

Horacio Chávez

Managing director de Kia Motors México

En seis meses y sin tener agencias Kia Motors en México vendió mil 500 autos. El siguiente reto: vender 9 mil para finales de 2015. Después, viene la apertura de la planta más grande de Kia Motors, en Pesquería, Nuevo León. La automotriz quiere seguir rompiendo récords.

“SI NOS COMPARAS EN VALOR, KIA ES COMPETITIVO Y EL PAQUETE ATRACTIVO”.

POR REGINA REYES-HEROLES C./MILENIO

¿Cómo vendieron mil 500 autos sin tener agencias?

Para ser precisos fueron mil 499 al primero de julio. Yo llegué en enero de este año y, prácticamente, nadie conocía Kia. Se diseñó una estrategia agresiva en la que primero tenían que decir quién era Kia, esta fase duró tres meses en medios de comunicación. Después fue la fase de “Kia está por llegar”, en la que

arrancamos activaciones de preventa, como la ‘Kia on tour’ en la que recorrimos las ciudades donde tendríamos agencias, con una caravana de automóviles. En centros comerciales hicimos pruebas de manejo, recolectamos información de clientes interesados y vendimos 500 autos en preventa con un apartado.

Abrieron 21 agencias el mismo día, ¿cómo y con quién se asociaron para lograrlo?

Conectamos vía satélite e internet a las 21 agencias y cortamos el listón de manera simultánea el 1 de julio.

Nos dimos el lujo de escoger a los mejores inversionistas que tuvieran experiencia en el sector. Hicimos un estudio para tener a los grupos automotrices más importantes en volumen, satisfacción al cliente, y en capacidades administrativas y económicas. Los seleccionamos y les dijimos que era el 1 de julio, sin pretextos.

Algunos salieron muy bien en tiempos, otros con retrasos, el proceso de construcción no es fácil debido a los permisos.

Hubo acciones milagrosas. Una agencia se construyó en 67 días y trabajaron tres turnos. En otra trabajaron 200 personas al mismo tiempo, hasta les mandaron hacer camisetas que decían: “1 de julio, sí se puede”.

En promedio, cada sala de exhibición cuesta 35 millones de pesos (mdp), algunas hasta 50 mdp, y cada una contrata a cerca de 50 personas.

¿Cómo piensan cerrar el año y qué habrá para 2016?

Teníamos la meta de vender 7 mil autos y la cambiamos a 9 mil para finales de año. Además, pasaremos de 21 a 46 agencias en diciembre.

Meteremos un modelo exitoso, el sedán Óptima, con la nueva generación y reconocido en cuestiones de diseño.

A mediados de 2016 se iniciará la producción del Forte en México, en la planta de Pesquería.

En 2016 también tendremos dos modelos nuevos, y en 2017 otros dos, así que para finales de 2017 ofreceremos ocho modelos en total, y dos se producirán en México.

¿Cómo va la planta en Pesquería?

Se programa que esté lista para pruebas de producción en octubre de este año. Esa es la fecha que se planteó para romper varios récords: la planta más grande del mundo de Kia, la más limpia y la que se construye en el menor tiempo, un año. La planta tendrá 334 hectáreas y con los proveedores un poco más de 500 hectáreas.

¿Otro reto?

Sin duda posicionar la marca en cuestión de ventas; tener 5% de penetración en 5 años.

¿Qué ven los mexicanos en Kia?

El diseño, nuestra garantía de siete años y 150 mil kilómetros ha sido bien recibida y transmite confianza.

También la parte de tecnología, muchos compran en función de si trae *bluetooth* o sistema de navegación. Nosotros tenemos un sistema novedoso: *mirroring*, en el que conectas tu celular y ves la pantalla en el estéreo.

Si nos comparas en valor, el precio por el equipamiento, Kia es competitiva y el paquete atractivo.

En Estados Unidos se mide el índice de calidad inicial de los productos y este año Kia está en segundo lugar después de Porsche y antes de Jaguar. **M**



Foto: Héctor Téllez