

NOTIKIA

AMDK Y KIA MOTORS MÉXICO



**ELON MUSK LIBERA LAS PATENTES PARA QUE
TODOS PUEDAN FABRICAR AUTOS SUSTENTABLES**

1

PRIMER AIRBAG

2

DE COLISIÓN MÚLTIPLE

**KIA LLEGA A LAS 500 MIL
UNIDADES FABRICADAS EN MÉXICO**

3

"La información aquí publicada fue revisada por el comité editorial de la Asociación Mexicana de Distribuidores Kia A.C. y no expresa ni representa las opiniones o posturas de la asociación o sus miembros."

[f AMDKDistribuidoreskia](#) [t AMDKDealersKIA](#) [i AMDKDistribuidoreskia](#) [in AMDK](#)

[/ASOCIACIÓN MEXICANA DE DISTRIBUIDORES KIA Ac](#) <http://amd.k.mx/>

Todos los derechos reservados, prohibida su reproducción total o parcial

CAMBIOS EN KMM EN SU ESQUEMA ORGANIZACIONAL

Gracias al constante crecimiento y actual éxito de KIA Motors en México, desde su llegada hace poco más de tres años, se realizaron los siguientes cambios organizacionales en sus oficinas de la Ciudad de México.

David Omar García Valles, con más de 15 años de carrera en el sector automotriz y quién se desempeñó por más de 3 años como Gerente Nacional de Ventas en KIA, es nombrado Director de Ventas; en su nueva posición, continuará desarrollando estrategias comerciales, planeación y operación comercial, así mismo, impulsará KIA Finance, KIA Konfidence y el desarrollo de la red de Distribuidores.

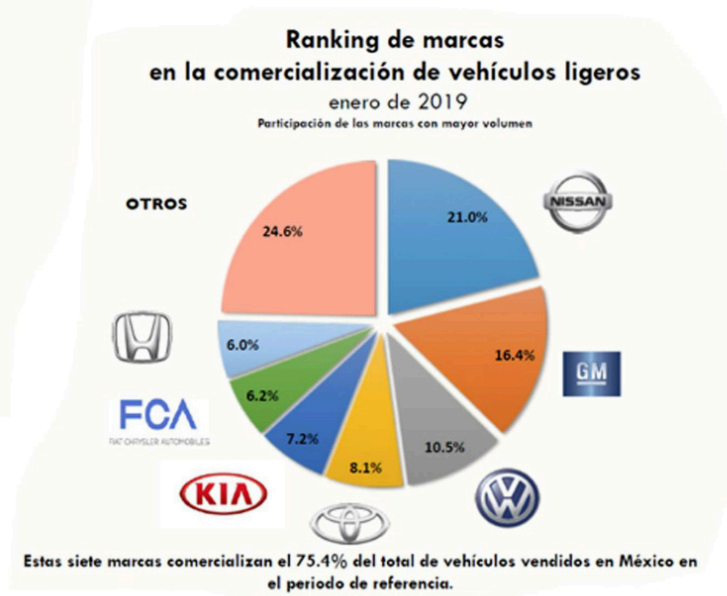
De origen italiano y con más de 10 años de trayectoria en la industria automotriz, Daniel Bengio ha demostrado ser especialista en estrategia de negocios y comunicación, por tal motivo, a unos meses de haberse incorporado al equipo de KIA Motors México como Gerente de Mercadotecnia, asume el cargo de Gerente Nacional de Mercadotecnia, donde será responsable también del área de Producto y Relaciones Públicas.

Alejandro Medina Vargas, con más de 9 años de trayectoria en la industria, logrando la apertura de 89 Distribuidores KIA, asume el cargo y nuevo reto como Gerente Nacional de Postventa. Alejandro se encargará de la evaluación, gestión y mejora de los programas de post venta y calidad de nuestro servicio al cliente.

Para KIA Motors México es importante contar con profesionales en la industria, nuestro equipo es muy valioso, reconocemos su esfuerzo y trayectoria donde sus aportaciones y experiencia contribuyen ampliamente al crecimiento de la marca.

