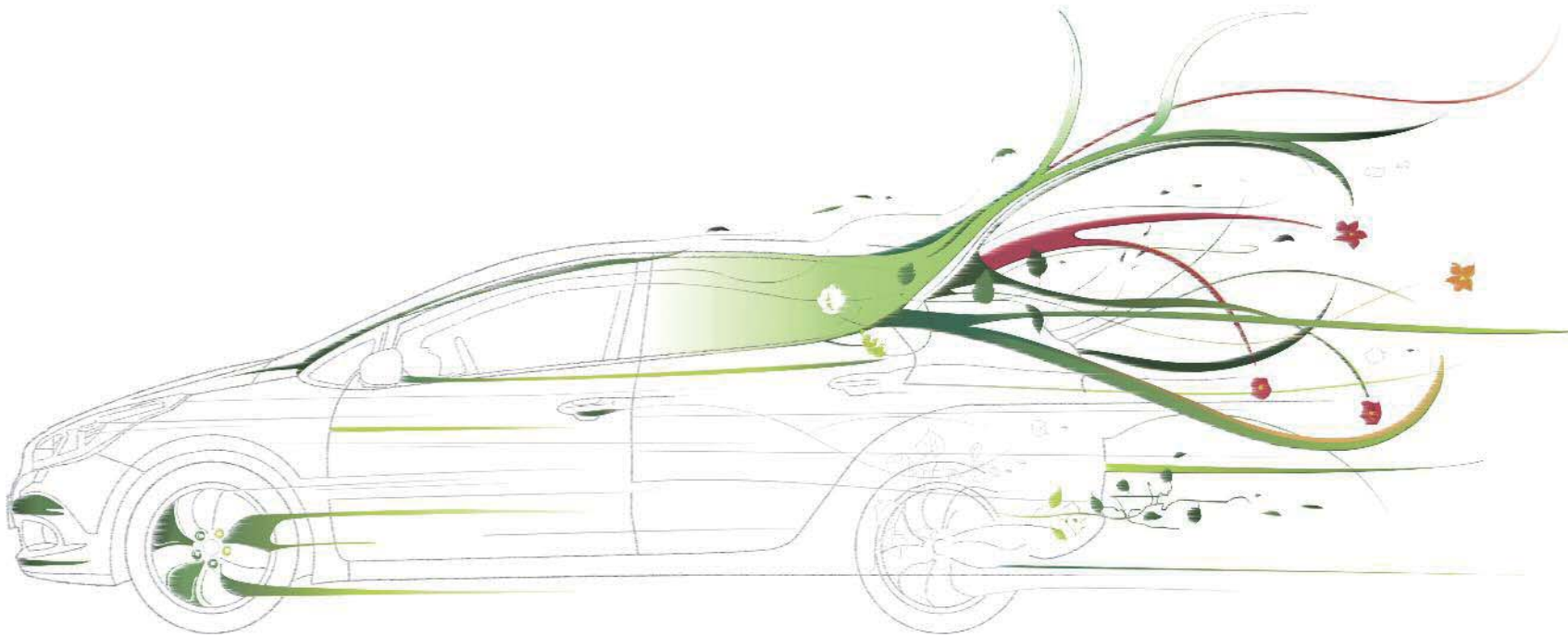


Identidad propia. Retos. Realidades

Memoria de sostenibilidad

Kia Motors Iberia 2011





Kia Motors Iberia, donde innovación,
diseño, calidad y garantía son las
mejores señas de identidad de
nuestro compromiso con la
sostenibilidad //



Índice



4 Mensaje del Presidente

6 Quienes somos



25 Nuestro compromiso con la sostenibilidad

28 I like Kia

Cliente

Retos

Personas

Globalidad

Colaboración

80 Sobre el informe



La Responsabilidad Social Corporativa tiene que convertirse en una **ventaja competitiva para las empresas globales** //

En Kia Motors Iberia somos conscientes de que para ser una verdadera empresa del siglo XXI, es necesaria una política sólida de sostenibilidad. Por ello nos esforzamos por mantener nuestro crecimiento a la vez que trabajamos en el cuidado de nuestro entorno laboral y humano.

En nuestra opinión, el cuidado del medio ambiente, los convenios con organizaciones de ayuda social, el fomento de iniciativas solidarias y la transparencia son la base para obtener un crecimiento sostenido. Kia Motors Iberia se mantiene firme en el cumplimiento de nuestra responsabilidad social corporativa para con los empleados, las compañías asociadas, accionistas, clientes, comunidades locales y los ciudadanos en general.

Medio Ambiente Sostenible

A pesar de que la marcha negativa de economía mundial no nos ha ayudado en este 2011, no hemos reducido el ritmo de nuestros esfuerzos de protección ambiental.

Hemos establecido e implementado diversas políticas ambientales en los procesos de I+D+i como aportación fundamental en la lucha contra el cambio climático y estamos acelerando nuestros esfuerzos para desarrollar la próxima generación de vehículos que consigan cero emisiones.

Trabajando juntos por un mundo mejor

En Kia Motors Iberia también cumplimos con nuestro papel de ciudadano responsable.

Nuestras iniciativas apoyan desde Fundaciones que facilitan la eliminación de estereotipos y barreras psicológicas de los discapacitados hasta ONGs que ofrecen una oportunidad para el futuro de niños y adolescentes más desfavorecidos.

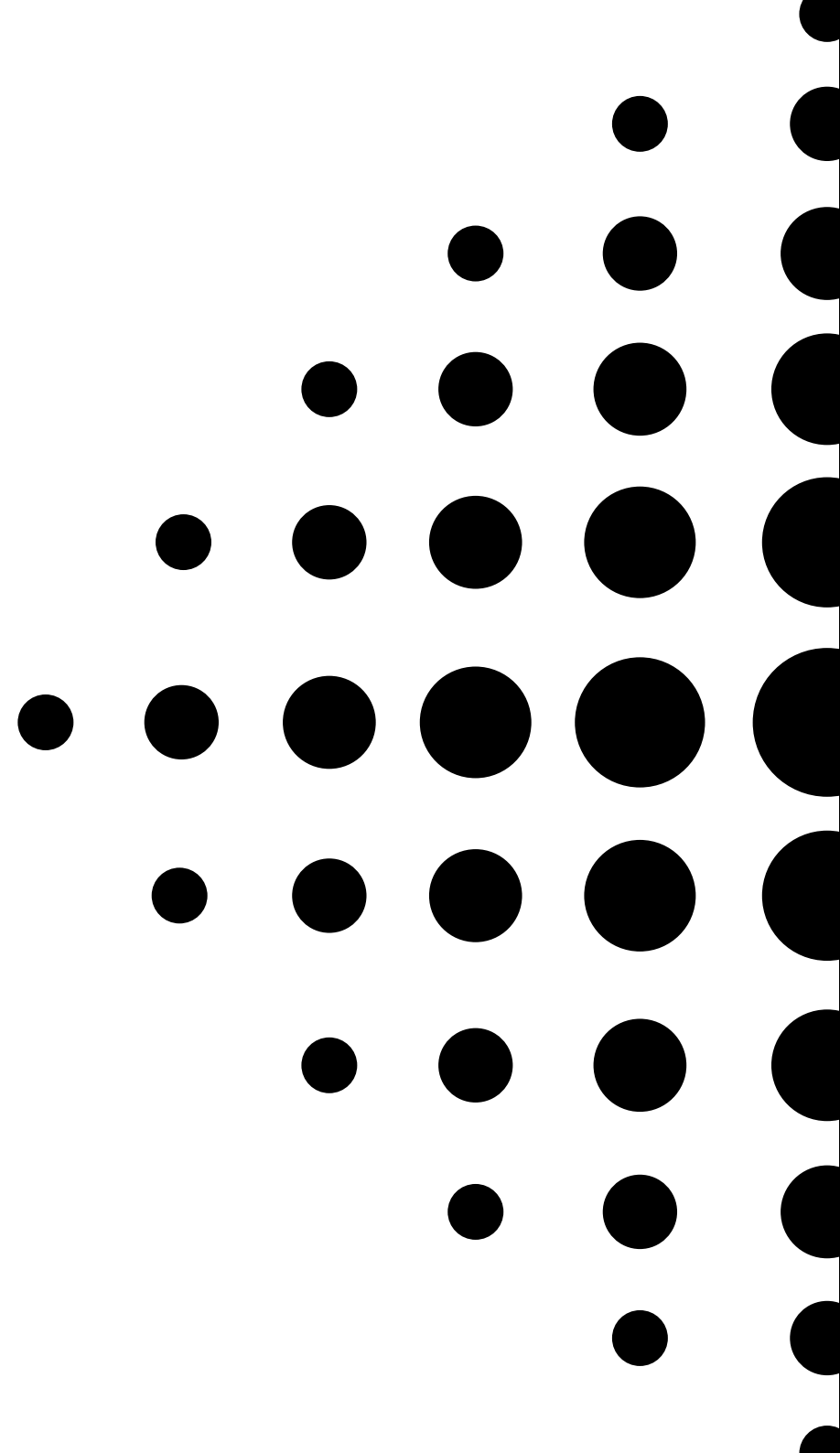
Y es nuestra intención continuar ampliando el alcance de nuestro apoyo y cooperación con aquellas entidades que trabajan por conseguir un mundo mejor, que nos permitan cumplir las expectativas de nuestros clientes, empleados y las demás partes interesadas en el desarrollo de Kia.

Primera memoria de sostenibilidad

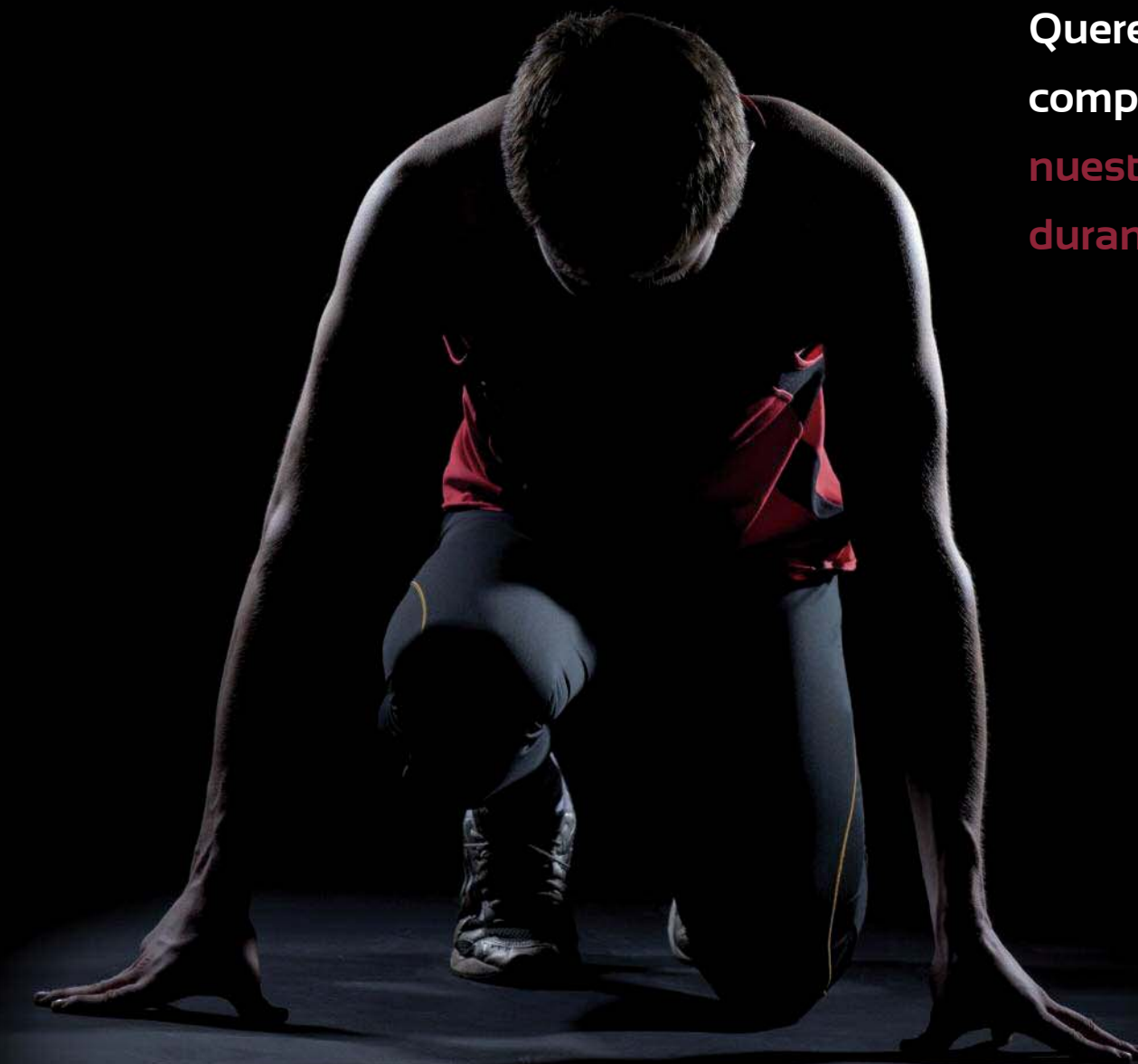
La presente memoria es el primer paso de nuestra compañía en España para conocer nuestro punto de partida real en materia de sostenibilidad que nos permitirá establecer serios objetivos y mejorar las herramientas a este respecto. Aunque todavía nos queda un largo camino por recorrer, vamos a seguir esforzándonos por llegar a ser ciudadanos corporativos ejemplares.

Tae Hyeon (Ricardo) Yoon
Presidente de Kia Motors Iberia

Quienes Somos



Queremos ser el mejor
compañero de viaje de
nuestros clientes
durante toda su vida //





Nuestros datos

Kia Motors Iberia forma parte del Grupo de automoción Hyundai-Kia, quinto mayor fabricante mundial.

Somos una de las filiales de **Kia Motors Corporation (KMC)**:

- Compañía global que opera en **149 países** a través de 18 filiales y una red de **4.485 distribuidores**
- Más de **45.000 empleados**
- La **sede central** se encuentra en **Seul** (Corea del Sur)
- Cuenta con **fábricas** en **Estados Unidos, China, Europa y Corea** y **centros de investigación y desarrollo** en **Estados Unidos, Europa y Asia Pacífico**



Kia Motors Iberia:

- **Kia Motors España nace en 1992** como una empresa independiente. En 2003 es comprada por KMC pasando a denominarse Kia Motors Iberia.
- Nuestro objeto social es la compra, venta y comercialización de automóviles, recambios y accesorios de la marca Kia, así como la reparación prestación de asistencia técnica y demás servicios respecto a todos los productos mencionados anteriormente.

