

Noti

15 DE DICIEMBRE DE 2022 | NOTIKIAI Año 5 No. 85

De ti, para ti.



FIFA
Qatar
WORLD CUP
Qatar 2022



Movement that inspires

Kia America desata el poder del silencio en la nueva campaña para el Kia más poderoso de todos los tiempos: el EV6 GT

Recibió Samir Mansur Nuñez la Medalla al Mérito AMDA 2022

Modelos Kia reciben premios de JD Power en EU por tener el valor residual más alto

"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 a posturas de la asociación o sus miembros."

 AMDKDistribuidoreskia  AMDKDealersKIA  AMDKDistribuidoreskia  AMDK

 /ASOCIACIÓN MEXICANA DE DISTRIBUIDORES KIA Ac  <http://amdk.mx/>

Todos los derechos reservados, prohibida su reproducción total o parcial

Reporte de venta de vehículos ligeros nuevos por marca en noviembre de 2022

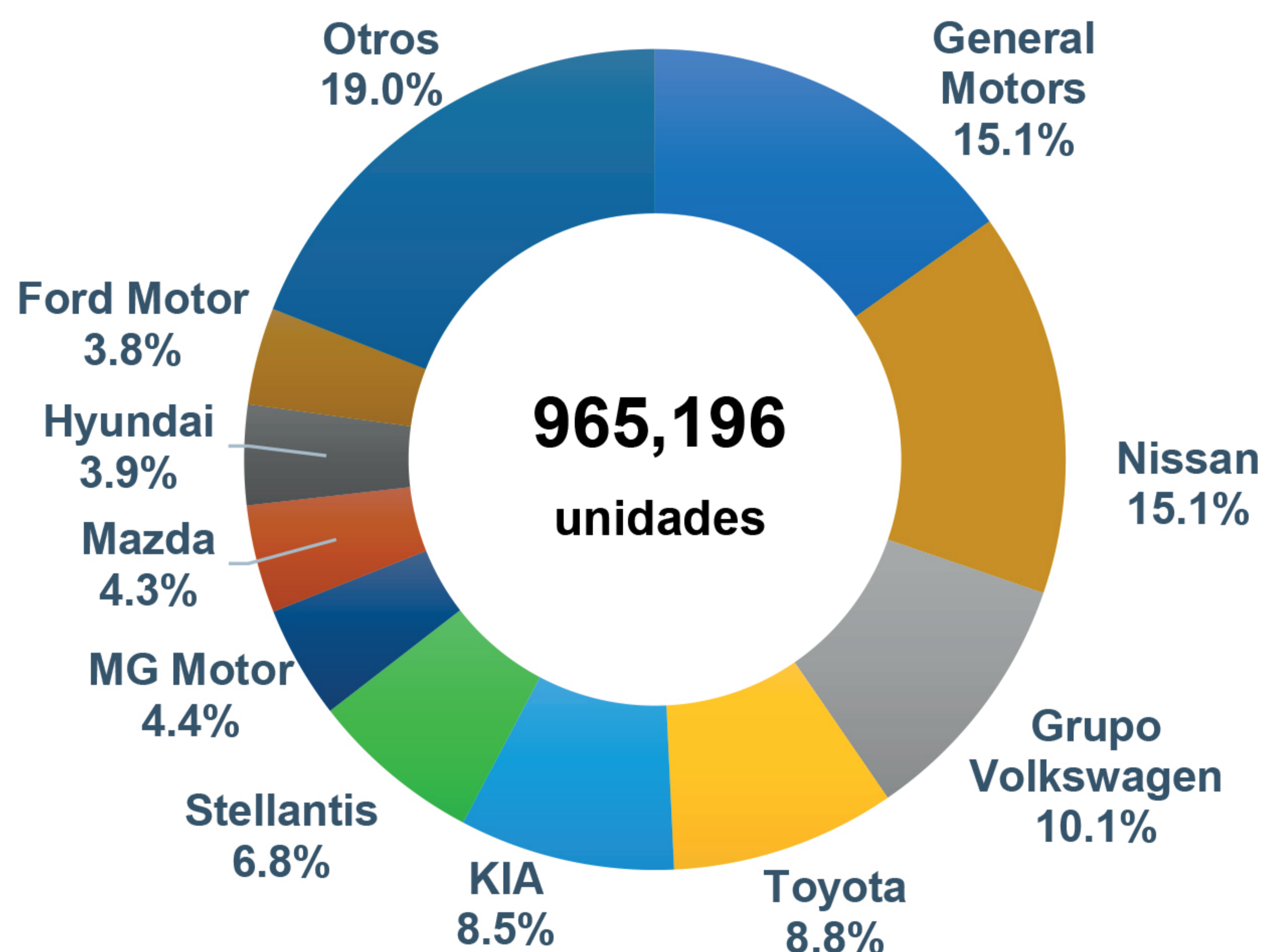
Ciudad de México a 2 de diciembre de 2022.- Con base en la información publicada por el INEGI, la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) y la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) difunden el reporte de venta total de vehículos ligeros nuevos por marca, información que está disponible en el sitio web de cada una de las asociaciones.