Atentamente,

Horacio Chavez
Managing Director
KIA Motors México



Reporte de venta de vehículos ligeros nuevos por marca en enero de 2019

Ciudad de México a 6 de febrero de 2019.- Con base en la información publicada por el INEGI, la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) difunde el reporte de venta total de vehículos ligeros nuevos por marca. Es de destacar que dichas cifras están sujetas a modificaciones por periodo de revisión de cifras históricas por parte de algunas marcas.

RESUMEN VENTA MENUDEO** mes de ENERO de 2019 vs. 2018

| GRUPO | SUBGRUPO | ENERO | | Dif % 19/18 |
|-------------------|------------|----------------|----------------|-------------|
| | | 2019 | 2018 | |
| ACURA | | 158 | 162 | -2.5% |
| BMW | | 1,653 | 1,638 | 0.9% |
| BAIC | | 363 | N.D. | - |
| FCA MÉXICO | | 6,712 | 7,514 | -10.7% |
| FORD MOTOR | | 5,008 | 6,408 | -21.8% |
| GENERAL MOTORS | | 18,222 | 8,807 | 106.9% |
| HONDA | | 6,948 | 8,381 | -17.1% |
| HYUNDAI | | 3,710 | 3,805 | -2.5% |
| INFINITI | | 131 | 189 | -30.7% |
| ISUZU | | 82 | 97 | -15.5% |
| JAGUAR | | 31 | 30 | 3.3% |
| KIA | | 8,010 | 7,930 | 1.0% |
| LAND ROVER | | 139 | 62 | 124.2% |
| LINCOLN | | 137 | 185 | -25.9% |
| MAZDA | | 5,122 | 4,728 | 8.3% |
| MERCEDES BENZ* | | 1,277 | 1,178 | 8.4% |
| MINI | | 470 | 486 | -3.3% |
| NISSAN | | 23,315 | 26,406 | -11.3% |
| PEUGEOT | | 879 | 840 | 4.6% |
| RENAULT | | 2,325 | 2,318 | 0.7% |
| SMART | | 15 | 79 | -81.0% |
| SUBARU | | 84 | 101 | -16.8% |
| SUZUKI | | 2,386 | 1,904 | 25.3% |
| TOYOTA | | 8,964 | 9,274 | -3.3% |
| VOLKSWAGEN | | 14,920 | 16,514 | -9.7% |
| | AUDI | 816 | 1,203 | -32.2% |
| | PORSCHE | 152 | 131 | 16.0% |
| | SEAT | 2,292 | 1,858 | 23.4% |
| | VOLKSWAGEN | 11,660 | 13,322 | -12.5% |
| VOLVO | | 140 | 109 | 28.4% |
| ENERO 2019 | | 111,211 | 109,145 | 1.9% |
| ENERO 2018 | | 109,145 | | |
| Variación | | 1.9% | | |
| Diferencia | | 2,066 | | |

*Mercedes-Benz no proporciona información de camiones ligeros, a partir de noviembre 2012.



VENTAS DE AUTOS SE **RECUPERAN**, SECTOR AUTOMOTOR ROMPE LA RACHA NEGATIVA

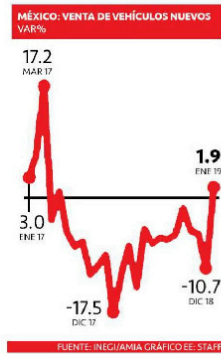
En enero pasado, las ventas de automóviles nuevos crecieron 1.9% a 111,212 unidades, reportó el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). Desde mayo del 2017, el indicador no presentaba cifras positivas, con lo que los distribuidores del sector automotor rompieron así una racha negativa de 19 meses.

A pesar de que el comportamiento es positivo, la evolución de la variable es resultado de un efecto de registro estadístico, pues el volumen de ventas de General Motors (GM) se duplicó, principalmente porque el año pasado fue subestimado por cambios en el método de contabilización.

La llamada gigante de Detroit aumentó sus ventas 107% en enero del 2019 respecto a igual mes del 2018, con la colocación de 18,222 unidades contra 8,807 unidades. La cifra de venta en el 2019 es menor en 1% comparada a la registrada en el 2017, con 18,410 autos.