- **El accionista único es Kia Motors Europa, GmGH (KME)**
- A 31 de diciembre de 2011 tenemos una plantilla de **88 empleados**
- Contamos con una red de **82 concesionarios**
- **186 puntos de venta**
- En el área de postventa disponemos de **más de 100 talleres oficiales**
- Cuenta con un **único punto de distribución situado en Tarragona**



Nuestra filosofía corporativa:

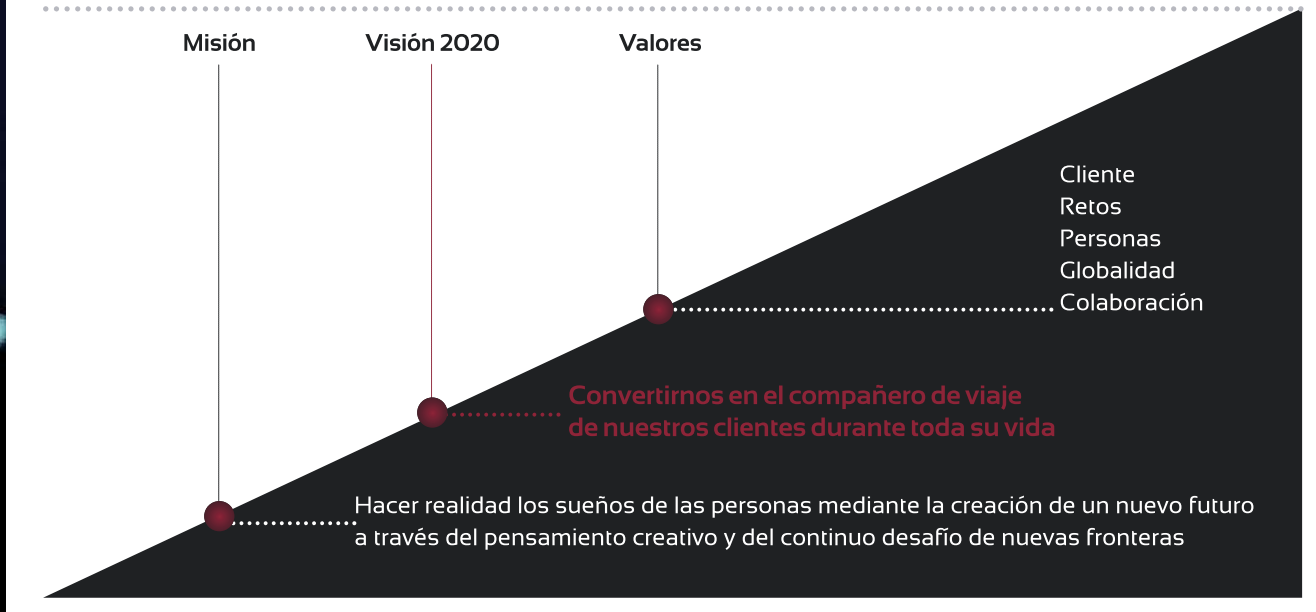
Desde sus inicios, Kia Motors Iberia se ha sumado a la estrategia de superación y compromiso de Kia Motors Corporación. Los siguientes datos lo avalan: en el año 2005 se alcanzó una cifra de exportación de 5 millones de unidades; en el año 2007 se consiguió la séptima posición en el ranking mundial de fabricantes de automóviles y, finalmente, en el año 2010 la quinta posición dentro de las empresas del sector.



Si bien esta estrategia de expansión y crecimiento nos ha llevado hasta aquí, el foco para los próximos 10 años de los que formamos parte del Grupo Kia, se ha desplazado hacia el crecimiento cualitativo; orientado totalmente hacia la persona y el entorno en el que ésta se mueve, y hacia el refuerzo de las relaciones con nuestros clientes y el incremento de nuestros niveles de calidad a la altura de los fabricantes más emblemáticos del sector.

Esta nueva estrategia de medio-largo plazo que ha entrado en vigor en el año 2011, queda reflejada en nuestra filosofía corporativa a través de nuestra misión (nuestra razón de ser), visión (qué queremos conseguir en la próxima década) y valores (en qué nos apoyamos para conseguirlo).

>> Filosofía corporativa



Tras la **Visión 2020** subyacen tres ideas fundamentales:



- Compañero de viaje

La experiencia de un automóvil no se limita exclusivamente a su compra y a las ocasionales reparaciones y mantenimiento. Incluye también opciones tecnológicas, soluciones de financiación ofrecidas durante la compra, la imagen de la compañía y el valor de la marca, las posibilidades de compra de coches usados y otros muchos aspectos. Por ello, en los próximos 10 años, queremos construir y expandir nuestra estructura de negocio para que nos permita ofrecer servicios inteligentes que afecten a cada uno de los aspectos de la experiencia del automóvil.



- De nuestros clientes

Un cliente busca en un automóvil algo más que un mero medio de transporte. Queremos crear coches que no sean únicamente medios de transporte, sino espacios en los que la vida continúa, un "tercer lugar", donde las personas puedan encontrar todo lo que necesitan para continuar su vida o, simplemente, para relajarse. Así, mediante tecnologías futuras, trabajaremos en la creación de un "coche siempre conectado" que permita a las personas no desconectar de sus vidas mientras van en el coche, sino disfrutar de una variedad de actividades como comprar a través de internet, mantener una "conference call" o comprobar su estado de salud. Queremos añadir funcionalidades adicionales a nuestros coches que satisfagan plenamente las necesidades de nuestros clientes. Por ello, en los próximos 10 años, queremos transformar el automóvil en un nuevo espacio donde nuestros clientes se sientan cómodos y puedan disfrutar al máximo de sus posibilidades.



- Durante toda su vida

Las circunstancias de la vida de las personas van cambiando y con ellas lo que buscan en un automóvil. A lo largo de su vida, una persona va a tener que tomar varias decisiones relativas a la compra de un nuevo vehículo. Queremos ser la marca que elijan nuestros clientes a lo largo de toda su vida, desde su primer hasta su último coche. Por ello, en los próximos 10 años, queremos ser la marca en la que confíen nuestros clientes, y, por lo tanto, ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades que tengan a lo largo de su vida.



Para conseguir nuestra visión nos apoyamos en nuestros **valores corporativos** compartidos por todos los que formamos Kia:



- Clientes

Promovemos una filosofía de empresa orientada hacia y por nuestros clientes, que consiste en ofrecer la mejor calidad y un servicio impecable, con todos nuestros valores puestos al servicio de nuestros clientes.



- Retos

Evitamos ser complacientes, buscando cualquier oportunidad para afrontar un nuevo desafío. Estamos seguros de que podemos alcanzar nuestros objetivos pensando de manera ingeniosa y poniendo gran pasión en todo lo que hacemos.



- Personas

Creemos que el futuro de nuestra compañía se construye sobre el espíritu y la capacidad individual de cada uno de nuestros miembros. Esta actitud, a su vez, les ayudará a desarrollar todo su potencial, apoyado por la convicción, por parte de la compañía, de respetar el talento individual de cada persona que trabaja con nosotros.



- Global

Respetamos la diversidad de culturas y sus diferentes costumbres. Aspiramos a ser los mejores en lo que hacemos y nos esforzamos al máximo por llegar a ser una compañía de ciudadanos global y respetada.



- Colaboración

Creamos sinergias a través del sentimiento de compañerismo, fomentado a través de una actitud comunicativa y de cooperación, tanto dentro de la compañía como con nuestros colaboradores y proveedores.



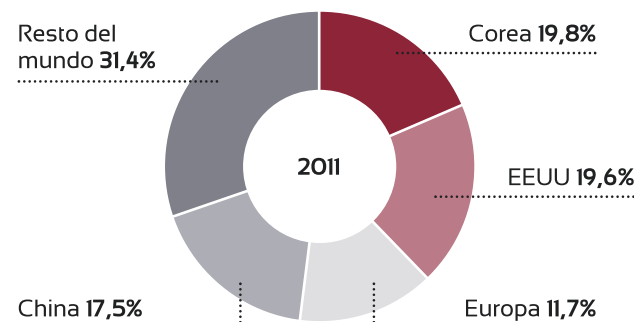
Creación de valor

A pesar de la crisis de la economía global Kia Motors ha logrado excelentes resultados en 2011 gracias a su mayor competitividad en el mercado. Las ventas globales en 2011 llegaron a los 2,48 millones de unidades, lo que representa un incremento del 18,6 % respecto a 2010.

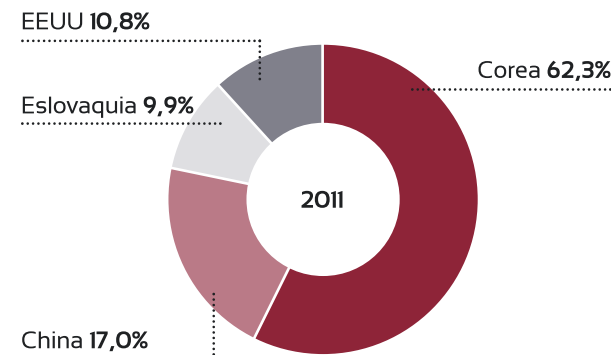


A continuación se detallan las ventas por región, el beneficio neto y el ratio de producción por país:

Ventas por región (en %)

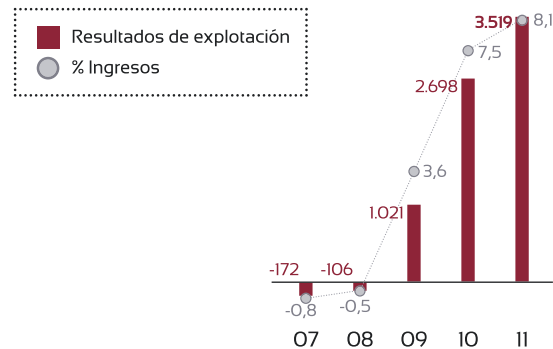


Ratio de producción por país (en %)



Los resultados de nuestro grupo en los últimos años son la consecuencia de la estrategia de "Glocalización", que nos garantiza que pensamos a nivel global y actuamos a nivel local. Uno de los pilares de esta estrategia es abastecer la demanda local con vehículos fabricados localmente, especialmente concebidos y diseñados para satisfacer las preferencias de cada país o región. Para ello, se ha invertido fuertemente en la construcción de Plantas de Fabricación, Centros de Investigación y Desarrollo y Diseño en lugares estratégicos de nuestra red global. Esto ha permitido, además, la creación de decenas de miles de puestos de trabajo en todo el mundo, así como convertirnos en miembros activos de las comunidades locales en las que estamos presentes.

Beneficio neto (en billones de KRW)



Fuente: Cuentas anuales Kia Motors 2011 auditadas



Las ventas globales se han incrementado un **18,6%** respecto a 2010



Crecimiento en un entorno de crisis

En el caso de Kia Motors Iberia, hemos sido capaces de crecer en un entorno de crisis. Mientras el mercado decrecía un 18%, hemos vendido 19.678 unidades, un 9% más que el año anterior, lo que nos ha permitido aumentar nuestra penetración en 0,6 puntos porcentuales y situarnos en un 2,5% de cuota de mercado. Esta cifra nos ha hecho ser la marca que más ha evolucionado entre las de gran volumen en el mercado español.

En el canal de particulares hemos mantenido el mismo nivel de ventas que en 2010 a pesar de la caída del 34% que este canal experimentó durante 2011. Esto ha provocado que nuestra cuota de mercado aumente en más de un punto porcentual y se sitúe en un 3,5%.

En cuanto al canal de empresas, con un incremento del 55% de nuestras ventas, hemos registrado el mayor crecimiento del mercado, que en 2011 ha experimentado un aumento del 6,6 % respecto a 2010.



Gama de vehículos renovada y mejorada

Nuestra gama de vehículos está en constante crecimiento. Lanzamos nuevos modelos y completamos la gama actual con nuevas versiones y motorizaciones, con el objetivo de que nuestros clientes puedan elegir el vehículo que mejor se adapta a sus necesidades y gustos. Cuando en la primavera de 2012 renovemos el cee'd, el modelo más antiguo de nuestra gama será el Soul, que tan solo tiene dos años.

Una de las claves del éxito de la marca en España radica en sus modelos SUV Sorento y Sportage, cuyas ventas conjuntas han experimentado el mayor crecimiento dentro de este tipo de vehículos (un 88%), duplicando su cuota hasta alcanzar el 6,5% del segmento SUV.

cee'd ha llegado a ocupar un 4,5% de cuota dentro del segmento C, muy por encima de la cuota global de la marca.

Es también destacable la acogida de los nuevos Kia Picanto y Kia Rio presentados en abril y en septiembre respectivamente.

Los automóviles
fabricados en las
instalaciones de Zilina
han superado las
252.000
unidades



Planta de fabricación en Zilina (Eslovaquia)

Zilina es la primera planta de fabricación de Kia Motors en Europa. Comenzó a producir en el año 2006. El continuo crecimiento y potencial de ventas de Kia Motors en Europa, el objetivo de llegar a ser uno de los cinco mayores fabricantes del mundo en 2010 y la aplicación de la estrategia de "Glocalización" fueron los factores que determinaron el inicio de su construcción en marzo de 2004. El lugar elegido fue Zilina, Eslovaquia, ya que aportaba una buena estructura de transporte, proximidad estratégica con Europa Central, mano de obra cualificada y disponibilidad de la cadena de suministro de piezas de automóviles.

La planta, construida sobre 166 hectáreas, exigió una inversión inicial de 1.000 millones de euros, aportados íntegramente por la compañía. Está diseñada no solo para tener una gran capacidad de producción sino también para adaptarse a las fluctuaciones y necesidades del mercado. Actualmente el Sportage,

el Venga y el cee'd (en su variantes de cinco puertas, familiar y coupé de tres puertas) pueden fabricarse de manera simultánea en cada una de las líneas de montaje finales. En torno a la planta se ha creado un parque de proveedores integrado por más de 16 empresas suministradoras.

En 2011, los automóviles fabricados en estas instalaciones han superado las 252.000 unidades y los motores las 359.000 unidades, lo que representa un incremento del 10 y del 12 por ciento, respectivamente frente a las cifras del año anterior. Así mismo, se han contratado 900 trabajadores adicionales para poner en marcha un tercer turno de producción, se han invertido 200 millones de euros para ampliar la infraestructura de fabricación de motores hasta una capacidad máxima de 450.000 unidades al año y se han donado 400.000 € para llevar a cabo iniciativas de acción social y medioambiental en la región.

	Ventas (€)	Variación 2011/2010 (%)	Cuota de mercado (%)	Variación 2011/2010 (p.p.)
Total sector	13.571.716.720	-18%	100	-
Total Kia Motors Iberia	339.292.918	+9	2,5	+0,6
Canal particulares	-	0	3,5	+1
Canal empresas	-	+55%	-	-

Fuente: Cuentas anuales Kia Motors Iberia 2011 auditadas



Gama

Kia 2011

Turismos



cee'd sw

La confianza viene de serie



pro_cee'd

Multiplica tus emociones



cee'd

Convencete tu mismo



rio

Provoca, seduce, sorprende



picanto

Carácter concentrado



soul

No te dejará igual



venga

Deja de romperte la cabeza con el espacio

Familiares



carens

Más que un monovolumen



carnival

La mejor opción para viajar en familia

Todocamino



sportage

100% atracción



sorento

¿Cuánto duran los sueños?



