

Kia Motors logra su mejor calificación en el Estudio de Calidad Inicial 2015 de J.D. Power

La mejora por tercer año consecutivo en el IQS coloca a Kia como la segunda de 33 marcas

- Los Kia Sorento y Soul, reconocidos con la puntuación más alta en los segmentos de vehículos compactos multiuso y SUV de tamaño medio
- Otros cinco modelos de Kia están entre los tres primeros en sus respectivas categorías
- Con una mejora de un 20 por ciento, los propietarios de Kia tienen menos problemas con sus vehículos que casi cualquier otra marca

Seúl, 18 de junio de 2015 – Con el mayor parque de vehículos Kia en EE.UU. que ha habido nunca, Kia Motors ha alcanzado otro hito histórico cuando J.D. Power la ha calificado con la segunda puntuación más alta de toda la industria en su Estudio Inicial de Calidad 2015 (Initial Quality Study IQS). La puntuación de Kia en el IQS ha mejorado 20 puntos sobre la de 2014, que fue en su momento la mejor que había conseguido. Esto ha hecho posible que Kia ascienda cuatro lugares hasta llegar a la segunda posición entre 33 marcas de automóviles, además de conseguir el primer puesto entre las marcas generalistas.

El ascenso de Kia ha sido impulsado por el resultado líder en su segmento de dos de los modelos más vendidos de la compañía: el Soul y el Sorento. Otros cinco modelos se han clasificado entre los tres mejores de su categoría: el Rio, el Optima, el Cadenza, el Sportage y el Sedona (también conocido como “Grand Carnival” en algunos mercados).

“Creemos que el informe de J.D. Power no deja lugar a dudas de que Kia fabrica vehículos que se encuentran entre los mejores del mundo. Estos resultados son especialmente gratificantes dado que el estudio IQS transmite la voz de nuestros clientes” ha dicho Michael Sprague, Director de Operaciones y EVP de Kia Motors América. “El ascenso de Kia es uno de los mayores casos de éxito en la industria. Está impulsado por el trabajo duro de miles de empleados de los equipos de todo el mundo, así como por nuestra estrategia a largo plazo para concentrarnos en la calidad, fortalecer la marca y realzar la experiencia de poseer un Kia.”

Las ventas de Kia en EE.UU. se han multiplicado por más de dos en los últimos seis años mientras que la marca ha hecho inversiones significativas en el mercado y ha progresado de forma continua en

las clasificaciones anuales de IQS de J.D. Power. Después de que, en 2012, el Soul consiguiera la primera posición en el segmento de los vehículos compactos multiuso, Kia llegó al top 10 global en 2013, con el Soul y el Sportage en la mejor posición (empatados) de sus respectivos segmentos, para alcanzar el sexto puesto global en la industria en 2014. Las instalaciones de 1.100 millones de dólares en West Point, Georgia (Kia Motors Manufacturing Georgia, USA), que fabrican el Sorento y el Optima, han alcanzado su mejor calificación de calidad entre las fábricas de Norteamérica y Suramérica, según el estudio de 2015. Además, la planta de Kwangju donde se fabrica el Soul está calificada como la número uno en la región Asia Pacífico.

Ahora en su edición número 29, el informe anual IQS de J.D. Power analiza las respuestas de propietarios de vehículos en 26 segmentos. El IQS se determina por la valoración que hacen los propietarios de la experiencia de conducción, la eficacia del sistema de propulsión y las repuestas a una amplia lista de problemas relacionados con la calidad, en los primeros 90 días tras la compra del coche.

Kia Motors Corporation

Kia Motors Corporation (www.kia.com) – 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 3 millones de vehículos Kia se producen anualmente en 10 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 49.000 empleados en todo el mundo y unos ingresos anuales de 45 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:

Kia Motors

Nota de prensa publicada en:

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>