



La cuota de Mazda en ventas a particulares alcanzó una cifra récord,
al situarse en un 2,2 por ciento

Mazda concluye su año fiscal con récord de cuota de mercado

Madrid, 29 de abril de 2009. Mazda Automóviles España ha concluido su año fiscal – que va del 1 de abril de 2008 al 31 de marzo de 2009 – con cifras récord de cuota de mercado en España.

La marca japonesa ha conseguido una cifra récord de penetración en ventas de turismos dentro del mercado total, en concreto un 1,5 por ciento, lo que supone un 0,3 por ciento más con respecto a la cifra obtenida en el año fiscal anterior. El resultado obtenido es aún mejor en el mercado de particulares, donde Mazda ha logrado una cuota récord de penetración en ventas de turismos que asciende al 2,2 por ciento, medio punto más que la cuota del periodo anterior. Esta ganancia en el mercado de turismos, en el que Mazda concentra el 97 por ciento de su negocio, se debe principalmente al crecimiento de ventas de los nuevos modelos Mazda2 y Mazda6, así como a un menor decrecimiento de la marca en comparación con la industria durante el año pasado.

Para 2009, Mazda se ha marcado como objetivo adaptarse a las nuevas necesidades de compra del cliente, y para ello ha trazado un plan que ofrece ayudas directas a la compra y la posventa con descuentos en taller, mejoras en la financiación y una mayor competitividad en la relación equipamiento-precio de sus productos, que se verán renovados con consumos más contenidos y menores emisiones.

Ante el cambio de hábitos de consumo experimentado en los últimos meses por los clientes, Ignacio Beamud, Consejero Delegado de Mazda Automóviles España, señala:

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



"Queremos demostrar al cliente que estamos de su lado, y para ello hemos puesto en marcha acciones concretas que le ayuden a mantener su vehículo actual o a financiar la compra de uno nuevo". El objetivo es, en su opinión, "conservar nuestra parcela en el sector conseguida gracias a siete años de continuo crecimiento sostenido por una gama de productos muy atractiva, que se ha hecho un hueco en el segmento semi-premium del mercado. Estoy seguro que este plan, junto con la fiabilidad y eficiencia de nuestros productos y la confianza que han depositado nuestros clientes en Mazda, nos llevarán al cumplimiento de nuestro objetivo".

Mientras tanto, los resultados de Mazda Motor Europe durante este año fiscal se han mantenido al alza, a pesar de las duras condiciones del mercado durante los últimos meses. Mazda vendió en Europa 324.600 unidades durante el periodo comprendido entre abril de 2008 y marzo de 2009, lo que supone la segunda mayor cifra alcanzada en la historia de la marca en Europa, y únicamente un 1,3 por ciento inferior al resultado obtenido el pasado año. La marca japonesa incrementó también su cuota de mercado dentro del mercado de turismos hasta situarse en el 2,0 por ciento, lo que supone un 0,2 por ciento más en comparación con el anterior año fiscal. En total, siete países europeos lograron cifras récord de ventas o de cuota de mercado durante este periodo.

###

Para más información:
Natalia García
Directora de Comunicación
Telf: 914185468
ngarcia9@mazdaeurope.com

Manuel Rivas
Jefe de Prensa
Telf. 914185450
mrivasru@mazdaeurope.com

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



Web de prensa: www.mazda-press-spain.com

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 ocho modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano elegido Coche del Año en el Mundo 2008), Mazda3 (compacto), Mazda5 (monovolumen compacto), Mazda6 (berlina), MX-5 (descapotable), RX-8 (deportivo), Mazda CX-7 (todocamino) y BT-50 (pick up), junto con su modelo de altas prestaciones Mazda3 MPS, cubriendo así prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 51 empleados.

Zoom-Zoom