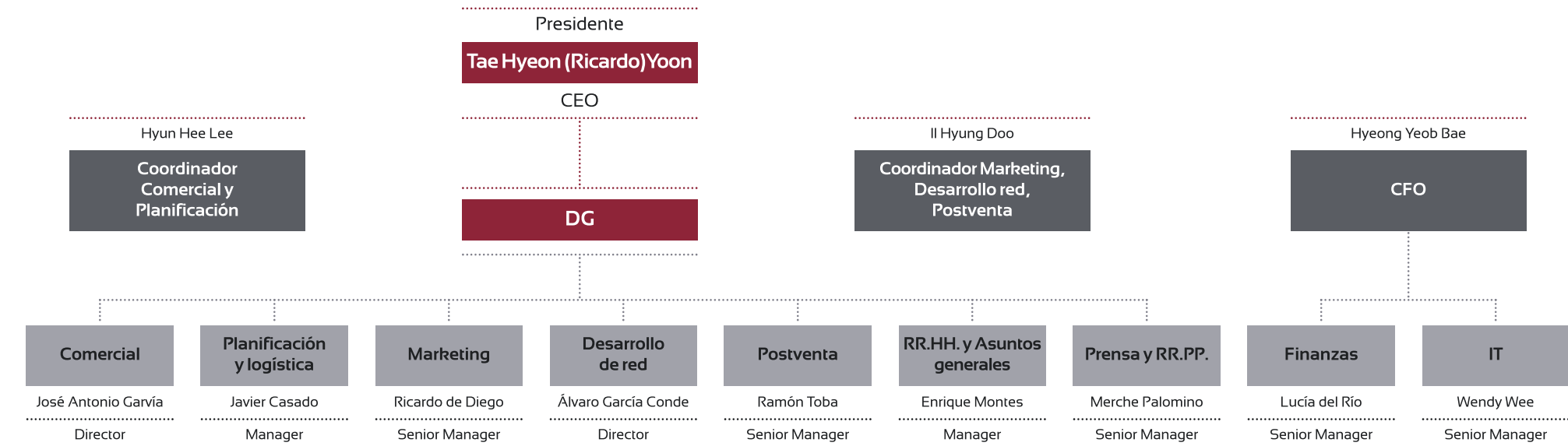
Gobierno y Organización

El gobierno de la compañía recae sobre Tae Hyeon (Ricardo) Yoon, cuyo nombramiento como administrador único se produjo el 14 de diciembre de 2011. Yoon sustituye a Kyung Han Kim, que ocupó esta posición durante 5 años y obtuvo grandes éxitos para la compañía.



Por otro lado, además de ser el administrador único, preside el Comité de Dirección compuesto por 14 miembros (incluido el mismo) cuyos nombre y cargos figuran en el siguiente organigrama:

Comité de Dirección



Nuestro compromiso con la sostenibilidad



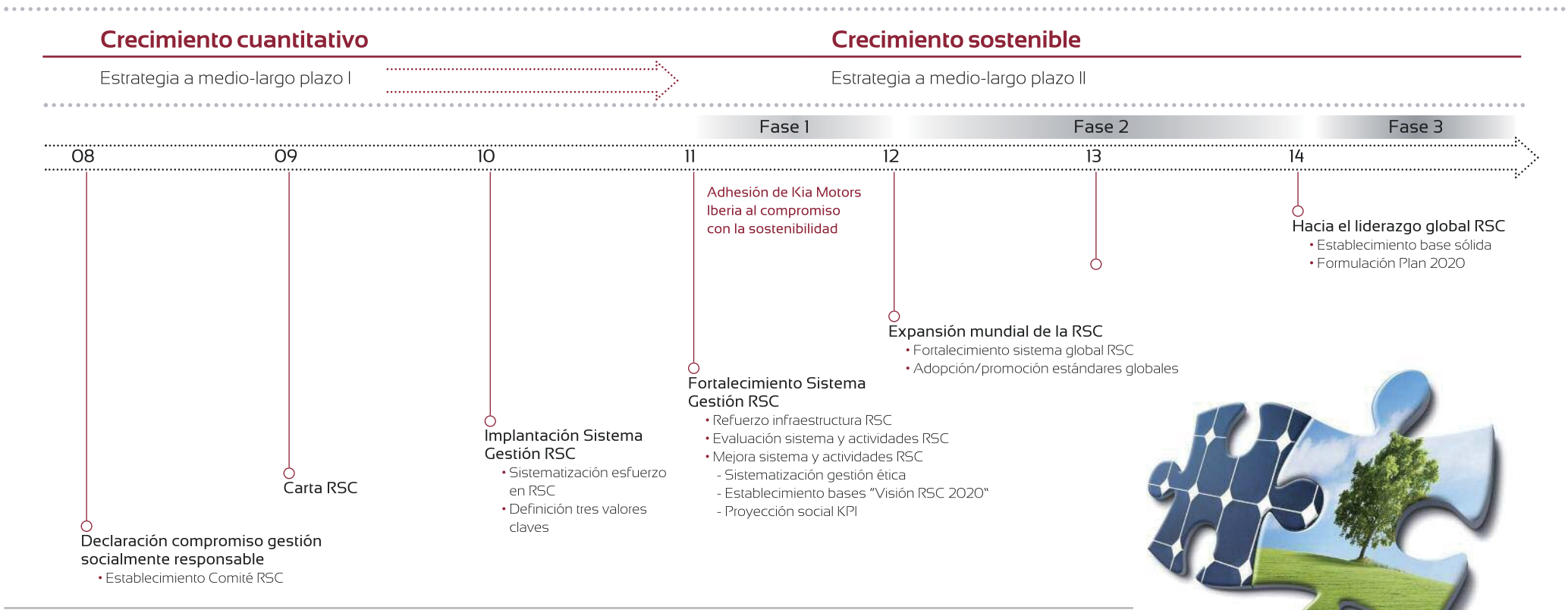
La RSC se ha convertido para nuestra
organización en una de las
**bases de la estrategia
de crecimiento
sostenido** //



En 2011 Kia Motors Iberia se une al compromiso con la sostenibilidad de Kia Motors Corporation, recogido en nuestra Vision 2020 y sustentado en los valores que compartimos todas las compañías y empleados de Kia en el mundo. Somos conscientes de que nuestro éxito no viene tan solo de vender más coches, sino de contribuir activamente, desde el sector de la automoción, a la consecución de un presente y un futuro mejores.

De hecho, la RSC se ha convertido para nuestra organización en una de las bases de la estrategia a medio-largo plazo de crecimiento sostenido.

Se detallan a continuación los principales hitos del camino hacia la sostenibilidad desarrollados desde Kia Motors Corporation, que abarcan desde el compromiso asumido en el año 2008 a la implantación progresiva de la Responsabilidad Social Corporativa como herramienta de gestión de la sostenibilidad, con el objetivo último de alcanzar el liderazgo global en esta materia.



La presente memoria es el primer paso para conocer nuestro punto de partida y empezar a establecer algunos objetivos y herramientas en materia de sostenibilidad.

En este sentido, en abril de 2008, Kia Motors Corporation declaró oficialmente su compromiso de una gestión socialmente responsable. Iniciando así un proceso de sistematización de los esfuerzos en Responsabilidad Social Corporativa y estableciendo el Comité de RSC.

Un año más tarde, en abril de 2009, se promulga la "Carta de Responsabilidad Social" donde se enuncia la responsabilidad hacia los grupos de interés y detalla la visión y dirección en materia de RSC.

En 2010, el proceso que se había iniciado en 2008 se materializa con la implantación del sistema de gestión de la RSC sustentado en los valores de transparencia, respeto al medio ambiente y proyección social, y con la definición de tareas específicas en el ámbito de cada uno de ellos.

Se destaca en el área de transparencia, la promoción de la adopción generalizada del sistema ético de gestión, el refuerzo en la gestión basada en el beneficio mutuo con nuestros

socios y la expansión de la cooperación con nuestros grupos de interés. En el área de respeto al medio ambiente, las acciones encaminadas a mejorar la competitividad a través de una gestión de nuestros recursos y residuos que contribuya a reducir el impacto medioambiental. Y en lo que se refiere a proyección social, la extensión de su alcance, así como la mejora y extensión del sistema de comunicación de RSC.

Concretamente, en lo que se refiere a los esfuerzos realizados en torno a los tres valores clave, a principios de 2011 la proyección social se ha convertido para Kia Motors en un KPI, alentando no solo a la sede social sino a todas las subsidiarias a emprender de una manera activa y sistemática iniciativas de proyección social.

Desde Kia Motors Iberia, conscientes del compromiso que hemos adquirido, iremos avanzando en la línea marcada por KMC. La presente memoria es el primer paso para conocer nuestro punto de partida y empezar a establecer algunos objetivos y herramientas en materia de sostenibilidad.

A hand is shown writing the words "I like" in white chalk on a dark, textured chalkboard. The background of the chalkboard is decorated with a grid of red circles of varying sizes. The hand is positioned at the end of the word "like", with the index finger pointing towards the right.

I like

The KIA logo is rendered in a large, bold, black sans-serif font. Above the 'I' is a white double quote mark. The logo is set against a solid dark red background.

KIA

La clave del éxito estriba precisamente en ofrecer a nuestros clientes algo más: **una constante innovación de productos, un mejor servicio por parte de técnicos altamente cualificados, y una excelente cobertura de la garantía.**

”

● Cliente

El cliente es el centro de nuestros pensamientos y actuaciones. Cuanto más entendamos sus necesidades, mejores productos y servicios podremos ofrecerles para conseguir su satisfacción y establecer mejores relaciones con ellos.

A lo largo de los años Kia se ha convertido en uno de los fabricantes de automóviles de más éxito de Europa. La clave de este éxito estriba precisamente en ofrecer a nuestros clientes algo más: una constante innovación de productos, un mejor servicio por parte de técnicos altamente cualificados, y una excelente cobertura de la garantía. Por eso vuelven. Después de todo, su satisfacción es nuestro éxito.



Innovación: Diseñando el futuro

“Sabemos que nuestros clientes valoran que sus automóviles sean respetuosos con el medio ambiente. Por ello, para nosotros es natural aplicar nuestros conocimientos medioambientales en todas nuestras operaciones internas. Nos esforzamos para diseñar coches que contribuyan en un futuro a conseguir un mundo más verde y para trabajar con grupos de interés externos que nos permitan poner en práctica la gestión ecológica”

Ki-Sang Lee
Chief Executive of
Hybrid Research and Development Division KMC



La filosofía EcoDynamics Convencidos de que el conformismo nos lleva a retroceder, hemos perseguido continuamente la innovación. En lugar de quedarnos anclados en los éxitos del pasado, hemos convertido las crisis en oportunidades mediante el pensamiento positivo y una confianza inquebrantable en nosotros mismos. Este espíritu de aceptar los desafíos, así como la búsqueda de soluciones creativas, han impulsado el desarrollo de nuestro grupo. Para mantener el crecimiento como una empresa sostenible en un entorno complicado necesitamos conocer las tendencias y prepararnos para el futuro.

En este sentido, reinventamos la I+D para llegar a una nueva filosofía que llamamos EcoDynamics. Bajo esta denominación aunamos ecología (naturaleza y medio ambiente) y economía (eficiencia) con dinámica (energía y vitalidad). Innovamos no solo para aumentar el valor actual de los coches sino para encontrar nuevos valores basados en la sostenibilidad que permitan reducir drásticamente el consumo y las emisiones.

EcoDynamics

aunamos ecología
(naturaleza y medio
ambiente) y economía
(eficiencia) con dinámica
(energía y vitalidad)



Nuestro camino en la filosofía eco-dynamic

Fase 1: pre 2005

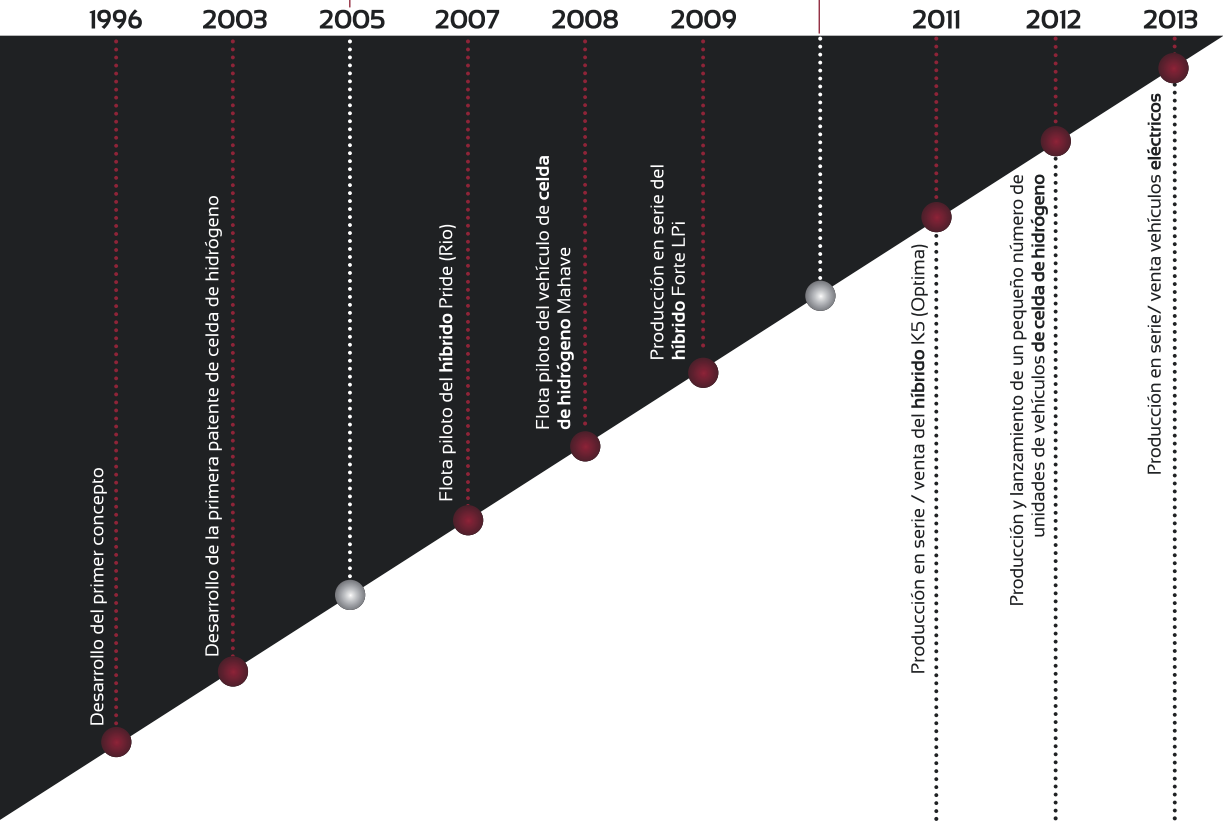
Investigación plataforma tecnológica vehículos híbridos
Garantizar tecnología para fabricación en serie de vehículos de celda de hidrógeno

Fase 2: 2005 - 2009

Construcción sistema fabricación en serie vehículos híbridos
Desarrollo prototipo vehículo de celda de hidrógeno

Fase 3: post 2010

Diversificación de la gama (aumentar exportaciones)
Flota piloto de vehículos eléctricos



Vehículos híbridos

Vehículos que funcionan con dos fuentes de energía diferentes: un motor de combustión interna y un motor eléctrico. En comparación con los vehículos impulsados únicamente por un motor de combustión interna, los híbridos cuentan con una economía de combustible significativamente mayor y con menores emisiones de CO₂. El motor eléctrico suministra la mayor parte de la potencia que el vehículo necesita en el arranque y en la aceleración. Por otra parte, cuando el vehículo se para, el motor se apaga para reducir el consumo innecesario de combustible. La electricidad consumida en el arranque y en la aceleración se recarga con la energía de frenado generada durante la desaceleración, especialmente en el tipo de conducción que se hace en ciudad. No obstante, a menos que se desarrolle una fuente alternativa de combustible que no genere emisiones de CO₂, los híbridos nunca alcanzarán las cero emisiones, ya que todavía dependen, aunque sea parcialmente, del motor de combustión interna.

