertirnos en una de las tres marcas líderes en satisfacción de cliente y fidelización. Queremos pasar de ser un fabricante de coches a ser un proveedor de experiencias excepcionales e individualizadas a la medida de cada cliente, y por ello hemos puesto en marcha iniciativas de fidelización, formación de nuestros concesionarios y empleados o la creación del puesto de director de experiencia del cliente y fidelización". Esta estrategia ha permitido a Mazda aumentar sustancialmente la satisfacción de sus clientes en la venta y en la posventa durante los últimos cuatro años.

En esa misma línea de crecimiento y excelencia en el servicio, la red de concesionarios, que actualmente cuenta con 59 concesionarios y 82 puntos de venta, ha cerrado el año con unas cifras de rentabilidad positivas; un 1,7% de rentabilidad sobre facturación y un 3,6% en el caso de los 25 mejores concesionarios de Mazda, y ha completado casi en su totalidad la mejora en la calidad de sus instalaciones a través de la renovación de la imagen corporativa que inició el año pasado.

En cuanto al objetivo de ventas para el año 2017, Mazda pronostica un año de estabilidad, con un crecimiento moderado del mercado de un 5% hasta 1.200.000 unidades y en el que estima vender 18.500 unidades aproximadamente. La marca tiene en cuenta varios factores para dicho pronóstico: una incertidumbre marcada por un entorno económico y político global muy complejo y el lanzamiento de su nuevo Mazda CX-5, su "best seller", a mediados del año.

El nuevo Mazda CX-5 será el paso intermedio hacia la nueva generación de Mazda. Incorporará un diseño y acabados más refinados y mejoras en seguridad, insonorización y confort. Además tiene previsto continuar renovando su gama, con la incorporación del Mazda MX-5 RF, su descapotable deportivo con techo duro retráctil, y el lanzamiento de una serie especial del Mazda CX-3.

Será a finales del 2018 cuando llegará su nueva generación de modelos SKYACTIV, en la que Mazda pretende mejorar en un 30% la eficiencia de sus modelos, así como hacer evolucionar su exitoso diseño KODO. En 2019, un año antes de cumplir su centenario, la marca incorporará un modelo eléctrico a su gama y dos años después, será el turno de los híbridos enchufables.



NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.

Mazda ha sido nombrada en 2016, por cuarto año consecutivo, la marca más eficiente en USA por la EPA, sin contar con un modelo híbrido o eléctrico en su gama actual en dicho mercado.

En Europa, Mazda ha experimentado por cuarto año consecutivo un crecimiento de dos dígitos, con un 12% en 2016, prácticamente el doble que el mercado, que tuvo un incremento del 6%. La marca de Hiroshima situó sus ventas en casi 240.000 unidades, alcanzando una cuota de mercado del 1,5%. Los modelos SUV siguen siendo los más vendidos en Europa, con el Mazda CX-5 a la cabeza, seguido del Mazda CX-3; entre ambos, suman casi la mitad de la facturación en la región.

###

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 seis modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3 y Mazda CX-5, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 50 empleados.

ZOOM-ZOOM