www.amda.mx
[@AMDAMX](https://twitter.com/AMDAMX)

www.amia.com.mx
[@AmiaMexico](https://twitter.com/AmiaMexico)

De acuerdo con las cifras publicadas por el INEGI, en noviembre de 2022 la venta de vehículos ligeros nuevos fue de **95,568** unidades, 15.4% mayor al número de unidades comercializadas en noviembre de 2021. En el acumulado enero-noviembre de 2022 se registraron 965,196 vehículos ligeros nuevos vendidos, lo que representa un incremento de 5.2% con respecto a lo reportado durante el mismo periodo de 2021.

Venta de vehículos ligeros, enero-noviembre de 2022



*Nota: Grupo Volkswagen considera Audi, Bentley, Porsche, Seat y Volkswagen.
Stellantis incluye Alfa Romeo, Chrysler, Dodge, Fiat, Jeep, Peugeot y Ram.
Fuente: INEGI – Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.*

Contacto de prensa:

AMIA
- Edelman -
Jocelyn Díaz
jocelyn.diaz@edelman.com
Ana Jiménez
ana.jimenez@edelman.com

AMDA
Mtro. Miguel Angel Camarena
Coordinador de Comunicación
mcamarenar@amda.mx
Tel. (55) 3688-3650 ext. 112
Cel. 55-3400-4276

RESUMEN VENTA MENUDEO
NOVIEMBRE DE 2022 VS. 2021

GRUPO	SUBGRUPO	NOVIEMBRE			ENERO - NOVIEMBRE		
		2022	2021	Dif % 22 / 21	2022	2021	Dif % 22 / 21
Acura		50	30	66.7%	865	813	6.4%
BMW Group ¹		1,450	1,393	4.1%	14,336	15,547	-7.8%
Ford ⁴		3,937	4,314	-8.7%	36,957	35,393	4.4%
General Motors ⁴		14,496	7,651	89.5%	146,217	113,766	28.5%
Honda		3,551	4,050	-12.3%	36,195	39,339	-8.0%
Hyundai		3,966	2,869	38.2%	38,043	33,981	12.0%
Infiniti		76	48	58.3%	763	589	29.5%
Isuzu		152	217	-30.0%	1,463	972	50.5%
JAC		1,518	903	68.1%	14,350	6,952	106.4%
Jaguar		10	6	66.7%	92	111	-17.1%
KIA		7,803	6,800	14.8%	81,789	75,538	8.3%
Land Rover		82	55	49.1%	1,019	960	6.1%
Lexus		217	0	N.C.	1,476	0	N.C.
Lincoln		109	127	-14.2%	1,223	822	48.8%
Mazda		4,123	4,815	-14.4%	41,090	42,195	-2.6%
Mercedes Benz ⁴		1,655	1,239	33.6%	13,922	12,729	9.4%
MG Motor		4,849	2,325	108.6%	42,841	14,138	203.0%
Mitsubishi		2,280	2,126	7.2%	18,157	14,938	21.5%
Motornation ²		700	233	200.4%	5,537	1,729	220.2%
Nissan ⁴		14,235	14,525	-2.0%	145,965	186,485	-21.7%
Renault		5,036	2,871	75.4%	32,692	24,771	32.0%
Stellantis		6,831	4,456	53.3%	65,482	60,077	9.0%
	Alfa Romeo	4	11	-63.6%	104	134	-22.4%
	CDFJR ³	6,308	3,685	71.2%	58,203	49,452	17.7%
	Peugeot	519	760	-31.7%	7,175	10,491	-31.6%
Subaru		211	115	83.5%	1,807	1,799	0.4%
Suzuki		3,098	3,335	-7.1%	35,881	29,260	22.6%
Toyota ⁴		9,374	7,496	25.1%	85,394	80,610	5.9%
Volkswagen ⁴		5,367	10,510	-48.9%	97,870	120,780	-19.0%
	Audi	775	472	64.2%	8,753	8,831	-0.9%
	Bentley	1	0	N.C.	14	14	0.0%
	Porsche	110	86	27.9%	1,216	1,092	11.4%
	SEAT	836	1,562	-46.5%	10,951	19,466	-43.7%
	Volkswagen ⁴	3,645	8,390	-56.6%	76,936	91,377	-15.8%
Volvo		392	320	22.5%	3,770	3,021	24.8%