En septiembre de 2011 el Kia Optima Hybrid logró un record mundial Guinness al menor consumo en un vehículo híbrido de gasolina, al circular por 48 Estados americanos con un consumo medio de 3,64 l/100 Km. Aunque se creara inicialmente pensando en el mercado de EE.UU., el Optima Hybrid introduce nuevas tecnologías que están destinadas a aparecer en otros modelos producidos por Kia en todo el mundo a lo largo del decenio.



Vehículos eléctricos

Vehículos accionados exclusivamente por uno o varios motores eléctricos que utilizan la energía eléctrica almacenada en una batería de alto voltaje para el arranque y la aceleración. La batería se carga totalmente en seis horas o en tan solo 25 minutos si se carga en estaciones de carga. Desde el momento en que funcionan exclusivamente con energía eléctrica, los vehículos eléctricos no emiten CO₂ y son más económicos que los de gasolina en lo que se refiere al coste del combustible. Sin embargo, dado que la mayor parte de la energía eléctrica se genera mediante sistemas basados en combustibles fósiles, los vehículos eléctricos son responsables de emisiones indirectas de CO₂.

el Kia Optima Hybrid logró un record mundial Guinness al menor consumo en un vehículo híbrido de gasolina, con un consumo medio de

3,64L/100 Km



Vehículos de celda de hidrógeno

Los coches que funcionan con combustibles fósiles siempre emitirán gases, por lo que una auténtica alternativa ecológica es un vehículo que funciona con algo diferente a los combustibles fósiles. Los vehículos de celda de hidrógeno funcionan con electricidad generada por la reacción química entre el hidrógeno y el oxígeno. Dado que lo único que esta reacción libera es agua, los coches de celda de hidrógeno podrían ser una solución para el doble problema de la degradación del medio ambiente y el agotamiento de las actuales fuentes de energía. La eficiencia del motor en este tipo de vehículos duplica a la de los motores de combustión interna. No obstante, la comercialización de este tipo de vehículo está supeditada a la reducción de los costes de producción y a la creación de infraestructuras de estaciones de repostaje de hidrógeno.



Emociones y diseño

“El proceso de diseñar un coche no es solamente una cuestión de dibujar la forma exterior. El punto de partida son las emociones que quieres que el conductor experimente. A partir de aquí, encuentras vías para expresar esos sentimientos con la tecnología y el diseño. Nos esforzamos por construir coches que sean bonitos, que no den problemas y que sean respetuosos con el medio ambiente y unirlos en un inmediatamente

reconocible diseño de familia. El paradigma que Kia creó es el conocido “La simplicidad de la línea recta”.

Peter Scheryer
Chief Design Officer of Kia Motors



La extraordinaria evolución experimentada por nuestra marca en los últimos años puede atribuirse directamente al paradigma de gestión que llamamos “Diseño Kia”. Nos dimos cuenta de que el único camino que la marca tenía para crecer en el mercado global y garantizar su permanencia era precisamente a través del diseño. Hemos creado no solo un estilo único, sino un único sentimiento de orgullo e identidad.

Y, efectivamente, nuestros esfuerzos han dado sus frutos: Sportage, Optima, Venga, Soul o Rio - todos han ganado premios de prestigiosas competiciones internacionales de diseño. Estos son nuestros modelos galardonados en 2011:

el paradigma
que Kia creó
es el conocido
“la simplicidad
de la línea recta”



KIA MOTORS

2011 abc Design Award 'Best of the Best'



OPTIMA

2011 iF Design Award Winner (Transportation)
2011 Good Design Award Winner (Transportation)
2011 red dot Product Design Award Best of the Best
2011 abc Design Award 'Winner' (Exterior)



SPORTAGE

2011 iF Design Award Winner (Transportation)
2011 Good Design Award Winner (Transportation)
2011 red dot Product Design Award Winner
2011 abc Design Award 'Winner' (Exterior)



VENGA

2011 iF Product Design Award Winner
2011 red dot Product Design Award Winner



RIO

2011 abc Design Award 'Winner' (Exterior)



Garantía y calidad

“La garantía de 7 años nos permite transmitir la confianza que tenemos en nuestros productos a los clientes y concesionarios”

Tae Hyeon Yoon
Presidente Kia Motors Iberia

Nuestro compromiso con la calidad es fundamental. Queremos ofrecer a nuestros clientes unos estándares de calidad que vayan más allá de las fábricas y lleguen a todos los aspectos de su experiencia con la marca. Una garantía absolutamente imbatible, un proceso de evaluación continua de nuestros puntos de venta y altos estándares éticos son algunos ejemplos de nuestro empeño en satisfacer a nuestros clientes.



7 años de garantía Los niveles de productividad de nuestras fábricas y la excelente calidad de nuestros productos nos han impulsado a compartir nuestra confianza con nuestros clientes y ofrecerles una garantía **4 años mayor que la garantía estándar del mercado y 2,3 veces más extensa**. De todas las empresas de automóviles de Europa, solo Kia dota a cada uno de sus coches esta revolucionaria garantía de 7 años.



Certificado de Responsabilidad Social Corporativa Kia Motors Iberia ha recibido de Autocontrol (Asociación para la Autoregulación de la Comunicación Comercial) el certificado de Responsabilidad Social Corporativa. El principal objetivo de esta Asociación es contribuir a garantizar altos estándares éticos en las acciones de comunicación realizadas por la compañías en beneficio de los consumidores, la competencia y el mercado.



Las siete principales ventajas

- 1** Calidad excepcional
- 2** Mayor tranquilidad para nuestros clientes
- 3** Garantía completa:
El mismo nivel de cobertura desde el día 1 hasta el 2.555
- 4** Garantía transferible a los subsiguientes propietarios
- 5** Costes de mantenimiento más bajos
- 6** Valor de reventa más alto
- 7** En caso de reclamación de garantías, la mano de obra está cubierta



Seguridad

Nuestros modelos presentan tecnologías cada vez más avanzadas en seguridad y comodidad. Para nuestros clientes, la seguridad es el principal requisito en un automóvil. Por ello nos esforzamos en encontrar ideas que mejoren cada uno de los momentos de la conducción, al mismo tiempo que garanticen la salud y la seguridad de todos sus ocupantes.



El diseño de sistemas que mejoren la seguridad de nuestros vehículos se orienta en un doble sentido:

- La seguridad de **todos los ocupantes**, especialmente la de las mujeres y los niños.
- La seguridad de **los peatones**.

Así, desde las primeras fases del desarrollo de nuestros vehículos realizamos simulaciones por ordenador y series de **pruebas de choque** que nos ayuden a predecir el comportamiento en materia de seguridad. En nuestras pruebas también tenemos muy en cuenta las posibles respuestas físicas de los ocupantes tras un impacto, así como su altura y peso.

Algunos de los sistemas desarrollados en los últimos años que estamos incorporando de serie a todos nuestros vehículos son los siguientes:

- **Frenado Inteligente (Brake Override System) BOS**
Este sistema permite que el pedal de freno predomine sobre el del acelerador en los casos en los que ambos se presionan al mismo tiempo.
- **Señal de parada de emergencia (Emergency Stop Signal) ESS**
Permite alertar a los conductores que vienen detrás de que el coche se detiene rápidamente.
- **Sistema de estabilidad de gestión del vehículo (Vehicle Stability Management) VSM**
Detecta la pérdida de tracción y automáticamente ajusta la presión de los frenos y la potencia del motor. Estabiliza el vehículo durante los giros repentinos, proporciona agarre en superficies resbaladizas y ayuda a arrancar en cuesta.
- **Reposacabezas activos**
Se mueven hacia delante y hacia arriba en caso de impacto por colisión por detrás a fin de proteger de lesiones en cuello y espalda causadas por el efecto látigo.
- Seis "airbags" en lugar de los dos frontales



Nuestros esfuerzos continuos por mejorar la seguridad de nuestros automóviles nos ha llevado a conseguir numerosos reconocimientos en seguridad. Concretamente en Europa conseguimos en 2011 la máxima calificación en seguridad (5 estrellas) a nivel global con el Rio. Esta calificación ya la habíamos conseguido en 2010 con el Sportage y el Venga y en 2009 con el Soul y el Sorento.



Euro NCAP (European New Car Assessment Programme) es un programa europeo que ofrece a los consumidores de automóviles una evaluación realista e independiente del comportamiento de seguridad de algunos de los vehículos vendidos en Europa.

PUNTUACIONES PRUEBAS Euro NCAP					
		AdultChildPedestrianSafety assist			
Make and model	Overall rating				
Kia Picanto	2011	86%	83%	47%	43%
Kia Rio	2011	92%	84%	46%	86%
Kia Sorento	2009	87%	84%	44%	71%
Kia Soul	2009	87%	86%	39%	86%
Kia Sportage	2010	93%	86%	49%	86%
Kia Venga	2010	89%	85%	64%	71%
Kia Venga	2010	79%	66%	64%	71%



Fundada en 1997 y con el apoyo actual de siete gobiernos europeos, la Comisión Europea y las organizaciones de automovilismo y consumidores de cada país de la UE, Euro NCAP actúa como catalizador para fomentar importantes mejoras de seguridad en el diseño de vehículos nuevos.

Euro NCAP lleva a cabo ensayos de choque. La valoración global de seguridad está compuesta por las puntuaciones de cuatro áreas: la protección del adulto, la protección del niño, la protección de los peatones y la asistencia a la seguridad.



Centro de Investigación y Desarrollo de Kia en Namyang

Con una inversión de 45 millones de dólares, es el mayor túnel de viento de su tipo en Asia.

Kia cuenta con un Centro de Investigación y Desarrollo de Kia en Namyang, Corea, donde se encuentra el túnel de viento de última generación.

La prueba de túnel de viento evalúa la aerodinámica y la aeroacústica de un vehículo. Las pruebas se llevan a cabo para reducir tanto la resistencia del viento de cara a la economía del combustible, como la sonoridad.

Las instalaciones de Kia incluyen un ventilador principal de 8,4 metros de diámetro capaz de generar vientos con velocidades de hasta 200 km. Los vehículos son sometidos a una amplia gama de pruebas que recrean diversas condiciones ambientales tales como temperaturas extremas, fuertes lluvias e incluso nieve para asegurar que son capaces de ofrecer los niveles óptimos de seguridad y durabilidad bajo cualquier circunstancia y en cualquier lugar.

Además, gracias a una escala eléctrica se puede medir la resistencia al viento entre varios automóviles circulando a alta velocidad. La infraestructura también cuenta con una pared que absorbe el sonido y minimiza el ruido reflectante permitiendo realizar mediciones precisas de ruidos creados por el vehículo.



túnel de viento
evalúa la aerodinámica y la aeroacústica de un vehículo

Retos

Retos y oportunidades

Los numerosos retos globales están afectando directamente al tamaño y estructura del mercado de la automoción, al papel que jugamos los fabricantes y al alcance y diseño de los automóviles.



**apostando
fuertemente**
por el desarrollo de
vehículos que no
necesiten petróleo para
su funcionamiento y se
alimenten de nuevas
fuentes de energía

En este sentido, las expectativas sobre el incremento del precio del petróleo debido a la limitación de los recursos y a los desequilibrios entre la oferta y la demanda, o el endurecimiento por parte de los gobiernos de las regulaciones sobre ahorro de combustible con el objetivo de combatir el cambio climático provocado por las emisiones de CO₂, son solo algunos de estos retos.

En base a esto, se espera una rápida expansión a corto plazo de los vehículos llamados ecológicos. Nos referimos a los modelos híbridos, eléctricos y a los de celda de hidrógeno. Si los fabricantes queremos seguir creciendo, es cada vez más importante que aportemos tecnologías que favorezcan la protección del medio ambiente.

El objetivo final es cero emisiones, ya que la combustión del petróleo libera CO₂ a la atmósfera, contribuyendo, así, al calentamiento global. De ahí que estemos apostando fuertemente por el desarrollo de vehículos que no necesiten petróleo para su funcionamiento y se alimenten de nuevas fuentes de energía. Aunque todavía no hemos llegado a la tecnología del automóvil del futuro, estamos convencidos de que las tecnologías ecológicas pasarán por la innovación y la evolución. También de que el ritmo de la innovación y la evolución solo se intensificará mediante la competencia y la cooperación global de todos los agentes que integran o influyen en nuestra industria. Kia Motors se sitúa en el corazón de estos cambios para contribuir con nuestra tecnología y con nuestras ideas innovadoras a hacer de la sostenibilidad una realidad en un futuro próximo.

Cuidando el medio ambiente ↓↓

Sistema de Gestión Medioambiental

La gestión medioambiental es uno de los objetivos clave definidos en el compromiso de gestión socialmente responsable que nuestra corporación declaró oficialmente en 2008 y al que Kia Motors Iberia ya se ha adherido.

Por ello, desde Kia Motors Corporation se ha puesto en marcha un Sistema de Gestión Medioambiental que constituye la base desde la que canalizar nuestros esfuerzos para minimizar el impacto ambiental en la totalidad del proceso de fabricación: desde la fase de desarrollo hasta la de eliminación. Este Sistema contempla la aplicación de diversas metodologías de evaluación, la adopción de materiales ecológicos, la mejora en la utilización eficiente de recursos y materias primas, la reducción de los residuos y la implantación de un nuevo sistema de circulación de los recursos.



Fase de Diseño

Los programas aplicados en la fase de planificación y desarrollo afectan al resto del ciclo de vida del vehículo. En la fase de diseño, nuestros vehículos se someten a rigurosas pruebas que nos han llevado a recibir numerosos reconocimientos internos y externos por los aportes realizados en la reducción del impacto medioambiental. Entre ellas, destacamos las siguientes:

Life Cycle Assessment (LCA)

Evaluación cuantitativa que permite determinar el impacto medioambiental que el vehículo tendrá a lo largo de su ciclo de vida.

