



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA

Mazda es la marca que más creció en 2019

Registra un año récord en su historia
y apuesta por mantener su cuota de mercado en el 2020

Madrid, 15 de enero de 2020. Mazda es la marca que más creció en 2019 entre las veinte marcas más vendidas del mercado español. La compañía ha registrado el mejor año de su historia en volumen de ventas en España, al lograr 23.160 unidades en 2019, lo que supone un crecimiento del 8,4% con respecto al año anterior y 13 puntos más que el mercado, que sufrió una caída del 4,8%. También ha sido un año de récord de cuota de mercado para la marca de Hiroshima, que ha alcanzado un 1,8%.

La marca se consolida así con un crecimiento sostenido del 403% en el periodo 2012-2019, desde el lanzamiento de la actual generación de producto en el año 2012 y que se caracteriza por el exitoso lenguaje de diseño KODO y el lanzamiento del conjunto de innovadoras tecnologías englobadas bajo la denominación SKYACTIV y que incluyen todos los motores gasolina y diésel, transmisiones manuales y automáticas y dos nuevas plataformas.

En el canal de particulares, donde concentra la mayor parte de su negocio, Mazda logró igualmente récord histórico, con unas ventas superiores a los 18.058 vehículos, un 6,2% más que el año anterior, y una cuota del 3% en este canal, en un mercado que cayó un 11%.

Por modelos, los SUV Mazda CX-5 y Mazda CX-3 (con cuotas del 35,4% y 26,9%, respectivamente) han sido los modelos más vendidos de la marca, seguidos por el compacto Mazda3 (18%), el urbano Mazda2 (7,6%), el nuevo SUV Mazda CX-30 (6,2%), la berlina Mazda6 (3,2%) y el roadster Mazda MX-5 (2,5%), que ha sido el deportivo más vendido del mercado.

En opinión de José María Terol, Consejero Delegado de Mazda Automóviles España, *“hemos finalizado un año récord, gracias sobre todo al lanzamiento exitoso de nuestros dos modelos de la nueva generación, el Mazda3 y el Mazda CX-30, que incorporan un diseño KODO evolucionado, así como la revolucionaria tecnología SKYACTIV-X en combinación con el sistema de hibridación Mazda M Hybrid ofreciendo menores emisiones y que nos permite conseguir la etiqueta ECO. Estamos convencidos de que ambos modelos incrementarán sus ventas en España en 2020”*. Asimismo, Terol



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA

destaca la incertidumbre presente en el año 2020, y añade *“estimamos un mercado a la baja parecido al del pasado año y en Mazda nos planteamos mantener nuestra cuota de mercado impulsados por nuestros modelos electrificados, que representarán un 72% de nuestras ventas, situando a Mazda a la vanguardia del mercado en este aspecto”*.

En línea con el objetivo de reducir emisiones, Mazda cuenta este año con otras importantes novedades, entre ellas la comercialización este mes de enero del Mazda2 2020, donde destaca la incorporación del sistema Mazda M Hybrid, que reduce notablemente las emisiones y le otorga la etiqueta ECO. El resto de la gama se someterá también a renovaciones estéticas, técnicas y de equipamiento durante los próximos doce meses, que permitirán reducciones de consumo significativas en los Mazda CX-3 y Mazda CX-5. El otro enfoque dentro de su estrategia es la seguridad, donde la marca ya alcanza los máximos niveles en esta materia. Adelantándose dos años a la normativa legal europea que obligará en el 2021 a la incorporación de serie de la frenada automática de emergencia en todos los vehículos nuevos, Mazda ya ofrece este sistema en el 99.8% de su gama actual. Este objetivo queda también demostrado en las recientes pruebas más rigurosas de seguridad, Euro NCAP, en las que el Mazda CX-30 obtuvo cinco estrellas y un excepcional 99% en la categoría de ocupantes adultos, primera vez que se consigue este dato con la máxima puntuación posible.

Pero no será hasta el segundo semestre cuando Mazda presente su primer coche eléctrico, el Mazda MX-30, un modelo eminentemente urbano para aquellos clientes que recorren entre 40 y 70 Km diarios en la ciudad. Además de un innovador diseño Kodo, el modelo cuenta con unas sorprendentes puertas *freestyle*, utiliza materiales sostenibles en su interior como el corcho y monta una batería de litio de 35,5 KWh del sistema e-Skyactiv que le proporciona una autonomía de aproximadamente 200 km¹. Su ingeniería de desarrollo se concreta en el sistema e-Skyactiv, que también busca ofrecer una conducción lo más natural posible y el mismo placer de conducción *Jinba Ittai* que el resto de los modelos de la gama. El Mazda MX-30 supone un vehículo decisivo dentro del plan estratégico “Mazda Zoom Zoom Sostenible 2030”, cuyo planteamiento es el de ofrecer múltiples soluciones tecnológicas ultra eficientes para cubrir las necesidades de los clientes en cada región y reducir las emisiones reales de CO₂ a lo largo de todo el ciclo de vida de sus vehículos en un promedio del 50% para el año 2030 y del 90% en 2050².

¹ Ciclo WLTP europeo

² En comparación con las cifras de 2010



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA

###

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 1,6 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 68 empleados.