NOVIEMBRE 2022	95,568	82,829	15.4%	965,196	917,315	5.2%
NOVIEMBRE 2021	82,829					
Variación	15.4%					
Diferencia	12,739					

ENERO - NOVIEMBRE 2022	965,196
ENERO - NOVIEMBRE 2021	917,315
Variación	5.2%
Diferencia	47,881

¹ BMW Group incluye información de BMW y Mini

² Motornation incluye las marcas BAIC, JMC y Changan

³ CDFJR Incluye las marcas Chrysler, Dodge, Fiat, Jeep y Ram

⁴ Se incluyen vehículos comerciales ligeros

N.C. = No calculable

Fuente: INEGI - Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.

Modelos Kia reciben premios de **JD Power en EU** por tener el valor residual más alto



- Telluride, Sportage, K5, Soul y Rio obtienen el reconocimiento de JD Power 2023 US ALG Residual Value Awards por tener el valor residual más alto dentro de sus respectivos segmentos.
- Kia es la marca del mercado masivo que más ha mejorado año tras año.

La semana pasada, Kia consiguió una notable cantidad de premios de JD Power. En total, cinco de sus modelos fueron reconocidos en el estudio de JD Power 2023 US ALG (Automotive Lease Guide) Residual Value Awards.

Las victorias en el segmento de Telluride (SUV medianos con asientos de 3 filas), Sportage (SUV compactos), K5 (Autos medianos), Soul (Micro SUV) y Rio (Autos pequeños), llevaron a Kia a la mayor mejora en un año contra otro en comparación con cualquier marca de mercado masivo en la evaluación que se lleva a cabo anualmente.

“Kia es una marca en movimiento, con más modelos previstos para mantener su valor dentro de sus respectivos segmentos que cualquier otra marca del mercado masivo”, dijo Steven Center, COO y EVP, Kia America. “El valor de reventa es una de las consideraciones de compra más importantes, y desde SUV robustos y capaces hasta sedanes deportivos, los últimos premios JD Power US ALG Residual Value Awards son la última demostración de la fuerza de la gama de productos de Kia”.

Los premios JD Power ALG Residual Value Awards que se entregan en EU son el **estándar de la industria automotriz** en el reconocimiento de modelos de vehículos proyectados para tener el porcentaje más alto del precio de venta sugerido por el fabricante después de un período de propiedad de tres años.

Esta retención de valor es una variable clave en el costo de arrendamiento de un vehículo, lo que subraya el éxito de un fabricante de automóviles en las áreas de calidad y diseño a largo plazo, así como la conveniencia general de las marcas de automóviles y sus modelos.

“El logro de Kia de este año dice mucho sobre lo lejos que ha llegado la marca”, dijo Eric Lyman, vicepresidente de ALG, la división de JD Power reconocida como el punto de referencia de la industria de proyecciones de valor residual automotriz. “El mercado reconoce que Kia tiene una línea de productos muy sólida en términos de diseño, calidad y valores residuales. Kia se ha convertido en una fuerza a tener en cuenta”.

Fuente: KMX

KIA

America

Desata el poder del silencio en la nueva campaña para el Kia más poderoso de todos los tiempos:

El EV6 GT

Kia America presentó recientemente una campaña creativa completamente nueva para el vehículo más poderoso en la historia de la compañía, el Kia EV6 GT totalmente eléctrico de 576 hp. Había que escuchar los vehículos de alto rendimiento del pasado para crearlos, y las campañas que promocionaban estos vehículos a menudo presentaban motores acelerados y sistemas de escape ajustados. Pero esta nueva campaña desarrollada por David&Goliath, la agencia creativa oficial de Kia comunica alto y claro el nuevo mensaje del EV6 GT: el silencio puede ser poderoso.