Eco-Efficiency Assesment

Evaluación que enfrenta el impacto medioambiental al valor del producto. Se basa en la idea de minimizar el consumo de recursos y la carga medioambiental al mismo tiempo que se crea más valor. Esto nos ha llevado a desarrollar nuestros propios indicadores de eficiencia ecológica.

Sistema "Green Design"

Aplicamos las directrices contenidas en el "Programa de Diseño para el Medio Ambiente (Design for the Enviroment - DfE, por sus siglas en inglés) de la Agencia de Protección Medioambiental (Enviromental Protection Agency EPA, por sus siglas en inglés) a todos los vehículos que desarrollamos desde el pre-diseño y las primeras etapas de planificación y, en base a las mismas; desarrollamos prototipos ecológicos. Mediante este Sistema llevamos a cabo evaluaciones digitales en la fase de diseño para reducir al mínimo los cambios de diseño posteriores. Además, realizamos una serie de simulaciones digitales para analizar cómo se dismantelará el vehículo en la fase de eliminación. Los resultados obtenidos nos llevan a realizar mejoras en aquellas áreas en las que el rendimiento está por debajo de los estándares y a reorganizar la asignación de tareas en la fase de eliminación. Así mismo, estamos desarrollando equipos de desmontaje más eficientes para reducir el tiempo y el coste.



Reducción de productos químicos peligrosos y uso de materiales reciclables

En 2005, Kia Motors desarrolló un Sistema propio de gestión de productos químicos, el e-CMS, cuyo objetivo es el diseño de coches que no liberen sustancias dañinas para el medio ambiente. Este Sistema permite la gestión de la información sobre las sustancias químicas recogida en el International Material Data System (IMDS), que es un sistema electrónico que ofrece información sobre la reglamentación en materia medioambiental que deben cumplir los diferentes materiales que integran un vehículo. En el año 2010 pusimos en marcha el ProdTec, un sistema, basado también en los datos del IMDS, que permite el análisis de la composición y peso de los materiales que componen un coche en la fase de diseño. Gracias a este sistema, hemos elevado la velocidad del Sistema de Evaluación e Información del Reciclaje para la Homologación (RAIS-H), el actual sistema de evaluación del nivel de reciclaje/reutilización.

la gestión medioambiental uno de los objetivos clave en el **compromiso de gestión socialmente responsable**



Fase de Producción

Dirigimos nuestros esfuerzos a hacer realidad un entorno de producción limpio a través de un nuevo sistema de circulación de recursos. El objetivo es sustituir el actual modelo lineal de producción-consumo-desecho por un modelo cíclico que incorpore el reciclaje y la recuperación del calor para aumentar la eficiencia en la utilización de los recursos y reducir la carga medioambiental. Así, estamos estableciendo sistemas limpios y eficientes en todas nuestras instalaciones de producción al mismo tiempo que fomentamos las ideas y las prácticas innovadoras, ya que estamos convencidos de que se puede producir un cambio significativo cuando incluso la más pequeña mejora en el proceso de fabricación se aplica al conjunto de toda nuestra red global.

Entrada y salida de recursos

Mejoramos la productividad y eficiencia a través de la reducción de la cantidad de materias primas incorporadas, incluidas la energía y los recursos naturales, mientras frenamos la salida de materiales de desecho, gases de efecto invernadero y contaminantes. Tabulamos las entradas y salidas de recursos anualmente para controlar nuestro desempeño e introducir mejoras.

Materias primas

Nuestro objetivo es aumentar el número de productos fabricados para una cantidad determinada de materias primas con el fin de minimizar los residuos generados. Tabulamos nuestro consumo de recursos y realizamos un seguimiento de nuestros procesos, centrándonos especialmente en el acero, la pintura y los disolventes.

Reducción de residuos y reciclaje

Hemos puesto en marcha un sistema para gestionar las fuentes de generación de residuos, al mismo tiempo que realizamos mejoras continuas en el proceso de producción con el objetivo de minimizar los mismos. Gracias a los esfuerzos constantes en materia de reciclaje, el material de desecho llevado a vertederos en los dos últimos años ha sido inferior al 1% del total generado. Desde 2011 estamos aplicando medidas concretas con el fin de eliminar completamente los residuos incinerados, como el aumento del reciclaje, la reducción de materiales de embalaje y la recuperación del calor. Nuestro objetivo es reducir los residuos incinerados a menos del 5% del total en 2014.

Recursos Hídricos

Nos esforzamos por minimizar el uso de los recursos hídricos mediante la inversión continua en nuestras instalaciones para conseguir mejoras. Al mismo tiempo, el ahorro de agua es parte del estilo de vida de nuestra compañía.

Consumo energético y emisiones de gases de efecto invernadero

La mayoría de los gases de efecto invernadero emitidos por Kia Motors se atribuyen al uso de fuentes de energía. De ahí que estemos trabajando para incrementar el uso de fuentes de energía renovables mientras reemplazamos los equipos existentes con alternativas de mayor eficiencia energética.

Contaminantes ambientales

Las normas internas de nuestra compañía respecto a los contaminantes de la atmósfera o el agua son incluso más estrictas que las de algunos gobiernos. Así, trabajamos continuamente para usar materias primas de baja toxicidad, optimizar el proceso de trabajo, reciclar y reutilizar los subproductos del proceso de fabricación y procesar de forma segura y eficiente aquellos materiales que pueden dañar el medio ambiente.

Sustancias químicas peligrosas

Cumplimos con el Reglamento de la UE relativo al Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de las sustancias y preparados químicos (REACH) que entró en vigor en 2007 y obliga a que las sustancias químicas fabricadas o importadas en cantidades de una tonelada anual o superiores deben registrarse obligatoriamente en una base de datos central gestionada por la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos.



Fase de Distribución

Sistema de distribución

Kia Motors trabaja con más de 1.000 proveedores de piezas primarias y secundarias. Para minimizar las fuentes de residuos y aumentar la eficiencia en la totalidad del proceso de distribución, desde la adquisición de las piezas para la producción hasta las ventas, hemos creado un equipo especial cuya misión es llevar a cabo una innovación fundamental en el proceso de distribución. En los dos últimos años hemos llegado a nuestros clientes consiguiendo una reducción en los costes de distribución de más de 13 billones de wones. En este sentido, un aspecto fundamental es el fortalecimiento de la cooperación entre los diferentes lugares de trabajo.



Nuestro objetivo es
reducir los residuos
incinerados a menos del

5% del total en 2014



Fase de Eliminación En 2005 Kia Motors puso en marcha el “Automotive Resource Regeneration Center” con una capacidad de procesamiento anual de 4.000 unidades. El centro ofrece, además, soporte tecnológico para el diseño de vehículos reciclables y para el desarrollo de tecnologías de reciclado que permitan reducir los residuos a través de la mejora del proceso de eliminación.

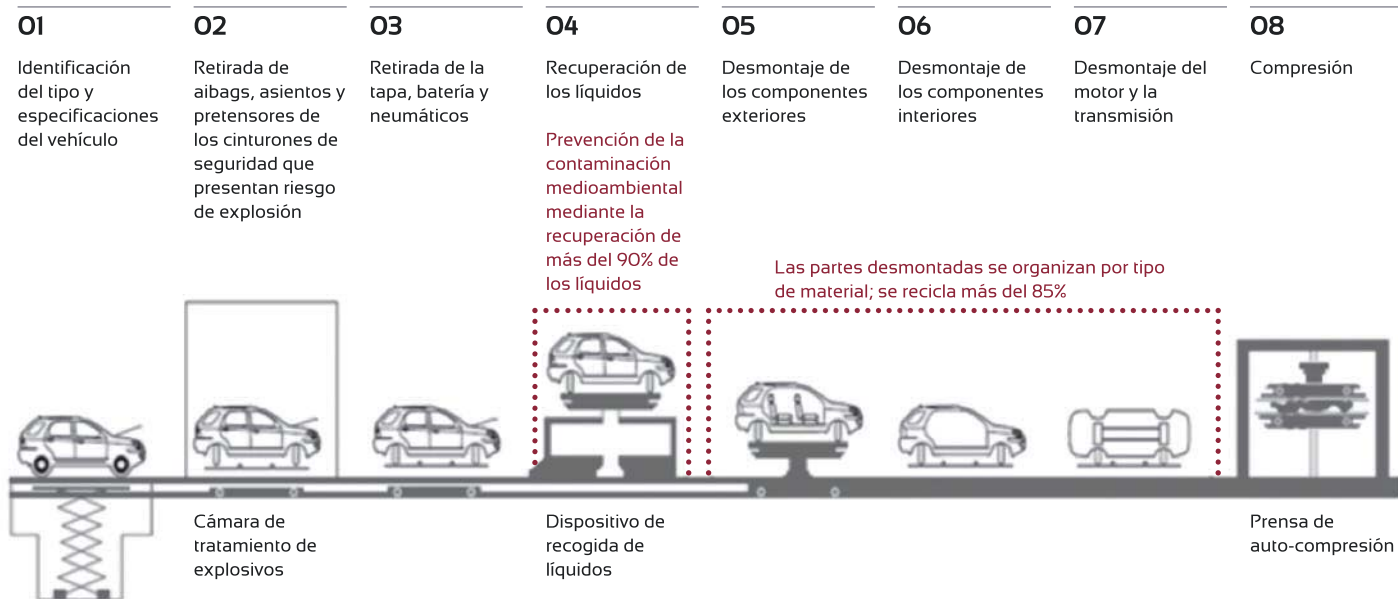
Sistema de procesamiento en la fase final del vehículo

Kia Motors cuenta con un vanguardista sistema de seguimiento y control que rastrea la secuencia del tratamiento al final de la vida del vehículo en tiempo real desde el número de unidades que están siendo procesadas hasta la cantidad de materiales reciclables y residuo procesados. Este sistema está diseñado para manejar grandes cargas con ocho procesos de flujo continuo.

Reciclaje de vehículos ecológicos

Ya disponemos de un sistema que nos permite el reciclaje de vehículos híbridos y continuamos desarrollando tecnologías que nos aseguren el reciclaje seguro y eficiente de los vehículos híbridos y eléctricos.

Secuencia del tratamiento del vehículo al final de su vida



Consumos

Así la serie de medidas anteriormente citadas, orientadas al ahorro de la energía/consumo y al respeto del medio ambiente, se traducen en mejoras continuas en toda nuestra gama de vehículos.

Sin ir más lejos, todos los modelos de gasolina comercializados por Kia Motors Iberia en el año 2011 se sitúan por debajo del consumo medio, concretamente en los segmentos más bajos, tal y como se pone de manifiesto en la 6ª edición de la “Guía de Vehículos Turismo, de venta en España, con indicación de consumos y emisiones de CO₂. Directiva Europea 1999/94/CE. Real Decreto 837/2002” publicado por el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) en diciembre de 2011.

El Kia Rio 1.1 CRDI WGT BASIC EcoDynamics 5p, vehículo de gasóleo de

mayor eficiencia energética

Vehículos de gasolina comercializados en 2011

Desviación del consumo respecto a la media

-25%
ó menos



En cuanto a los vehículos de gasóleo, de los más de 26 modelos que hemos comercializado en 2011, tan sólo 2 presentan un consumo igual o superior en un 5% a la media.

El Kia Rio 1.1 CRDI WGT BASIC EcoDynamics 5p aparece como el de mayor eficacia energética entre los vehículos de gasóleo en el ranking de los 30 coches de gasóleo disponibles en el mercado

español de mayor eficiencia energética publicado en la “Guía de Vehículos Turismo, de venta en España, con indicación de consumos y emisiones de CO2. Directiva Europea 1999/94/CE. Real Decreto 837/2002” publicado por el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) en diciembre de 2011. Dicho ranking se ha realizado atendiendo, por este orden, a sus características de menor consumo, mejor clasificación energética y menores emisiones.

Respecto a las emisiones, los modelos de gasolina de los nuevos Rio y Picanto, así como los del cee'd, el Río y el Venga de gasóleo, se sitúan por debajo del mínimo establecido por la Ley 34/2007 de Calidad del Aire y Protección de la Atmósfera, según la cual se establece una correlación entre el impuesto de matriculación y las emisiones.

Gasóleo



Gasolina

Ley 34/2007 de calidad del aire y protección de la atmósfera

Emisiones	Menos de 120 gr/Km	Entre 121 y 160 gr/Km	Entre 161 y 200 gr/Km	Más de 201 gr/km
Impuesto matriculación	Exentos	4,75%	9,75%	14,75%



Personas

A 31 de diciembre de 2011 Kia Motors Iberia cuenta con un equipo de 88 personas, 87 de las cuales poseen contrato indefinido. Somos una empresa joven -la edad media se sitúa en torno a los 37 años, que avanza en la igualdad de oportunidades, en 2011 la contratación de mujeres creció un 3,5%- y que considera el desarrollo profesional como un elemento clave -la totalidad de la plantilla ha recibido evaluaciones del desempeño y desarrollo profesional-. Nuestro futuro pasa por la integración en el proyecto global “La nueva Kia” cuyos objetivos son establecer una base para que cada uno de nuestros empleados llegue al máximo de sus posibilidades en el área en la que trabaja, promover las sinergias que se crean por la colaboración entre diferentes áreas organizativas, facilitar las comunicaciones multidireccionales y potenciar las ideas creativas y el espíritu de superación.



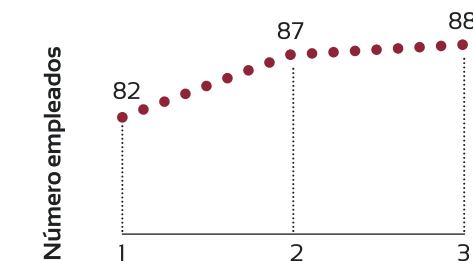
Empleo

Visión general A pesar de la situación actual de crisis por la que atraviesa nuestro país, nuestro equipo humano ha venido experimentando crecimientos en los últimos tres años. Por otro lado, a 31 de diciembre de 2011 de las 88 personas que integran la plantilla, 87 poseen contrato indefinido; esto es, el 98,9%.