DISCRETA RECUPERACIÓN

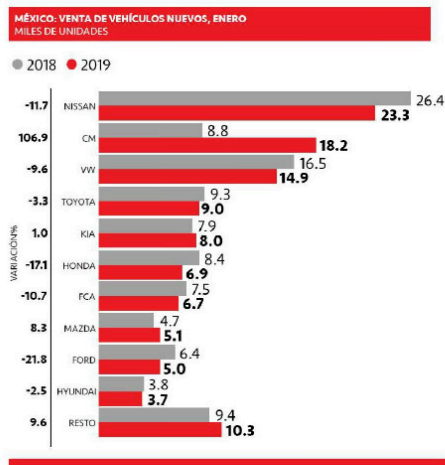
Tras 19 meses de caída, la variable logró recuperarse y logra por primera vez un crecimiento desde mayo del 2017



A través de su registro administrativo de la industria automotriz de unidades ligeras, el Inegi refirió que la industria vendió 2,067 vehículos más respecto a enero del año pasado, cuando se comercializó 109,145 unidades.

A pesar de que hubo una mejoría en las ventas, la cifra es menor respecto a enero del 2017 y del 2016. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), la perspectiva Negativa se mantendrá para el 2019, como lo indica el resultado de la mayoría de los participantes en el mercado durante el primer mes del año. Durante enero, de las 30 marcas que distribuyen vehículos en México, sólo 12 obtuvieron resultados positivos.

Guillermo Rosales, Director de la AMDA, precisó en un comentario que otro factor que influye en el resultado positivo de enero pasado son las ventas retrasadas en la franja fronteriza durante los últimos meses del 2018, derivado de "la espera del programa de estímulo fiscal anunciado por el nuevo gobierno para disminuir la tasa del Impuesto al Valor Agregado de 16% a 8%, con lo que se retomó el ritmo de comercialización en la franja fronteriza durante la última semana del mes, después del farragoso trámite de inscripción al programa diseñado por el SAT".



FUENTE: <https://www.economista.com.mx/empresas/Ventas-de-autos-se-recuperan-por-efecto-de-conteo-de-GM-20190206-0079.html>



PRIMER SISTEMA DE BOLSAS DE AIRE DE COLISIÓN MÚLTIPLE



Con el fin de elevar la seguridad de los automovilistas y pasajeros, Hyundai Motor Group se ha dado la tarea de desarrollar el primer sistema de bolsas de aire de colisión múltiple.

Gracias a esta tecnología es posible mejorar de manera significativa el rendimiento de las bolsas de aire en accidentes en los que el impacto primario es seguido por colisiones con objetos secundarios, como árboles, postes eléctricos u otros vehículos.

Hasta al día de hoy, los sistemas de bolsas de aire actuales no ofrecían protección secundaria cuando el impacto inicial es insuficiente para hacer que se desplieguen. Sin embargo, el sistema de bolsas de aire de colisión múltiple creado por Hyundai permite que las bolsas de aire se desplieguen de manera efectiva en un impacto secundario al calibrar el estado del vehículo y los ocupantes.

Básicamente, esta nueva tecnología detecta la posición de los ocupantes tras una colisión inicial. Cuando los pasajeros se ven obligados a ocupar posiciones inusuales, este sistema está diseñado para desplegarse aún más rápido cuando los sistemas de seguridad iniciales pueden no ser efectivos, lo que brinda protección adicional a todos los ocupantes que son más vulnerables.

Según las estadísticas del National Automotive Sampling System Crashworthiness Data System (NASS-CDS), una oficina de la Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en Carreteras (NHTSA) de Estados Unidos, aproximadamente el 30 por ciento de los 56,000 accidentes de vehículos registrados entre 2000 y 2012 fueron afectados por las mencionadas colisiones múltiples.

Conforme a los registros, los principales accidentes de colisión múltiple fueron aquellos en los que el automóvil rebasó la línea central (30.8 por ciento), seguidos de los causados por una parada repentina en peajes de autopistas (13.5 por ciento), colisiones en las barreras de contención de autopistas (8 por ciento) y, por último, deslizamiento lateral y colisión con árboles y postes eléctricos (4 por ciento).

Una vez desarrollado este sistema de airbag de colisión múltiple, Hyundai Motor Group lo implementará en un futuro próximo en los nuevos vehículos Hyundai y KIA.

