

Estilo premium y elementos de lujo en el interior de la tercera generación del Kia Sorento

Madrid, 5 de agosto de 2014 – El habitáculo de la tercera generación del Kia Sorento elevará el listón del lujo en su segmento gracias a un moderno y ergonómico salpicadero, materiales suaves al tacto de gran calidad y una serie de avanzadas tecnologías a bordo. Todos estos desarrollos y avances harán todavía mejor la experiencia de poseer el popular SUV de la marca coreana.

El diseño del interior fue dirigido por el equipo de diseño que la marca tiene en Fráncfort (Alemania), los miembros del mismo han reconocido la influencia clave que los modernos y elegantes relojes suizos han ejercido durante toda la fase de diseño. El interior del nuevo Kia Sorento, presenta una elevada proporción de materiales de tacto suave, piel y costuras así como el último HMI (human-machine interface) de Kia. Una gran pantalla de infoentretenimiento domina el centro de un salpicadero que emplea largas y fluidas formas para envolver al conductor y acompañante y para enfatizar la anchura y el espacio del amplio habitáculo.

El nuevo Kia Sorento será presentado en Corea a finales de agosto, y se prevé haga su estreno europeo el jueves 2 de octubre en el Salón del Automóvil de París 2014

Nota del Editor

Kia Motors Europa

Kia Motors Europa es la división europea de ventas, marketing y posventa de Kia Motors Corporation. Con su central en Fráncfort, Alemania, se extiende a 30 mercados en Europa.

Acerca de Kia Motors Corporation

Kia Motors Corporation (www.kia.com) – un fabricante de vehículos de calidad para jóvenes de edad o de corazón – fue fundada en 1944 y es el fabricante de vehículos motorizados más antiguo de Corea. Más de 2,7 millones de vehículos Kia se producen anualmente en nueve plantas de fabricación y montaje de cinco países, que después son vendidos y mantenidos a través de una red de distribuidores y concesionarios que cubre alrededor de 150 países.

Kia tiene hoy más de 48.000 empleados en todo el mundo y unos ingresos anuales de 43 mil millones de dólares. Es el principal patrocinador del Open de Australia y socio automovilístico de la FIFA – el órgano de gobierno de la Copa Mundial de la FIFA™. El lema de marca de Kia Motors Corporation – “The Power to Surprise” – representa el compromiso global de la empresa a las mayores expectativas de los clientes por la innovación continua.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>