El spot de 30 segundos, titulado "El silencio es poderoso", presenta a Kris Martin, un experimentado piloto profesional de NASCAR y Le Mans, y, además, seis veces campeón nacional de kart, que tiene problemas de audición. Como defensor, orador motivador e inspiración para la comunidad con discapacidades auditivas, Martin es el ejemplo perfecto de alguien que ha desafiado al statu quo. El comercial comienza con Martin al volante del Kia EV6 GT totalmente eléctrico mientras corre en una pista profesional, toma curvas, acelera en las rectas e incluso driftea. Entre estas secuencias, vemos a Martin solo, mirando a la cámara y usando lenguaje de señas para decir: "No necesito ruido para decirme que algo es rápido" y "Puedo sentir 0-60 mph en 3.4 segundos". El spot cierra con el canto de Martín "Soy sordo desde que nací. Y eso me enseñó una cosa...", lo que lleva al lema del anuncio "El silencio es poderoso".

"El Kia EV6 GT ha establecido un nuevo estándar de rendimiento, especialmente entre los vehículos eléctricos", dijo Russell Wager, vicepresidente de marketing de Kia America. "Ya pasaron los días de motores y aceleraciones ruidosos. El EV6 GT totalmente eléctrico demuestra que no es necesario que anuncies para ilustrar tu poder. En esta nueva era de electrificación, el EV6 GT tiene la confianza para ser silencioso sin perder su derecho a presumir".



El EV6 GT eleva el umbral de rendimiento para la ya de por sí potente línea EV6, con un tren motriz e-AWD de motor dual que envía potencia a las cuatro ruedas. Un paquete de baterías de níquel-cobalto-manganeso (80/10/10) de 77.4 kWh de gran densidad de energía alimenta a un motor de 160 kW montado en la parte delantera, combinado con un motor de 270 kW montado en la parte trasera, que en conjunto producen una potencia combinada de 430 kW (576 hp) y 545 libras-pie. de par. El EV6 GT puede acelerar de 0 a 60 mph en 3.4 segundos a una velocidad máxima de 161 mph [1]. En pruebas realizadas por el organismo independiente AMCI Testing, el EV6 GT superó en aceleración a un Ferrari Roma 2021 y a un Lamborghini Huracán Evo Spyder RWD 2 2021.

"Estamos orgullosos de lanzar esta campaña especial en asociación con Kia y el piloto de carreras profesional Kris Martin", dijo Robert Casillas, director creativo ejecutivo de David Goliath. "Como inspiración para la comunidad sorda y de autos de carreras, queríamos crear un paisaje sonoro único que hiciera que el espectador sintiera cuán poderoso puede ser el silencio".

[1] Los resultados reales pueden variar según las opciones, las condiciones de conducción, los hábitos de conducción y el estado de su vehículo. No se debe intentar la verificación de estos resultados. Conduzca siempre con seguridad y obedezca todas las leyes de tránsito.

[2] Certificación de pruebas AMCI. Según los datos publicados, los competidores MY20 Lamborghini y MY21 Ferrari probados son idénticos a las especificaciones del vehículo MY22.

Recibió Samir Mansur Nuñez la Medalla al Mérito AMDA 2022

Se trata de personas físicas que se desempeñan como accionistas de una o más empresas dedicadas a la distribución automotor, destacando por sus contribuciones en beneficio de este gremio y de las comunidades donde operan.

A propuesta de Asociaciones de Marca y Estatales, y basadas en un profundo análisis de sus carreras empresariales y filantrópicas, el Consejo Directivo de la AMDA resolvió reconocer este año con la Medalla al Mérito AMDA a Samir Mansur Nuñez.

En su más reciente Junta de Consejo, el decano de los expresidentes AMDA Guillermo Prieto Fortún y Guillermo Rosales Zárate, actual presidente ejecutivo, entregaron tal galardón a los distribuidores distinguidos en esta décima cuarta ocasión que se realiza.