FUENTE: KIA MOTORS MÉXICO



#VIDEO

15 DE FEBRERO DEL 2019 | NOTIKIA | AÑO 3 NO.37

#VIDEO



KIA

en el mundo

KIA MOTORS SE UNE AL FENÓMENO K-POP BLACKPINK

- KIA será el patrocinador principal de la Gira Mundial 2019 de BLACKPINK.
- La marca hace alianza con el grupo de chicas con mayor número de suscripciones en YouTube para establecer una conexión más cercana con generaciones jóvenes.
- KIA ofrecerá actividades experienciales, incluido el evento Send off en giras mundiales que incluyen siete ciudades de Asia.

KIA Motors Corporation anuncia su nueva asociación con el grupo de K-Pop, BLACKPINK, como patrocinador de la Gira Mundial 2019 del grupo.

BLACKPINK es un espectáculo multinacional de cuatro miembros que hizo su debut en 2016 bajo los auspicios de K-Pop YG Entertainment, y hoy tiene el canal de YouTube de grupos musicales formados por mujeres con mayor número de suscripciones en el mundo.

Con esta alianza, KIA está buscando establecer una conexión cercana con la generación más joven, a través de una nueva campaña de divulgación inspirada en el K-Pop. Como patrocinador de la primera gira mundial del grupo, KIA realizará una serie de eventos experienciales, dando a los fanáticos locales la oportunidad de conocer a sus estrellas favoritas de K-Pop cara a cara. El World Tour se realiza a partir de enero de 2019 a escala mundial, incluidas siete ciudades de Asia, como Bangkok, Hong Kong y Singapur.

KIA planea atraer a los clientes a través de las campañas de los canales SNS y ofrecer oportunidades exclusivas para participar en eventos de buena voluntad durante los cuales, los aficionados pueden reunirse con miembros de BLACKPINK en persona y recibir regalos como CD autografiados.

KIA también proporcionará los vehículos necesarios para apoyar a BLACKPINK durante la Gira Mundial y presentará a KIA Stinger junto a BLACKPINK en videos promocionales especiales. La marca también operará puestos de exhibición especiales en cada parada del calendario del tour, donde exhibirá sus vehículos más nuevos y presentará zonas exclusivas de fotos para una experiencia más atractiva.

Yong-Won Cho, jefe de mercadotecnia de KMC comentó:

2019 WORLD TOUR with KIA
BLACKPINK
IN YOUR AREA



"KIA se encuentra junto al K-Pop como una de las exportaciones globales de Corea más exitosas, y BLACKPINK es la mancuerna perfecta para nuestra marca. BLACKPINK es uno de los espectáculos musicales más dinámicos, con estilo y populares en el mundo y esta asociación le da a KIA una plataforma única para interactuar con una audiencia joven y moderna en varios de nuestros mercados de crecimiento y volumen más importantes".

El Sr. Yong-Won Cho añadió: **"Si bien KIA es bien conocida por sus iniciativas de patrocinio deportivo, involucrarse con la cultura popular ayudará a la marca a maximizar aún más nuestra exposición a una generación más joven. Nuestras alianzas con el K-Pop, permitirán a los fanáticos de la música experimentar la calidad y el diseño de nuestros autos y disfrutar de la tecnología de vanguardia que ofrecen."**

La alianza con BLACKPINK es la primera de una serie de colaboraciones que KIA anunciará con las superestrellas del K-Pop este año, ya que la marca busca comprometerse con los fanáticos de la música.

KIA creará una cuenta de Instagram (@KIA_onbeat) especial y una nueva plataforma digital para notificar a los usuarios de KIA y a los fanáticos globales del K-Pop sobre nuevos contenidos y titulares de la industria musical coreana, la de mayor crecimiento en el mundo. Estos canales ofrecerán acceso exclusivo a contenido realizado entre los artistas de KIA y K-Pop y serán el primer lugar para escuchar sobre varios eventos promocionales para los fanáticos.

Fuente: KIA MOTORS MÉXICO



KIA

en el mundo



KIA MOTORS ES PATROCINADOR DEL CAMPEONATO EUROPEO DE LA LEAGUE OF LEGENDS

- KIA se convierte en el socio principal del Campeonato Europeo de League of Legends.
- La marca coreana se compromete con los aficionados a competencias por medio de contenidos digitales con la participación de los jugadores y comentaristas más prominentes de League of Legends.