Detallamos a continuación nuestros principales datos en empleo:

Evolución contrataciones

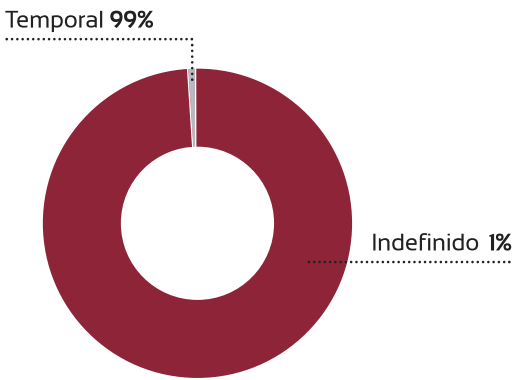
Año	Número empleados
2009	82
2010	87
2011	88



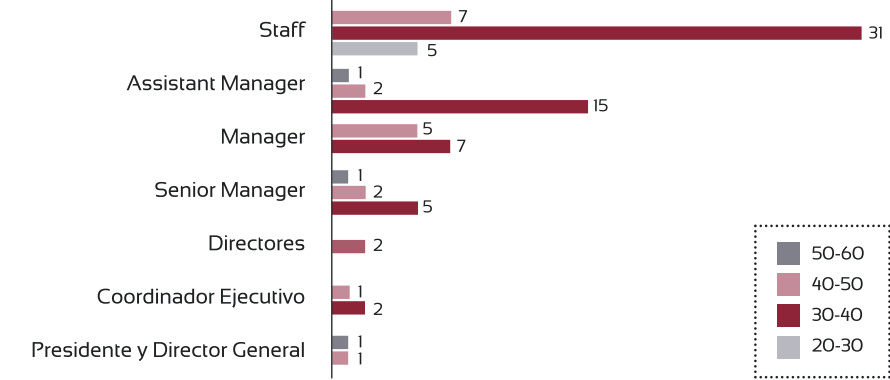
“La nueva KIA”
que cada uno de nuestros empleados llegue al máximo de sus posibilidades dentro de su área

Distribución plantilla por tipo de contrato

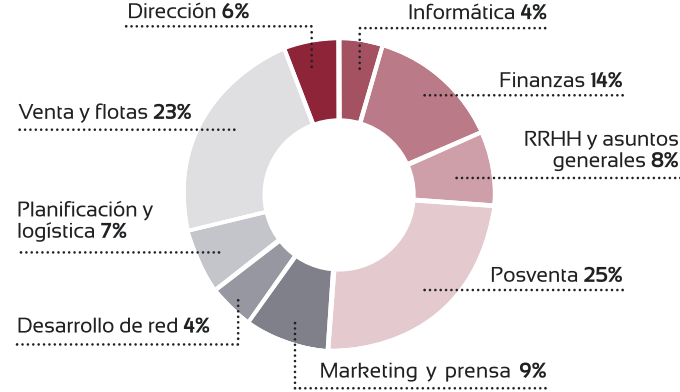
Tipo de contrato	Número trabajadores
Indefinido	87
Temporal	1



Distribución de la plantilla por categoría profesional y edad

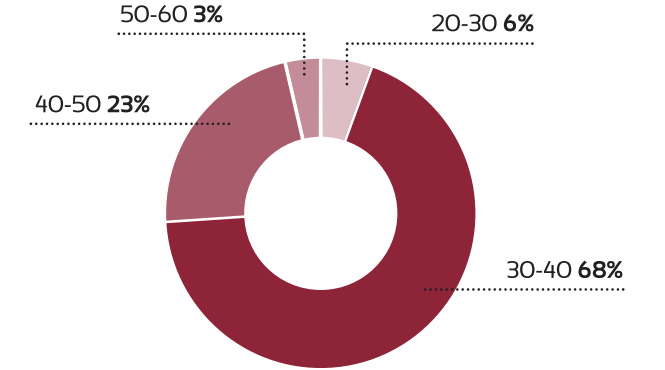


Distribución de la plantilla por tipo de empleo



Distribución de la plantilla por rango de edad

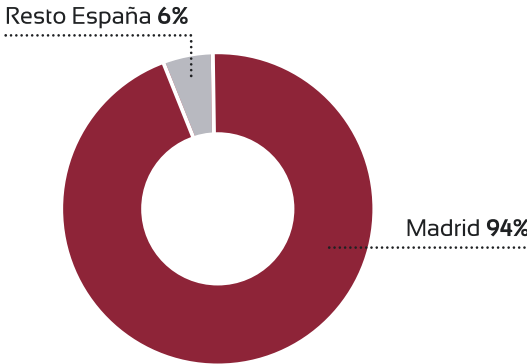
Intervalo de edad	20-30	30-40	40-50	50-60	Total empleados
Total	5	60	20	3	88



Respecto a la localización geográfica, el 94% de nuestros empleados trabajan en nuestras oficinas centrales de Madrid. El 6% restante se distribuye en cinco ciudades clave desde las cuales cubrimos la totalidad del territorio español.

Distribución plantilla por área geográfica %

Área	%
Madrid	94
Resto España	6





Rotación

En 2011, se produjeron seis altas y seis bajas (6,8 % de la plantilla) y todas ellas se produjeron en nuestras oficinas centrales. Es interesante destacar que la totalidad de las altas se producen entre empleo cualificado situado entre los 30 y los 50 años, y que de éstos, el 50% de las mismas corresponden a mujeres. La rotación no deseada se sitúa en un 2,2%.

en 2011 la
contratación de
mujeres creció un
3,5%



Rotación por grupo de edad

Grupo de edad	Altas	Bajas	Total empleados	Indice de rotación
20-30		2	5	-40%
30-40	4	2	60	3%
40-50	2		20	10%
50-60		2	3	-67%
Total	6	6	88	0%

Rotación por sexo

Sexo	Altas	Bajas	Total empleados	Indice de rotación
Hombres	3	6	56	-5%
Mujeres	3		32	9%
Total	6	6	88	0%

Rotación: bajas menos altas entre el total empleados a 31 de diciembre de 2011
Rotación no deseada: bajas voluntarias entre el total empleados a 31 de diciembre de 2011





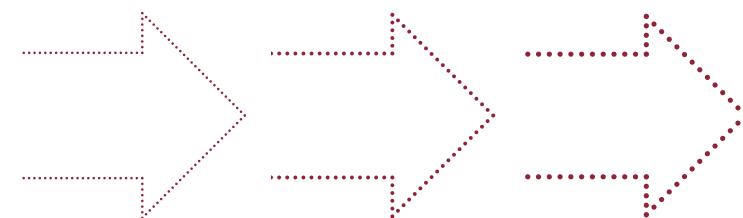
el 100%
de la plantilla recibió
evaluaciones
de desempeño



Desarrollo profesional y formación

En Kia Motors Iberia somos conscientes de que el valor de una compañía se mide por el valor de su gente. De ahí que la promoción del desarrollo profesional sea una de nuestras estrategias clave en la que seguir avanzando.

Entendemos que el desarrollo profesional va más allá de la simple capacitación; esto es, de la adquisición de habilidades que los empleados necesitan para llevar a cabo su trabajo. Nuestra concepción de desarrollo profesional se orienta hacia la enseñanza de las habilidades que nuestros trabajadores necesitarán en el futuro para progresar en su carrera y adaptarse a las necesidades que la compañía vaya teniendo en cada momento. Contamos para ello con las dos herramientas siguientes:



Programa de Gestión del desempeño Programa anual con un ciclo continuo cuyo objetivo es evaluar objetivamente el comportamiento individual en cada puesto de trabajo y determinar, en base a dicha evaluación, el desarrollo profesional para los próximos 2-5 años.

Mediante este proceso pretendemos, además, alinear a todos nuestros trabajadores con los valores y la estrategia de la compañía, de tal manera que aseguremos que todos estamos trabajando en la misma dirección para conseguir los objetivos que nos hemos fijado.

El comportamiento es evaluado a través de dos métodos de medida:

- **Objetivos específicos** para cada puesto de trabajo, fijados después de negociarlos con el responsable de cada departamento.
- **Competencias comunes** para toda la compañía que se demuestran a través del comportamiento de cada trabajador.

Ambas medidas están conectadas entre sí, ya que las competencias son los medios por los cuales cada empleado es capaz de alcanzar sus objetivos.

Tras la evaluación de los objetivos y competencias se define el objetivo profesional para los próximos 2-5 años que se materializa en las "Actividades de desarrollo a seguir".

En definitiva, este programa es un instrumento diseñado para dar la oportunidad de hablar y trabajar sobre los resultados y el desarrollo de carrera con el supervisor que se realiza cada año al 100% de la plantilla. Sus resultados han sido siempre positivos.



Plan de Organización del Personal Plan interno cuyo objetivo es situar y organizar a todo nuestro equipo humano para poder responder rápidamente ante los posibles cambios a los que puede verse sometida la compañía. A través del mismo:

- Capturamos las oportunidades de la planificación de la fuerza de trabajo.
- Revisamos el desarrollo personal de cada empleado y su potencial carrera dentro de la empresa.
- Definimos a los empleados que tienen un alto desarrollo profesional.
- Exploramos dentro de la organización los temas de los que más se habla por parte de los empleados para poder responder a sus necesidades.



Formación Formación, motivación e intercambio de experiencias se aúnan para que nuestros empleados se esfuercen por convertirse en verdaderos expertos en su trabajo que revierta en una mayor satisfacción de nuestros clientes.

En esta línea queremos destacar dos actividades formativas realizadas durante el 2011:

Curso 30 horas sobre la Ley Organica de Protección de Datos que ha recibido la totalidad de nuestros empleados. Formación bonificada por la Fundación Tripartita con un coste total de 5.398,15€

Por otra parte, potenciamos la formación de los técnicos de nuestro departamento de Posventa mediante la participación en el premio "Kia Skill World Cup" que se celebra cada dos años y cuya final tiene lugar en el Centro de Formación Chon-An (Corea). En 2012 se celebrará la Sexta Edición y confiamos en que Kia Motors Iberia mantenga o mejore los resultados obtenidos en la última edición: 1 medalla de oro, dos de plata y tres de bronce.

Los Asesores de Servicio también tienen su propio premio bianual relacionado con sus habilidades, el "Service Advisor Skill Cup".



Discapacidad

En cumplimiento con lo indicado en la Ley LISMI, la empresa obtuvo el certificado de excepcionalidad en virtud del cual mantiene firmado un convenio de colaboración con la Fundación Adecco por un total de 19.681,56 €. Este convenio marca el inicio de una etapa definida por el diseño de acciones para potenciar la integración social y laboral de personas con discapacidad.

En esta línea se realizó el ciclo de conferencias "Kia Motors for Ability" dentro de las cuales destacaríamos la Jornada "Vivir superando límites" organizada por la Fundación Adecco, donde empresa, discapacidad y deporte se unen para configurar un mensaje repleto de motivación, diversidad e igualdad.



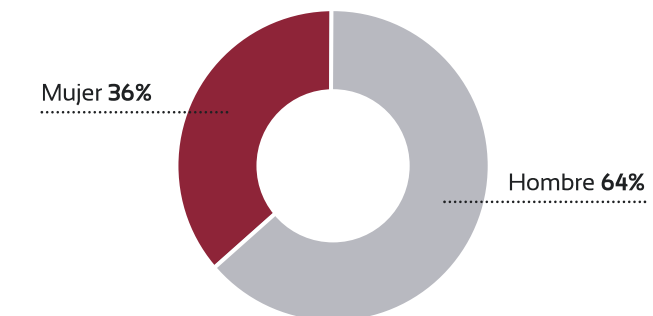
Igualdad y conciliación

Con una plantilla de 88 empleados, mantenemos un porcentaje de 36% de mujeres y un 64% de hombres. Por otro lado, conviene destacar que el 50% de las contrataciones que realizamos en el año 2011 fueron mujeres.

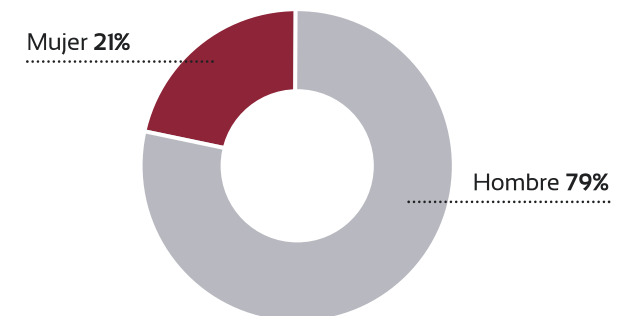
El salario base para cada categoría profesional es el mismo para hombres y mujeres, por otro lado como ya hemos destacado en epígrafes anteriores, el desarrollo profesional de nuestros empleados y el acceso a determinados niveles profesionales están basados en los méritos profesionales y personales.

El salario base para cada categoría profesional es el mismo para hombres y mujeres

Plantilla por sexo

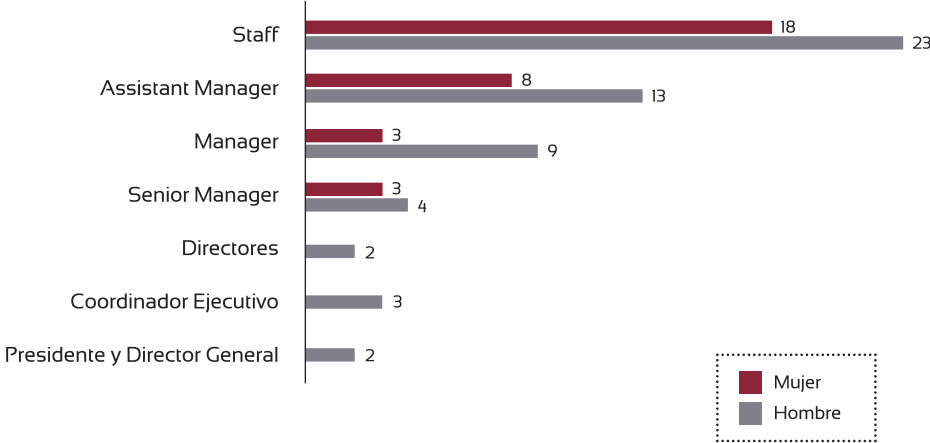


Distribución comité de dirección por sexo



Distribución plantilla por categoría profesional y sexo

Categoría profesional	Hombre	Mujer	Total empleados
Presidente y director general	2		2
Coordinador ejecutivo	3		3
Directores	2		2
Senior manager	4	3	7
Manager	9	3	12
Assistant manager	13	8	21
Staff	23	18	41
Total	56	32	88



Niveles reincorporación paternidad o maternidad

Sexo	Paternidad/maternidad	Total empleados	Empleados reincorporados
Hombres	4	56	4
Mujeres	2	32	2
Total	6	88	6



Beneficios sociales

Ofrecemos los mismos beneficios sociales a todos nuestros empleados, independientemente del tipo de jornada, contrato o actividad. Éstos son:

- Seguro de salud: Cuota de 41,65 €.
- Seguro de vida: Capital asegurado 70.000 €.
- Tickets Restaurante: 9 € por día laborable.

Adicionalmente, hemos puesto en marcha un Plan de Retribución Flexible al que cada trabajador podrá acogerse de forma opcional. Actualmente dicho plan, al que ya se ha acogido el 16% de la plantilla, contempla la posibilidad de obtener beneficios en las tres áreas siguientes:

- Cheques guardería, con un coste mensual de 30 € para la compañía.
- Alquiler de vivienda.
- Seguro de salud a familiares.



Representación Sindical

El ordenamiento jurídico español reconoce y favorece la existencia de instrumentos de representación de los intereses de los trabajadores, que se constituyan en interlocutores del empresario y actúen en nombre del colectivo de trabajadores para promocionar y defender los intereses de la colectividad de los trabajadores.