Mansur Nuñez es un emprendedor en diferentes sectores empresariales en su natal Coahuila, en la distribución de vehículos es socio y director de Grupo Surman comercializando principalmente las marcas de General Motors, Jaguar, Peugeot, Ford, KIA y BMW, TAMBIÉN ha ocupado varios puestos como Consejero y Presidente en algunas de estas Asociaciones de Marca, además de participar en la propia AMDA y actualmente es Tesorero del comité ejecutivo de la Asociación Mexicana de Distribuidores Kia.

En su actividad social es socio-patrono del Centro Libanés que impulsa campañas en favor del medio ambiente, apoya a otras instituciones sin fines de lucro y ayuda en desastres naturales.

El empresario agradeció a la AMDA y las organizaciones que convocaron su candidatura a este galardón anual como reconocimiento a su trayectoria, destacando la oportunidad de obtenerlo al mismo tiempo que Juan Manuel Arriaga Albarrán y Juan Manuel Diez Francos, "dos grandes empresarios del sector" acotó, además de dar gracias a su familia nuclear y extensa por siempre estar ahí para apoyarlo.

Por último, la AMDA destacó que con esta entrega se llegó a un total de 47 distribuidores reconocidos en vida y post-mortem con esta medalla desde 2007 a la fecha, únicamente con una pausa en el año 2010 debido a la pandemia de salud pública por el virus H1N1 que afectó al país en aquella fecha.



FUENTE: AMDA

Kia Pet

Para Kia México, los animales domésticos, son un ejemplo de la evolución. Se han vuelto capaces de entender nuestra forma de comunicarnos y de leer nuestras emociones, lo que nos ha permitido crear con ellos, vínculos similares a los que construimos con las personas que más queremos, además, nos brindan su amor de forma incondicional por lo que, para muchos, terminan convirtiéndose en un integrante más de la familia.

Quienes han experimentado la partida de su compañero peludo conocen el dolor que trae consigo esta situación. Ya sea por vejez que nuestra mascota se ha ido, por un accidente o porque nos vemos obligados a tomar la decisión de brindarle una muerte digna, esto, no deja de ser un golpe emocional muy fuerte.

Es por ello que Kia Pet en alianza con Proyecto Nenuki, (organización dedicada a la adopción responsable), comparten algunos consejos para ayudarnos a comprender el duelo y hacer más llevadero este proceso:

- Aceptar el dolor y ser honestos con nosotros mismos. Cuando aceptemos que estamos tristes y debemos superar el duelo, todo será más fácil.
- Es de gran apoyo desahogarnos con alguien de confianza. Si sentimos la necesidad de llorar, hagámoslo, es parte del proceso y ayudará a superar la pérdida.
- Expresar nuestros pensamientos con palabras. Esto ayudará a reorganizar nuestros sentimientos e ideas.
- Si se ha tomado la decisión con el veterinario de darle una muerte digna, hay que valorar si estamos preparados para estar presentes, ya que podría ser un momento muy duro, incluso traumático. En caso de que decidamos acompañarlo, llamemos a alguien de confianza para que sea nuestra red de apoyo.

- Es importante decidir dónde deseamos depositar los restos de nuestra mascota. Algunas personas optan por enterrarla en el jardín, otros plantan un árbol con sus cenizas y otros resguardan sus restos en la cripta familiar.
- Despedirnos de nuestra mascota si es necesario para nosotros. Podemos dedicar o escribir algunas palabras o hacerle un homenaje con sus fotos o videos.
- Donar sus objetos preferidos y medicamentos a algún centro de adopción o refugio para que su recuerdo sirva a otros animales menos favorecidos.
- Agradecer su presencia en nuestra vida y aceptar su partida recordando los momentos felices que nos dieron, este es el mejor tributo que podemos brindarle.

Cada mascota es única e irrepetible y no debemos tratar de sustituirla por otra desesperadamente. No es recomendable intentar llenar el vacío de su ausencia teniendo a otra de forma inmediata. Cuando hayamos pasado por una gran parte del duelo y estemos listos, podremos brindar amor y cuidado a otro peludito que busque un hogar.

FUENTE: KMX

Kia México

mantiene paso firme con un crecimiento de 14.8% en noviembre



- Kia México se perfila hacia un cierre de año positivo, consolidando su 4° lugar en el mercado durante el onceavo mes de 2022
- Con 7,803 unidades vendidas, Kia México alcanzó una participación de mercado del 8.2%

Kia México se encamina hacia un cierre de 2022 con resultados favorables, sumando 7,803 unidades vendidas en noviembre, cifra que coloca a la armadora coreana en la 4° posición de la industria con el 8.2% de participación en el mes y el 8.5% en el acumulado del año.