KIA Motors acaba de anunciar su primera incursión en esports, la arena de competencia de videojuegos, al convertirse en el primer patrocinador del Campeonato Europeo de League of Legends (por las siglas en inglés LEC).

El patrocinio de KIA para LEC, es el más reciente esfuerzo de una marca con gran experiencia en el establecimiento de conexiones muy estrechas con las generaciones más jóvenes de usuarios de automóviles. Como patrocinador principal del campeonato, KIA lanzó un nuevo video llamado "Ready to Play", creado en colaboración con algunos de los comentaristas o casters más conocidos de LEC. En este corto, se puede apreciar cómo Trevor "Quickshot" Henry reúne a un grupo de casters como Romain Bigeard, Indiana "Froskurinn" Black, Daniel "Drakos" Drakos, Aaron "Medic" Chamberlain, y Andrew "Vedius" Day alrededor del volante de un KIA Stinger, para llevarlos hacia el LEC.

KIA creará nuevos contenidos de marketing digital a lo largo de 2019 para captar la atención de los fanáticos, con la participación de destacados jugadores, casters y vehículos KIA. La armadora coreana también tendrá cabinas promocionales durante los eventos, y creará contenido original con el equipo de esports "Fnatic", que ha ganado los campeonatos de League of Legends siete veces, mientras conducen los últimos vehículos KIA.

"KIA es ampliamente reconocida por su patrocinio en los deportes y esta alianza representa otra innovación de mercadotecnia para la marca. De manera paralela con nuestros otros patrocinios deportivos más tradicionales, la participación de KIA en esta arena virtual de competencias, demostrará de qué manera la marca apoya el estilo de vida de las jóvenes generaciones digitales. Nuestro corto inaugural, en el que se hace notar la presencia de los casters de League of Legends más famosos, es la celebración de una nueva y emocionante era para KIA Motors y las competencias digitales y estamos sumamente emocionados de poder ser el socio principal en 2019 del Campeonato Europeo de League of Legends" mencionó Yong Won Cho, CMO de KIA Motors

Alban Dechelotte, director de patrocinios y desarrollo de negocios en Riot Games EU comentó: "Estamos sumamente emocionados de la sociedad con KIA y de haber entrado a la lista de otros prestigiosos eventos y deportes en los que la marca coreana está presente. Al entrar en una nueva era para LEC, que es la más importante en Europa, esperamos trabajar estrechamente con KIA para proporcionar a todos los jugadores de League of Legends de Europa, una experiencia que el dinero no puede comprar."

Lanzado en 2009, League of Legends es un juego de batalla en línea y el más popular del mundo. Los jugadores de League of Legends controlan a los "campeones" y trabajan juntos en equipo mientras luchan por la supremacía sobre el terreno del juego. La LEC representa el estándar de juego League of Legends más alto en Europa, con diez equipos compitiendo en la liga principal.

Al igual que los deportes tradicionales, el LEC es visto por millones de fanáticos comprometidos, siguiendo a través de servicios de transmisión digital a equipos de jugadores profesionales de esports y comentaristas de alto perfil.



KIA

en el mundo



EN EL SUPER BOWL, KIA INICIA UNA NUEVA ETAPA EN ESTADOS UNIDOS

Por décimo año consecutivo, KIA Motors America fue parte del Super Bowl, a través del auspicio publicitario en la apetedida transmisión televisiva. Eso sí, esta vez, la marca coreana optó por un enfoque poco convencional. En lugar del habitual brillo y glamour de las celebridades, KIA usó un spot de 90 segundos para honrar el espíritu de clase trabajadora estadounidense, y reintroducir la marca a través de su nuevo SUV insignia, el Telluride.

La campaña de marketing de 360 grados "Give It Everything" de KIA se lanzó con el anuncio del mismo nombre en el Super Bowl, con un chico joven que proviene de West Point, Georgia, y que dice: "No somos famosos. No hay estrellas en una vereda para nosotros. No hay estatuas en nuestro honor. Somos solo una pequeña ciudad de Georgia de completa incógnita".

