



Los conductores españoles siguen prefiriendo el motor de combustión interna

- El enfoque de múltiples soluciones de Mazda combina el motor de combustión interna con las más recientes tecnologías de electrificación

Madrid, 13 de febrero de 2018. Más del 60 % de los conductores españoles ven un futuro positivo para los motores de gasolina y diésel, según un nuevo estudio publicado por Mazda. El estudio Mazda Driver Project (Proyecto de conductores de Mazda) –encargado junto con Ipsos MORI– preguntó a 11.008 personas de los principales mercados europeos, y de media el 58 % creen que *“todavía quedan mucha innovación y mejoras por delante para los motores de gasolina y diésel”*; la cifra alcanza el 65 % en Polonia y supera el 60 % en Alemania y Suecia.

Los resultados generales demuestran que los consumidores no comparten necesariamente la visión de muchos organismos de que no hay lugar para el motor de combustión interna en el futuro de los automóviles.

Esto también queda demostrado por el hecho de que el 31 % de los conductores *“esperan que los vehículos diésel sigan existiendo”* a pesar de que los vehículos eléctricos sean cada vez más comunes, un porcentaje que llega al 58 % en Polonia; mientras tanto, un promedio del 33 % de los conductores indicaron que, a mismo coste de mantenimiento que un vehículo eléctrico, *“preferirían una vehículo de gasolina/diésel”*; en Italia, hasta el 54 % expresó esa opinión.

A pesar de la popularidad que van adquiriendo los vehículos autónomos, solo el 33 % de los conductores *“tienen ganas de que lleguen los automóviles autónomos”*, un número que baja hasta el 25 % en Francia y en Holanda; en este contexto, Mazda sigue siendo progresando en el desarrollo de prestaciones de seguridad avanzada y en el sistema Mazda Co-Pilot, que emplea tecnologías de conducción autónoma para que los conductores estén más tranquilos al volante. Aunque pueda resultar sorprendente, no hay prácticamente ninguna prueba de un mayor apoyo a los vehículos autónomos entre las franjas de edad más jóvenes de toda Europa.

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



Estos resultados coinciden con el impulso por parte de Mazda de su visión Zoom-Zoom sostenible 2030 de combinar lo mejor de los motores de combustión interna con las tecnologías de electrificación más eficientes. Un eje central de sus aspiraciones es el sistema SKYACTIV-X, el primer motor de gasolina comercial del mundo que usa la ignición por compresión; este nuevo motor conjuga las ventajas de los motores de gasolina y diésel para conseguir unos niveles excepcionales de respeto al medio ambiente, potencia y aceleración.

Jeff Guyton, presidente y consejero delegado de Mazda Motor Europe, declaró: *“Los resultados del estudio son fascinantes. La razón principal de ser de la campaña Drive Together, que hace tiempo que impulsamos, es celebrar el auténtico placer de conducir, y parece que los conductores europeos ven un largo camino por delante para el motor de combustión interna; estamos haciendo todo lo posible para que ese camino ofrezca una experiencia aún mejor a los conductores de todo el mundo”*.

“Recientemente presentamos ‘Zoom-Zoom sostenible 2030’, nuestra visión a largo plazo del desarrollo tecnológico. En ella, detallamos cómo nos proponemos utilizar el placer de conducir para ayudar a resolver problemas que afectan a las personas, el planeta y la sociedad. En el caso de los gases de efecto invernadero, creemos que es preciso aplicar la solución adecuada en el momento oportuno. Para nosotros, eso significa adoptar una perspectiva desde la extracción hasta el consumo, y en ese sentido la oferta más racional que existe en la actualidad es una combinación de motores de combustión interna y dispositivos eléctricos que tenga en cuenta la situación energética y los métodos de generación eléctrica de cada mercado. En este contexto, tenemos la determinación de perfeccionar el motor de combustión interna”.

“Mientras intentamos desarrollar nuevas tecnologías, seguiremos poniendo al conductor en el centro de todo lo que hacemos y centrándonos en el vínculo entre el vehículo y el conductor. Es lo que denominamos Jinba Ittai, que es la locución japonesa empleada para describir la armonía perfecta entre un arquero montado y su caballo. Esa es la filosofía antropocéntrica que guía todo lo que hacemos y que nos ayuda a crear vehículos que acerquen más al conductor y su vehículo”.

“Nuestra aspiración es una sociedad motorizada sin accidentes tráfico. Para hacerla posible, hay tres claves principales. En primer lugar, continuaremos avanzando en nuestros fundamentos de



NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.

seguridad en toda la gama: la posición de conducción, la disposición de los pedales, visibilidad y nuestro Head Up Display En segundo lugar, seguiremos desarrollando, poniendo al día y montando de serie múltiples prestaciones de seguridad avanzadas, como el Control del ángulo muerto. Por último, tenemos la intención de que el sistema Mazda Co-Pilot, que utiliza tecnologías de conducción autónoma para que los conductores puedan disfrutar al volante sin preocupaciones, vaya equipado de serie en 2025”.

Mazda cree que conducir es una habilidad que la gente no quiere perder. Es una actividad que puede ser apasionante al tiempo que funcional, y a mucha gente le gustaría que se conservara para las generaciones futuras. Esa sensación se pone claramente de manifiesto en los resultados del estudio, que apuntaban a una importante conexión emocional entre el vehículo y el conductor. Así, por ejemplo, una media del 69 % de los conductores *“esperan que las generaciones futuras sigan teniendo la opción de conducir automóviles”*; la cifra llega al 74 % en Polonia y supera el 70 % en el Reino Unido, Alemania, Francia y Suecia.

* Nota técnica: Los datos del estudio de consumo llevado a cabo por Ipsos MORI se derivan de una encuesta realizada a 11.008 adultos de 11 mercados europeos, con al menos 1.000 entrevistas en cada uno. Todas las entrevistas fueron realizadas entre el 7 y el 22 de septiembre de 2017. Los resultados de la encuesta de consumo se ponderan en función de las proporciones demográficas conocidas de los adultos de cada país, por edad, sexo y región de origen.

###

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)

ZOOM-ZOOM

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



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.