El modelo líder de la marca y orgullosamente hecho en México, Kia Rio, ha colocado en noviembre 4,258 unidades. En segundo lugar, se ubica la SUV que vino a revolucionar su segmento, Seltos con 1,664 unidades vendidas.

A este ranking le sigue Forte con 1,133 vehículos, Soul con 351 y Sorento con su mejor mes en lo que va del año con 303 unidades vendidas en el país.

Entre los logros a destacar se encuentra también el incremento de ventas del 14.8% en comparación al mismo mes de 2021. Este ascenso se ha conseguido gracias a la calidad, diseño y tecnología de los productos Kia, además de la atención brindada a usuarios y nuevos clientes del fabricante en México.



Kia México

fue patrocinador del Festival del Globo 2022 y Kia Poliforum

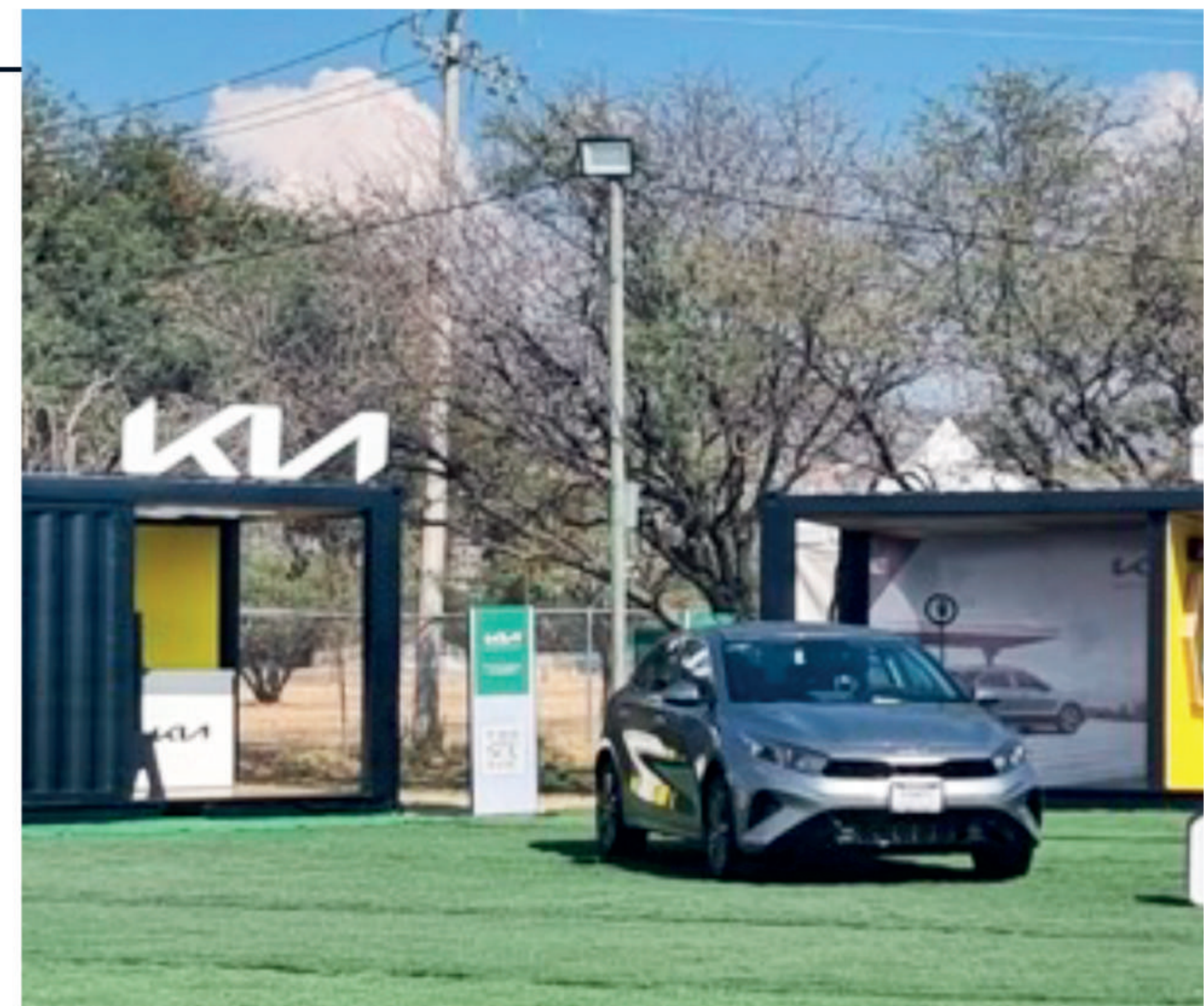
estuvo presente representando a la red de Distribuidores.