Continuó: "Debido a que no somos conocidos por lo que somos, esperamos ser conocidos por lo que hacemos. Lo que construimos". Luego, se vio por primera vez el nuevo Telluride, y la voz en off prosiguió: "no, no somos famosos. Pero somos increíbles. Y hacemos cosas increíbles". El comercial, que se emitió durante el tercer cuarto del juego, terminó con el lema "Give it Everything".

Diseñado en el centro de diseño de KIA en California y ensamblado en Georgia pensando en el mercado estadounidense, el audaz Telluride se producirá por la misma línea de fabricación que el galardonado Sorento, el SUV mediano con mejor clasificación en el estudio de calidad más reciente de JD Power, y prueba de que los vehículos de alta calidad fabricados en Estados Unidos no son solo de Detroit.

Durante años, KIA se mantuvo humilde y algo desapercibida, ya que preparó y perfeccionó cada vehículo en su estrategia por tener un line up de clase mundial. El lema "Give It Everything" destaca el espíritu imparables de KIA para esforzarse más, trabajar de manera más inteligente, construir mejor y trabajar cada detalle, que será parte de todas las campañas de publicidad y marketing de KIA en el futuro. "Hoy marca una nueva dirección para KIA y una que lleva mucho tiempo en desarrollo", dice Saad Chehab, Vicepresidente de Comunicaciones de Marketing de KIA Motors America. "Hemos pasado los últimos más de 10 años mejorando silenciosamente nuestros vehículos al contratar a los mejores diseñadores, ingenieros y trabajadores de la línea de ensamblaje. En otras palabras, 'Giving It Everything'. Y, en lugar de utilizar una celebridad en nuestro anuncio de Super Bowl, elegimos honrar a la gente trabajadora de los Estados Unidos, comenzando con los miles de hombres y mujeres en nuestra planta de fabricación. En KIA, nos sentimos impulsados por un espíritu imparables para esforzarnos más, trabajar más inteligentemente y exigirnos al máximo en cada detalle, y este año nuestro foco de atención brilla en las personas que han desafiado las probabilidades y superado las expectativas. Gente como nosotros."

+Consulta la nota completa [AQUÍ](#)

GIVE IT EVERYTHING



ELON MUSK LIBERA LAS PATENTES PARA QUE TODOS **PUEBAN FABRICAR AUTOS SUSTENTABLES**

Parece que la industria automotriz ya no tiene pretextos para generar automotores amigables con el medio ambiente, que eviten el consumo de hidrocarburos. El creador de Tesla Motors, Elon Musk, ha liberado sus patentes con el objetivo de que entre todos los empresarios de esta industria se tomen acciones reales para combatir el cambio climático, empezando por acelerar la llegada del transporte sustentable, lo cual ha sido siempre la meta de Tesla.

“Si inventamos un camino para la creación de atractivos vehículos eléctricos, pero luego sembramos minas antipersonales de propiedad intelectual detrás de nosotros para ahuyentar a otros, estaríamos actuando de manera contraria a ese propósito” ha declarado Musk.

De acuerdo a la estadística el mercado automotriz fabrica 100 millones de autos al año; estos se suman a los 2 mil millones de autos que ya circulan en el planeta, aproximadamente. Por lo que, es innegable la necesidad que otras compañías, además de Tesla, puedan fabricar automóviles eléctricos para enfrentar las crisis de combustible, razón por la que la empresa de Musk ha aplicado la filosofía de “código abierto” para crecer la oferta en el mercado.

El objetivo es que la movilidad mediante energías limpias, no solo impacte a particulares, sino también a vehículos de servicio y transporte público.



“Si inventamos un camino para la creación de atractivos vehículos eléctricos, pero luego sembramos minas antipersonales de propiedad intelectual detrás de nosotros para ahuyentar a otros, estaríamos actuando de manera contraria a ese propósito”

ha declarado Musk.



¡VISÍTANOS!



AMDKDistribuidoreskia



AMDKDealersKIA



AMDKDistribuidoreskia



AMDK



/ASOCIACIÓN MEXICANA DE DISTRIBUIDORES KIA Ac



<http://amdk.mx/>