En este sentido, Kia Motors Iberia respeta la libertad de asociación de los empleados. Así, tenemos cuatro empleados afiliados a UGT y un empleado independiente.



Gestión de la Prevención

Política de Prevención de Riesgos Laborales Kia Motors Iberia posee una política de prevención de riesgos laborales que detallamos a continuación.

Queremos lograr las mejores condiciones de seguridad y salud laboral para todos nuestros trabajadores y para las terceras personas que puedan permanecer en nuestras instalaciones. De ahí, que hayamos desarrollado un sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales que **se integra plenamente en todos los aspectos de nuestra actividad y forma parte de nuestra manera de trabajar**, al igual que hacemos con los principios de gestión de la calidad o protección del medio ambiente. Este sistema está basado en los siguientes principios:

- **La salud y seguridad de los trabajadores** contribuye a la ejecución de nuestra actividad empresarial, preservando y desarrollando los recursos físicos y humanos y reduciendo las pérdidas y responsabilidades legales que se derivan de la materialización de los riesgos laborales.
- **La actividad preventiva** se orientará a evitar los riesgos y a evaluar aquéllos que no se hayan podido eliminar.
- **La determinación de las medidas preventivas** se efectuará intentando actuar sobre el origen de los riesgos y, en su caso, anteponiendo la protección colectiva a la individual y considerará los riesgos adicionales que pudieran implicar y sólo podrán adoptarse cuando la magnitud de dichos riesgos sea sustancialmente inferior a los que se pretende controlar y no existan alternativas más seguras.



Actuaciones realizadas en materia de vigilancia de la salud La especialidad preventiva de Vigilancia de la Salud en Kia Motors Iberia se encuentra externalizada mediante un Servicio de Prevención Ajeno debidamente acreditado.

Las actuaciones alcanzan a todos los trabajadores de la empresa que voluntariamente den su consentimiento para llevar a cabo la vigilancia de la salud.

Esta vigilancia dejará de ser voluntaria, tal y como se indica en el punto 1 del artículo 22 de la Ley 31/95 de Prevención de Riesgos laborales, en los siguientes casos:

- Cuando la realización de los reconocimientos médicos sea imprescindible para evaluar los efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud de los trabajadores.
- Cuando se deba verificar si el estado de la salud del trabajador puede constituir un peligro para él mismo, para los demás trabajadores o para otras personas.
- Cuando así este establecido en una disposición legal en relación con la protección de riesgos específicos y actividades de especial peligrosidad.

Cada vez que se incorpore un trabajador nuevo a la empresa, el empresario se pondrá en contacto con el Servicio Prevención Mancomunado y se solicitará día y hora para la realización de la revisión inicial de la salud de los trabajadores.

La periodicidad de los controles vendrán establecidos por el Médico de Vigilancia de la Salud del Servicio de Prevención Ajeno, que establecerá los protocolos médicos que crea oportunos aplicar en base a los riesgos a los que esté sometido el trabajador y de acuerdo a la normativa vigente.



Índices de siniestralidad Los datos disponibles corresponden a los facilitados por FREMAP para el periodo comprendido entre enero de 2009 y febrero de 2011.

Se observa un índice de siniestralidad muy bajo, con tan solo dos accidentes de trabajo con baja en 2010 atendidos por FREMAP que supusieron un total de 35 días de baja. El índice de incidencia se ha mantenido nulo durante todo este periodo.



Comunicación y Participación



Encuesta a los empleados Kia Motors Iberia lleva a cabo un estudio anual “Core Value and Engagement Survey” cuyo objetivo es medir el compromiso de sus empleados con la compañía, su nivel de motivación, el grado de identificación con la empresa y con la marca, así como su nivel general de satisfacción. Se identifican, además, los factores que les impulsan al compromiso. Los resultados de este estudio, así como las acciones específicas definidas para mejorar los resultados allí donde es necesario, se comunican a todos los empleados. Su involucración es clave para conseguir un compromiso y una motivación cada vez mayores.

Esta encuesta se realizó en el último trimestre de 2011 y se realizó a todos los empleados de Kia Motors Iberia. En líneas generales los ítems más destacados son:

- El alto compromiso de los empleados con la compañía y en los productos que ésta ofrece.
- Poseen una clara orientación al cliente y a su satisfacción.
- Tienen claras sus responsabilidades, aunque reconoce que las metas que se les marcan son desafiantes.
- Uno de las expectativas que reflejan es avanzar en las medidas de conciliación.



Canales de Comunicación El diálogo permanente entre la compañía y sus empleados es uno de nuestros principales objetivos de comunicación interna. De ahí que hayamos introducido un modelo informativo que incluye la integración y coordinación de diversos soportes y formatos, tales como intranets (El Portal del Empleado), un buzón de sugerencias, carteles, reuniones periódicas y eventos.

“Core Value and Engagement Survey”
el objetivo es medir el compromiso de sus empleados con la compañía



El futuro: La nueva Kia Kia Motors Iberia participa activamente en el proyecto global denominado “La nueva Kia”. Estamos trabajando juntos para crear una cultura corporativa propia. Nuestro objetivo es establecer una base para que cada uno de nuestros empleados llegue al máximo de sus posibilidades en

el área en la que trabaja, promover las sinergias que se crean por la colaboración entre diferentes áreas organizativas, facilitar las comunicaciones multidireccionales y potenciar las ideas creativas y el espíritu de superación. Este programa de trabajo se estructura en torno a 4 grandes áreas:

Design Our Communication (DOC)

Estamos convencidos de que la creatividad empieza con la comunicación. De ahí que queramos construir una cultura que facilite la comunicación a todos los niveles.



Design Our Team (DOT)

Uno de los pilares de nuestra cultura es la colaboración. El rediseño de los equipos nos permitirá crear sinergias y alcanzar nuestros objetivos. Con esta iniciativa queremos reforzar el trabajo en equipo a través de diversos programas.



Design Our Feeling (DOF)

A través de múltiples programas y actividades, queremos fomentar el pensamiento positivo de nuestros empleados para que se sientan cada vez más comprometidos y orgullosos de pertenecer a nuestra compañía.



Design Our Work (DOW)

Revisamos las tareas y responsabilidades con el fin de mejorar las competencias individuales y aumentar la eficacia del flujo de trabajo general. Creamos así una ventaja competitiva que solo pertenece a Kia Motors.





Globalidad

Kia Motors Iberia está integrada en una red global que vende más de 2 millones de vehículos al año y tiene presencia en todos los rincones del mundo, desde Asia y América hasta Europa, Oriente Medio y África. Somos alrededor de 45.000 empleados y tenemos unos 4.400 distribuidores en todo el mundo. El significado de estas cifras no es otro que nuestro compromiso con el mundo. Como miembros de la comunidad global somos conscientes de que todas nuestras actividades: las inversiones, el desarrollo y diseño de nuevos productos o el día a día de cualquiera de nosotros repercuten en el mundo. Por ello, queremos contribuir a la prosperidad de toda la humanidad desde el lugar concreto en el que operamos.

Bajo el slogan "moving the world together", nuestras acciones se estructuran en torno a las tres siguientes líneas de actuación que recogen nuestro apoyo a los ocho objetivos del milenio del Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas.

- Compartir y retribuir a la comunidad a través de diversas actividades de proyección social.
- Regirnos por las leyes, regulaciones y acuerdos medioambientales alcanzados a nivel global y participar activamente en los esfuerzos de protección del medio ambiente.
- Mejorar la comprensión entre las diferentes culturas y contribuir al crecimiento de la comunidad global a través de intercambios culturales activos.

Nuestro objetivo final no es otro que apoyar a los colectivos más desfavorecidos, tanto a nivel local como a nivel mundial. Para ello hemos establecido una estrategia de colaboraciones y patrocinios que, además de perseguir nuestro objetivo final, potencien en la sociedad valores como el deporte o la cultura.

Detallamos a continuación las acciones llevadas a cabo por Kia Motors Iberia a lo largo de 2011, tanto en lo que se refiere a colaboraciones con Fundaciones como a patrocinios.

moving • the world • together

Refleja las características de un fabricante de automóviles al mismo tiempo que expresa nuestro compromiso hacia el cambio continuo y el crecimiento

Representa la propagación de nuestra filosofía de contribución a la sociedad, así como la naturaleza global de nuestras actividades de proyección social

Enfatiza nuestra armoniosa asociación con la sociedad como ciudadano corporativo global



ERRADICAR LA POBREZA EXTREMA Y EL HAMBRE

EDUCACIÓN UNIVERSAL

IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS

REDUCIR LA MORTALIDAD INFANTIL

MEJORAR LA SALUD MATERNA

COMBATIR EL VIH/SIDA

SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

FOMENTAR UNA ASOCIACIÓN MUNDIAL

Colaboraciones



Fundación Rafael Nadal



Creada en noviembre de 2007 y presentada oficialmente en febrero de 2008, la Fundación Rafael Nadal, nace de la voluntad del jugador de tenis y de su familia de contribuir a la ayuda de quienes más lo necesitan. Su misión es ofrecer una oportunidad para el futuro de los niños y adolescentes más desfavorecidos, principalmente a través de programas educativos que utilizan el deporte como una herramienta para su integración personal y social.

Los proyectos concretos que actualmente la Fundación tiene en marcha son los siguientes:

Integración y Deporte Se trata de un acuerdo a largo plazo alcanzado con Aldeas Infantiles SOS fundamentado en el planteamiento de que el deporte posibilite que niños y jóvenes de entre 6 y 18 años que viven en un entorno social y familiar desfavorecido y en exclusión social o en riesgo de ello se sientan como personas que actúan, piensan, reflexionan y construyen. El objetivo es conseguir el fortalecimiento y la cohesión familiar a través de la actividad física y la práctica deportiva. El deporte se convierte, así, en un medio eficaz para lograr la integración y el crecimiento personal de los adolescentes.

Más que tenis La Fundación firmó en 2010 un convenio con Special Olympics para impulsar un proyecto social a largo plazo, “Más que tenis”. El principal objetivo es promover el deporte, y en especial el tenis, entre jóvenes de entre 8 y 25 años que sufren algún tipo de discapacidad intelectual. El programa permite que éstos mejoren su autoestima y estén preparados para llevar una vida autónoma, siendo capaces de tomar decisiones personales y adquirir unos hábitos para poner en práctica durante su día a día.

Centro Educativo Anantapur Este proyecto humanitario, activo desde octubre de 2010, nace de la colaboración entre la Fundación Rafa Nadal y la Fundación Vicente Ferrer. Esta alianza ha permitido la construcción y mantenimiento de una escuela de educación integral y de un centro de entrenamiento y práctica de tenis dotado de tres pistas. A través de este proyecto, la Fundación ofrece oportunidades de futuro a 150 niñas y niños del distrito de Anantapur, el mayor de los 22 distritos del estado de Andhra Pradesh en la India y considerada una de las zonas con más pobreza del país. Los niños y niñas reciben apoyo escolar en las asignaturas que suelen presentar mayor dificultad para los estudiantes, como son el inglés o las matemáticas, y un refuerzo en capacitación informática. Así mismo, mejoran su formación integral a través del deporte. Este proyecto contempla también la cobertura nutricional y sanitaria para los alumnos con el propósito de poder satisfacer sus necesidades básicas, tanto alimenticias como médicas.

Kia Motors Iberia, patrocinador oficial del deportista, ha recaudado 45.540,56 euros durante 2011 a través de acciones como la celebración de un campeonato de golf, la venta de pulseras solidarias de la Fundación Rafa Nadal o la campaña de donación a través de SMS “Mi mensaje solidario”.

Fundación José Manuel Calderón



Es una iniciativa privada de uno de los jugadores españoles más populares de la NBA, que actualmente juega en los Toronto Raptors. Su objetivo principal es compartir con otras personas, especialmente niños, valores vinculados al deporte: Trabajo en equipo, disciplina, esfuerzo y unidad. Se busca utilizar el deporte para prescribir estos valores y mantener alejados a los más jóvenes de los problemas en los que se pueden ver inmersos en nuestra sociedad actual.

Entre los proyectos en los que Kia Motors Iberia se ha involucrado destacan: “Campus José Manuel Calderón”, donde los jóvenes entrenan junto al jugador para desarrollar su espíritu deportivo y aprender disciplina o “Street basketball Tour”, gira de torneos por Extremadura, tierra natal del jugador.





La Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER)



La Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) es una organización cuya finalidad es apoyar al colectivo de afectados por enfermedades poco frecuentes. En España son más de 3 millones de familias las afectadas que se encuentran solas, sin recursos y no saben a quién acudir. FEDER ayuda a que estas familias puedan recobrar la esperanza, trabaja por un mundo en el que las personas que padecen una enfermedad poco frecuentes tengan las mismas oportunidades en la vida que el resto de la sociedad y se constituye en la voz de las familias y en el representante de sus derechos.

Los principales servicios que ofrece FEDER son los siguientes:

- Información y orientación a las familias. Es el único servicio de información y orientación de enfermedades raras en España. Se trata de una línea de atención integral que tiene como objetivo ofrecer ayuda y acompañamiento a las familias y afectados y del que ya se han beneficiado más de 20.000 personas.
- Atención directa para que los afectados alcancen el máximo nivel de conocimiento y manejo de su enfermedad.
- Portavocía y defensa de los derechos para posicionar estas enfermedades como prioridad en la agenda política de la administración.

Recientemente hemos llegado a un acuerdo que permitirá mejorar la calidad de vida de las personas con patologías poco frecuentes con una donación que permitirá a FEDER atender de forma integral a 45 familias.



“Planting for a better life”

Kia Motors Iberia, junto con otras 13 filiales de Kia Motors Europe, está participando en un nuevo programa de carácter pan-europeo denominado “Planting for a better life”. Este programa, que extiende el proyecto que iniciaron en 2007 las filiales de los Países Bajos y Suecia, consiste en la plantación de arbustos de Jatropha en el sur de Mali, uno de los países más afectados por el cambio climático. Este arbusto protege a otras plantas, ya que frena la erosión del suelo, mientras que su fruto puede utilizarse para hacer biodiesel y jabón. El programa, por tanto, no solo contribuye a la protección del medio ambiente sino que proporciona una fuente de ingresos a la comunidad local.

