



## Creció un 17% en 2006 y planea superar las 20.000 unidades en 2007

### **MAZDA SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS MARCAS CON MEJOR TRAYECTORIA DE CRECIMIENTO EN ESPAÑA**

**Madrid, 16 de enero de 2007; - Mazda registró en 2006 una cifra récord de ventas, 18.566 matriculaciones, que representó un crecimiento del 17% en comparación con el año anterior y un 3% por encima de su previsión. La trayectoria de Mazda, que viene arrojando crecimientos anuales de dos dígitos desde hace seis años, demuestra su consolidación como una de las marcas de mayor evolución positiva en España. En 2007, la marca proseguirá esa línea ascendente y se ha marcado el objetivo de vender 20.400 unidades, que supondría un crecimiento del 10% sobre el año anterior.**

Para el fin de su año fiscal, que abarca de abril de 2006 a marzo de 2007, Mazda espera vender 18.850 coches en España, anotando un crecimiento del 11% con respecto al ejercicio fiscal anterior. Por otra parte, la marca nipona prevé arrojar una facturación cerca de 347 millones de euros este año fiscal, que supondrá un crecimiento del 14% en comparación con el ejercicio anterior.

La trayectoria de Mazda ha sido muy satisfactoria y consistente. En seis años, la marca nipona ha triplicado sus ventas y su red de concesionarios. Las claves de este crecimiento las resume en cinco: primero, su gama de productos con el lanzamiento de nueve nuevos modelos; segundo, una red de concesionarios sólida y rentable con una cobertura territorial cercana al 100%, hoy cuenta con 80 concesiones y 100 puntos de venta; tercero, el aumento del conocimiento de la marca debido a la comunicación de sus atributos de diseño distintivo, comportamiento dinámico y funcionalidad interior excepcional junto con puestos de liderazgo en materia de fiabilidad y calidad; en cuarto lugar, el alto nivel de satisfacción de cliente que se ha visto reforzado por la apertura de un almacén de recambios en Guadalajara para asegurar un servicio aún más rápido; y por último, el alto grado de eficiencia conseguido por la marca a través de la utilización de herramientas y procesos de predicción punteros en el mercado.

Estas mismas claves de crecimiento servirán de pivote para conseguir crecer un 10% en este año y superar las 20.000 unidades. La marca planea lanzar tres novedades al mercado: para el primer semestre una motorización superior para su modelo más vendido, el Mazda3 con motor diesel "common rail" de 143cv, y para la segunda mitad del año los nuevos Mazda2 y todo camino, Mazda CX-7. Según su Presidente y Consejero Delegado, José María Terol, "tenemos una gran oportunidad de crecimiento en segmentos como el de utilitarios o el de todo terrenos donde nuestra presencia ha sido hasta ahora muy pequeña. Sin duda, las novedades de este año supondrán un nuevo punto de inflexión para continuar una trayectoria creciente y seguir consolidándonos en el mercado".

Por su parte, Mazda en Europa también alcanzó una cifra muy satisfactoria de ventas en 2006 con 300.000 matriculaciones, registrando un crecimiento de un 13% más que en 2005.

\*\*\*\*\*

Para más información:

Natalia García – Directora de Comunicación / [ngarcia9@mazdaeurope.com](mailto:ngarcia9@mazdaeurope.com)

Manuel Rivas – Jefe de Prensa / [mrivasru@mazdaeurope.com](mailto:mrivasru@mazdaeurope.com)

Tel.: 91 4185450-68 / Fax: 91 4185479/ Web medios: <http://www.mazda-press-spain.com>  
(portal español) y <http://www.mazda-press.com> (portal europeo)

***Mazda Motor Corporation**, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con una capacidad de producción por encima del millón de unidades, que fabrica en tres plantas propias y en 19 lugares en el mundo. Mazda cuenta con cinco centros de I+D y está presente en 142 países con 35.700 empleados.*

***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 siete modelos en el mercado español: Mazda2 (sub-compacto), Mazda3 (compacto), Mazda5 (monovolumen compacto), Mazda6 (berlina), MX-5 (descapotable), RX-8 (deportivo) y BT-50 (pick up), cubriendo así prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 50 empleados.*