



NOTA DE PRENSA – MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Mazda es la quinta marca mejor valorada por sus concesionarios en el estudio VCON 2024

- Los concesionarios de Mazda le otorgan una puntuación de 8,7 sobre 10 a la marca nipona.
- Destaca como una de las marcas más rentables en España, duplicando la media del mercado.

Madrid, 12 de marzo de 2025. Mazda se posiciona como la quinta marca mejor valorada por los concesionarios en España, con una puntuación de 8,7 sobre 10 según el estudio VCON 2024, presentado en el reciente Congreso de Faconauto 2025. Este informe recoge la opinión de 502 concesionarios sobre factores clave como la confianza en la dirección estratégica de las marcas, el modelo de colaboración y la rentabilidad de las operaciones.

La firma japonesa destaca por ser una de las más rentables del sector, consolidando su modelo de negocio basado en la confianza y el apoyo a su red comercial. Uno de los datos más relevantes del estudio es la alta rentabilidad que Mazda ofrece a sus concesionarios en el mercado español. Mientras la rentabilidad media del sector se sitúa en un 0,9% (SNAP-ON, 2024), los concesionarios de Mazda alcanzan una rentabilidad destacada del 2,1%, duplicando la media de la industria. Además, el 40% de su red alcanza una rentabilidad del 4%, consolidando a la marca como una de las más rentables del sector.

Este reconocimiento en el ranking VCON del pasado año y la sólida rentabilidad de su red comercial son el fruto de la firme estrategia de Mazda en su orientación al cliente con servicios premium y su enfoque hacia la rentabilidad de sus concesionarios.

Por otra parte, la percepción de los concesionarios sobre la evolución del negocio también es positiva. El informe destaca que un porcentaje creciente de empresarios confía en que el valor de su concesión aumentará en los próximos meses, la salubridad de la red Mazda en el país. Este optimismo se ve reforzado por los próximos lanzamientos importantes, como el esperado Mazda6e, un vehículo totalmente eléctrico que contribuirá a consolidar la apuesta de la marca por la sostenibilidad y la innovación, dentro de su estrategia de Multisolución de distintas tecnologías eficientes para satisfacer a los clientes donde se encuentren.

Mazda, con una red que cuenta con 64 concesionarios y 92 puntos de venta en toda España, respalda esta evolución en el servicio.

###



NOTA DE PRENSA – MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Para más información:

Natalia García

Directora de Marketing y Comunicación

Telf. 91 418 54 80 / 609 260 632

ngarcia@mazdaeur.com

Juan Antonio Moya

Manager de prensa

Telf. 91 418 54 80 / 616 455 295

jmoya@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)

Instagram: [@mazdaespana](https://www.instagram.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 más de un millón doscientas mil unidades, que fabrica en diez plantas. Mazda cuenta con cinco centros de I+D, está presente en más de 130 países con casi 50.000 empleados y acumula cerca de 1.500 premios desde el año 2002.

Mazda Automóviles España, S.A., empresa fundada en marzo de 2000 y con sede en Madrid, con más de 50 empleados, es la filial de Mazda Motor Corporation en España y actualmente distribuye once modelos en el mercado español: Mazda2 y Mazda2 Hybrid (utilitario), Mazda3 (compacto), el icónico Mazda MX-5 en versión ST o RF (roadster descapotable), gama todo camino (SUV): Mazda CX-80 (PHEV y diésel hibridado), Mazda CX-60 (PHEV y diésel hibridado), Mazda CX-5, Mazda CX-30 y además, el Mazda MX-30 R-EV con motor rotativo como generador eléctrico. Ofreciendo múltiples soluciones tecnológicas diseñadas para para satisfacer al cliente donde se encuentre.