Los **diez puntos** en los que se sustenta el programa son los siguientes:

- Duración del programa: 3 años
- Kia donará seis arbustos por cada nuevo coche vendido en Europa occidental
- Kia donará al programa 500.000 € cada año
- Kia planea plantar hasta 2 millones de arbustos de Jatropha cada año
- La Jatropha es una planta de hoja perenne, dura y resistente a la sequía y a las plagas
- La Jatropha crea una cobertura que protege a otros cultivos y previene la erosión del suelo
- La Jatropha impulsa el rendimiento de los cultivos y de la agricultura en general
- Los frutos de la Jatropha pueden utilizarse para producir biodiesel
- El programa genera ingresos adicionales para los granjeros y sus familias
- El programa proporcionará beneficios a largo plazo para la comunidad local



Patrocinios

A través de nuestros patrocinios queremos potenciar en la sociedad los valores que se derivan del deporte o la cultura. Concretamente:



Kia con el deporte

● Tenis

Rafael Nadal

● Baloncesto

Liga ACB
NBA

● Golf

Tour Gambito

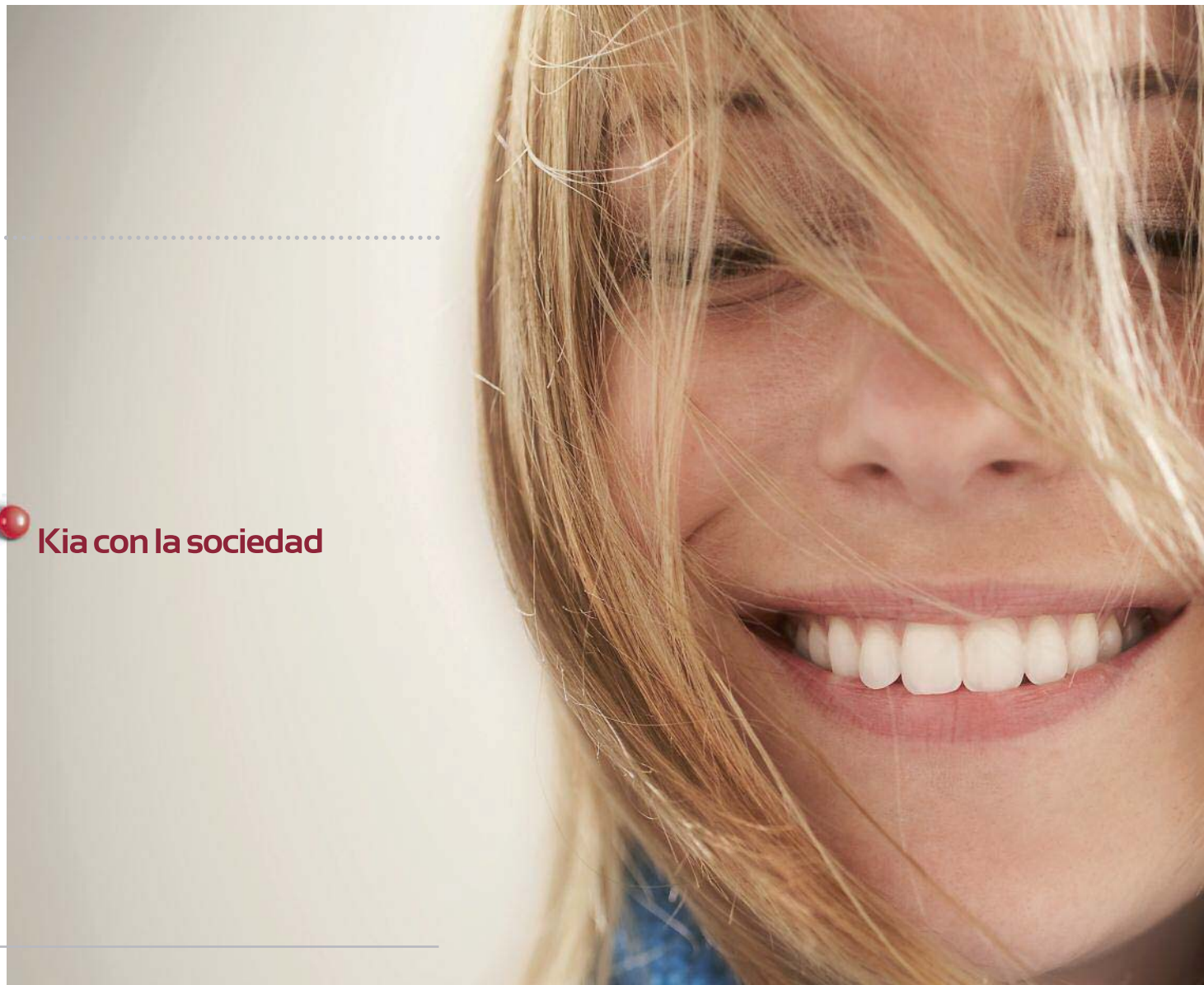


Kia con la cultura

● Música

Conciertos
Video-clips

Kia con la sociedad





Rafael Nadal

Desde 2004, el tenista Rafael Nadal es el embajador de nuestra marca. La fuerza y energía de este extraordinario deportista representa de un modo excelente los valores de nuestra marca y las características de diseño, calidad y tecnología.



Liga ACB



Una muestra más del grado de compromiso que mantiene KIA con el deporte, y en especial con el deporte español y, en particular, con el baloncesto es el acuerdo sin precedentes alcanzado con la Asociación de Clubes de Baloncesto (ACB) para patrocinar nuestra liga de baloncesto de Europa. Se trata de la única marca automovilística que patrocina la ACB.

Este acuerdo es sólo el primer paso para una nueva etapa de colaboración entre ambas entidades para beneficio de todos los fans del baloncesto y los clientes de KIA.

Como patrocinadores organizamos una serie de eventos y actividades en los alrededores de los estadios de la ACB antes de los partidos, con juegos y concursos de canastas, donde los asistentes se llevan regalos simplemente por participar.



NBA



KIA Motors ha firmado un acuerdo de patrocinio con la "National Basketball Association" en España. El objetivo de esta colaboración es potenciar en nuestro país la que es considerada la mejor liga de baloncesto del mundo, y la visibilidad de KIA en los eventos que la NBA organiza en distintas localidades españolas. Esta alianza da continuidad al acuerdo que ambas instituciones mantienen desde hace años en Estados Unidos.



Tour de golf "Gambito"

El Circuito Premium Nacional de Gambito Golf es actualmente el circuito amateur más prestigioso a nivel nacional. El circuito proporciona a los aficionados al golf la posibilidad de competir en 33 de los mejores campos de golf de España, durante 66 días de competición.

Gracias al acuerdo que hemos alcanzado, los participantes tienen la posibilidad de ver en directo y sin moverse del campo de golf nuestros coches más exclusivos, que permanecen siempre expuestos para que quien así lo quiera pueda valorarlos de primera mano. Además, ofrecemos a los jugadores la posibilidad de colaborar con la Fundación Rafa Nadal a través de la venta de la pulsera solidaria de la Fundación. La recaudación obtenida durante 2011 ha sido de 19.300 €.



Música

Con motivo del lanzamiento del RIO patrocinamos los video-clips de grupos musicales como Maldita Nerea, Despistaos o Almas Mudas.



A través de nuestros patrocinios queremos
potenciar los valores
 en la sociedad

Colaboración



Un automóvil es una máquina compleja compuesta por más de 20.000 piezas en cuyo proceso de fabricación, distribución y eliminación intervienen múltiples compañías. De ahí que los acuerdos alcanzados con las mismas sean claves. Nuestro objetivo es que a través de la colaboración y de la especialización de las empresas con las que trabajamos incrementemos nuestra mutua competitividad. Esto hace que nos refiramos a ellas con el término de “socios” en lugar de “proveedores”. La relación con nuestros socios se basa en la honradez, en la responsabilidad y en el diseño continuo de sistemas y programas que contribuyan a compartir nuestra filosofía y nuestro crecimiento con nuestros socios mediante políticas diseñadas globalmente y aplicadas en cada uno de los países donde opera nuestro Grupo.



La colaboración con nuestros socios se centra en cinco grandes líneas de actuación:

Cooperación para el crecimiento mutuo Para ello hemos diseñado el Sistema “Value Engineering”(VE) cuyo objetivo es la reducción de costes sin comprometer la calidad de los productos. A través de este Sistema trabajamos para mejorar la competitividad de nuestros socios en una doble vía: Por una parte, promovemos la fabricación local de las piezas que tradicionalmente se importaban y, por otra, ayudamos a nuestros socios a establecerse cerca de nuestros centros de producción e instalaciones en todo el mundo. De este modo, todos ellos se aseguran el suministro permanente de piezas de calidad.

Apoyo para incrementar los conocimientos Este apoyo se lleva a cabo a través de un Comité interno que fomenta la cooperación para lograr el beneficio mutuo y de una Fundación externa co-fundada por Kia Motors y 165 socios cuyo objetivo es promover la industria coreana de piezas para automoción. Esta Fundación, que opera con unos fondos anuales de unos 5 billones de wones aportados por nuestro Grupo, proporciona formación en tecnología y gestión a todos nuestros socios, tanto primarios como secundarios y terciarios. A partir de 2010, hemos ampliado los programas de apoyo orientados al crecimiento sostenible.

Apoyo para la estabilidad del negocio Hemos establecido una extensa red de apoyo financiero a nuestros socios integrada por diferentes programas que contribuyan a conseguir el crecimiento mutuo. Algunos ejemplos de estos programas serían el pago al contado a nuestros socios pequeños y medianos, la organización de compras al por mayor entre nuestros socios para conseguir un ahorro de costes o los múltiples programas específicos de financiación directa.

Fomento de la honradez y la responsabilidad Junto con el resto de filiales del grupo, en junio de 2010 firmamos el Segundo Acuerdo sobre Crecimiento Mutuo y Comercio Justo con 2.700 socios. Así mismo, tenemos establecido un sistema de compras para todos nuestros socios que nos permite asegurar la eficiencia y la transparencia durante todo el proceso, al mismo tiempo que fomenta el compromiso con el medio ambiente, la protección de los derechos de sus empleados y la gestión ética.

Cooperación para minimizar el impacto medioambiental Desde el año 2003 venimos lanzando programas dirigidos a que todos nuestros socios contribuyan a cumplir no solo las regulaciones internacionales relativas al medio ambiente sino los rigurosos estándares fijados por nuestro Grupo.

Entre nuestros socios se encuentran las siguientes compañías:

Mobis

Llevamos más de 8 años colaborando con la filial española de Mobis, una compañía coreana que se ha ido expandiendo por todo el mundo de la mano de nuestro Grupo. Mobis Parts Iberia, S.L. es nuestro socio en la gestión de las piezas para los talleres. Comparte nuestra filosofía y valores y lidera una nueva cultura en la industria del automóvil a través de iniciativas como un sistema de gestión orientado al cliente, un innovador sistema de suministro de piezas y una gestión respetuosa con el medio ambiente.

Glovis

También Glovis, nuestro socio en la gestión de traslado de vehículos nuevos a los diferentes concesionarios, se ha expandido por todo el mundo a través de Kia Motors. Los acuerdos alcanzados con Glovis son claves para conseguir la entrega de vehículos nuevos en un periodo cada vez más corto, aumentando así la satisfacción del cliente, así como para reducir el tiempo de almacenamiento y, por tanto, los costes, en los almacenes que la compañía posee en Tarragona. En 2011 conseguimos reducir el periodo de almacenamiento de todos los vehículos a 1 mes, frente a los 10 meses que registrábamos en el año 2008. Por otra parte, la media en el plazo de entrega se ha conseguido reducir en un 65% desde 2007. Finalmente los costes unitarios de logística se han reducido en un 60% de 2008 a 2011.

Sigrauto

Respecto a la fase de eliminación, hemos firmado un acuerdo con Sigrauto (Asociación Española para el Tratamiento Medioambiental de los Vehículos Fuera de Uso) que garantice a nuestros concesionarios el mejor aprovechamiento y desmantelamiento de sus vehículos al final de su vida útil. La misión de Sigrauto es la de coordinar y gestionar las actividades derivadas de la nueva normativa sobre vehículos al final de su vida útil y representar y defender los intereses de nuestros concesionarios ante las Administraciones europea, central, autonómica y local de manera que pueda establecerse una cadena de tratamiento eficaz evitando que la sociedad tenga que dedicar importantes recursos en actividades que pueden desarrollar empresas privadas.

Fondomóvil

Al mismo tiempo Fondomóvil es nuestro socio en la gestión de residuos en todos nuestros talleres. Comparten con nosotros la preocupación por la gestión medioambiental, tal y como han puesto de manifiesto con la adhesión voluntaria al Reglamento EMAS (Environmental Management Audit Scheme). Con esta adhesión dejan patente su compromiso con la sociedad de llevar a cabo su actividad empresarial dentro de los parámetros de un desarrollo sostenible y mantener el control de los aspectos ambientales que produce, en concreto: Minimizando los residuos producidos, analizando y evaluando las oportunidades de reutilización y reciclado de materiales, reduciendo la emisión de contaminantes, utilizando la energía de modo eficiente, conservando los recursos no renovables y haciendo un uso sostenido de los recursos renovables.

Innocean Worldwide

Innocean Worldwide nació hace 7 años dentro de la corporación Hyundai Motor Group como Agencia de Marketing y Comunicación. En 2009 abrió oficina en Madrid para comenzar a dar apoyo al Grupo en el mercado español. Innocean es nuestro socio en el desarrollo completo de los procesos de Publicidad y comunicación. Desde el apoyo en la estrategia de la marca y su implicación en el producto a través de cualquiera de los actuales canales de contacto con el mercado y el consumidor hasta el trabajo creativo y la producción de las campañas. Estando en contacto con el resto de oficinas Innocean de Europa, además coordina y actualiza para nosotros cualquier campaña y material desarrollado para Kia Motors Europa.



Sobre el informe



Perfil, alcance y cobertura de la memoria Se trata de la primera memoria de sostenibilidad de Kia Motors Iberia. Para la elaboración de esta memoria, se ha utilizado como marco de referencia el Global Reporting Initiative (GRI-G3), tanto para la definición de los contenidos de la memoria, como para garantizar la calidad de la misma. La información recogida en la memoria corresponde al ejercicio 2011.

En los casos que se ha considerado interesante para los grupos de interés se ha incorporado información de Kia Motors. Por otra parte los datos económicos se han obtenido de las cuentas anuales 2011 de Kia Motors Iberia aprobadas por el Consejo de Administración y presentadas en el Registro Mercantil correspondiente.



Materialidad Se han tenido en cuenta aquellos aspectos más relevantes en materia de sostenibilidad, obtenidos en el estudio de materialidad elaborado por Kia Motors, así como las tendencias en sostenibilidad del sector de la automoción en España.

Grupos de interés y canales de comunicación de Kia Motors Iberia

Empleados	Portal del empleado: Intranet Web e-mail (circulares, etc.) Buzón de sugerencias Tablón de anuncios
Clientes	Eventos Esponsorizaciones Prensa Revistas Web Newsletters Encuestas de satisfacción
Proveedores	Web Buzón de sugerencias
Sociedad	Web Campañas Convenios de colaboración Patrocinios
Medios de comunicación	Notas de prensa Plataforma on-line exclusiva para los medios de comunicación (www.kiakonnect.com/prensa) Web e-mail Eventos

Edita:

Kia Motor Iberia

Sede social:

Edificio Vega Norte 2

C/ Anabel Segura nº 16

28108 Alcobendas (Madrid), España

Para cualquier aclaración, duda o sugerencia
relacionada con la memoria:

Contacto

Dirección de Recursos Humanos

Enrique Montes Destar

rsc@kia.es