Del 18 al 21 de noviembre del presente año, se llevó a cabo el tan esperado Festival Internacional del Globo en la ciudad de León Guanajuato. En esta edición Kia Bajío y Kia Poliforum de Grupo Autocom fueron participantes del magno evento, con inspiration Box en el cual se pudo interactuar con los visitantes, regalar giveaways de la marca y exhibir nuestro Kia Forte HB. Además dentro de los 200 globos que se elevaron por el cielo de la ciudad, estuvo presente un globo de la marca.

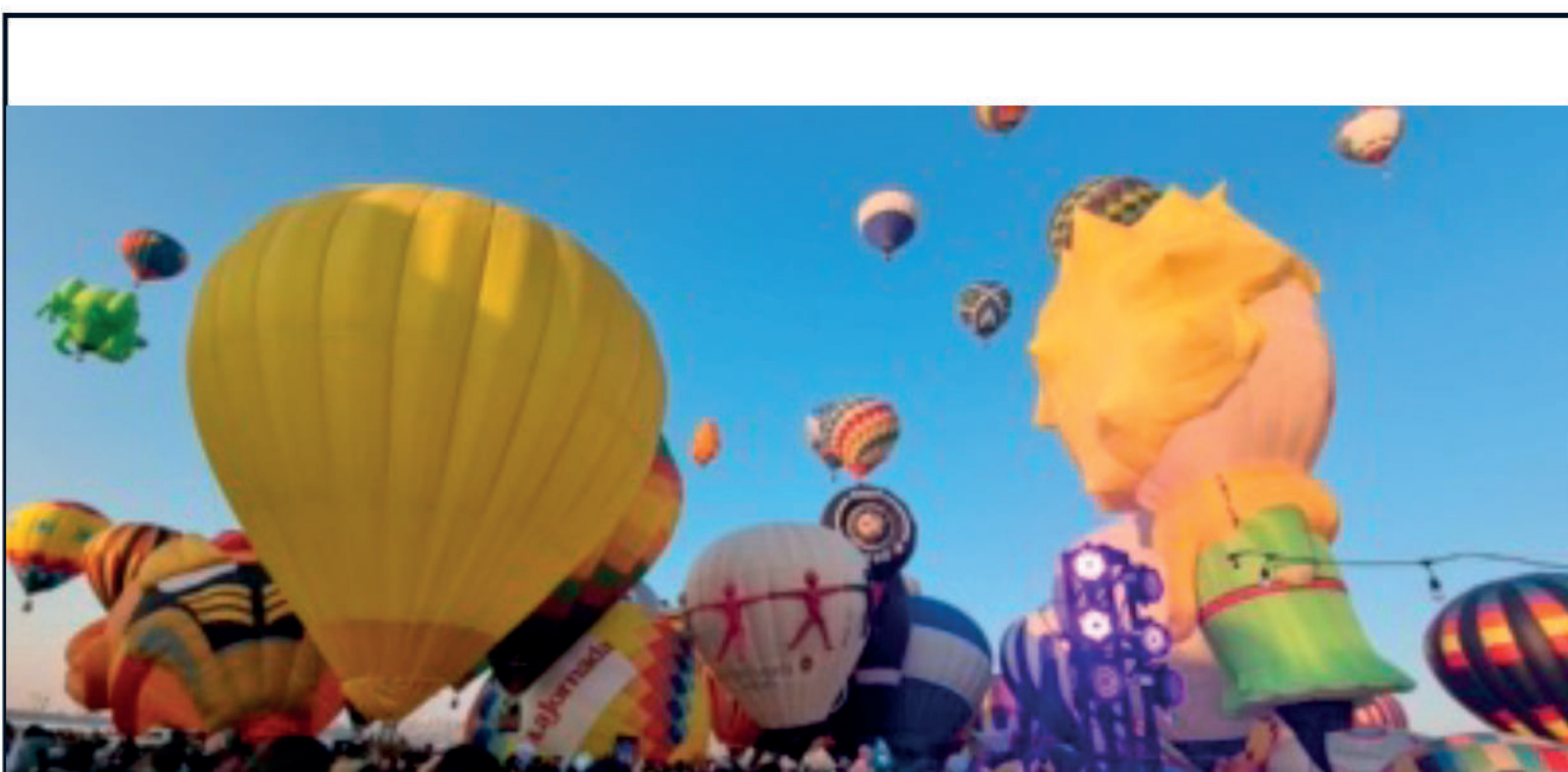
Es un orgullo el poder participar en eventos de esta magnitud y poner en alto a Kia.

Con este patrocinio Kia México está buscando generar engagement con el cliente final, logrando 4,800 nuevos posibles clientes.

Seguiremos invirtiendo en este tipo de eventos incrementando nuestra presencia de marca en las diversas zonas de la república mexicana.



Fuente: Giovanna Lavié, Gerente de Mercadotecnia de grupo Autocom



#Video





Hyundai Motor Group firma un memorando de entendimiento con la autoridad de la ciudad capital de Nusantara para establecer un ecosistema para la movilidad aérea avanzada.

Hyundai Motor Group (grupo al que pertenece Kia) firmó un Memorando de Entendimiento (MoU) con la Autoridad de la Ciudad Capital de Nusantara para establecer un ecosistema de movilidad aérea avanzada (AAM) en Indonesia. El MoU se llevó a cabo durante la cumbre B20 en el Centro de Convenciones Bali Nusa Dua.

A la firma del MoU asistió Jaiwon Shin, presidente y jefe de la División de Movilidad Aérea Avanzada de Hyundai Motor Group, con funcionarios del gobierno de Indonesia, incluido Bambang Susantono, jefe de la Autoridad de la Ciudad Capital de Nusantara.

El MoU tiene como objetivo introducir AAM como parte de un ecosistema de movilidad inteligente en la nueva ciudad capital que Indonesia está trabajando para establecer. HMG planea desarrollar una hoja de ruta y revisar el concepto de movilidad consolidada para tierra y aire mientras lleva a cabo un proyecto de demostración de AAM y vuelos de prueba.

“Implementar movilidad aérea avanzada en Nusantara está en línea con el espíritu de ser un 'laboratorio viviente' en Indonesia, abierto a crear una cultura de nuevo aprendizaje, trabajo y estilo de vida”, dijo Bambang Susantono, director de la Autoridad de la Ciudad Capital de Nusantara. “Valoramos la cooperación de Hyundai Motor Group en el desarrollo de Nusantara como una ciudad inteligente y sostenible”.

Indonesia, que es el mercado de aviación más grande del sudeste asiático, consta de más de 18,000 islas, lo que dificulta el desarrollo del transporte terrestre. Además, existe un movimiento para introducir activamente un ecosistema de movilidad inteligente en el proceso de reubicación de la capital.

El Grupo espera ayudar a mejorar la movilidad de los isleños mediante la construcción eficiente de un ecosistema AAM que utiliza la infraestructura de aviación de alto nivel y las capacidades tecnológicas de Indonesia.

HMG también planea construir un ecosistema AAM global más allá de la región SEA con base a sus logros en Indonesia.

“La visión de implementar AAM es crear un sistema de transporte aéreo seguro, accesible, automatizado y asequible. Es por un futuro mejor, para que las próximas generaciones puedan tener una mejor calidad de vida”, dijo el presidente Shin. “Nuestra cooperación con el gobierno de Indonesia es la encarnación del compromiso de Hyundai Motor Group de hacer realidad la visión, para contribuir a un futuro mejor para Indonesia”.

El Grupo anunció su hoja de ruta de desarrollo de AAM, que abarca los segmentos Urban Air Mobility (UAM) y Regional Air Mobility (RAM), a principios de este año y está trabajando en el desarrollo de soluciones de movilidad aérea ecológicas.

La unidad Supernal del Grupo, con sede en Estados Unidos, tiene como objetivo comenzar los servicios UAM en ese país en 2028, mientras que el Grupo planea lanzar servicios RAM en la década de 2030.