**LOS ESPECTADORES DEL SUPER BOWL VERAN EL PRIMER SEDAN DE LUJO DE KIA EN NUEVA CAMPAÑA PUBLICITARIA PROTAGONIZADA POR LAURENCE FISHBURNE EN SU ICONICO PAPEL DE LA PELICULA “THE MATRIX”**

***Campaña multifacética para el nuevo modelo de lujo “K900” del 2015 muestra a Morpheo desafiando nociones preconcebidas para abrir las mentes a un lado del lujo nunca antes visto***

* El comercial de 60 segundos "La Verdad" está programado para transmitirse en el tercer cuarto del gran juego, seguido por un despliegue de fases con elementos adicionales, que incluyen transmisión televisiva, cine, comercial digital e impreso, mercadeo experimental, redes sociales y componentes de CRM
* La versión extendida estará disponible en kia.com/K900-superbowl a partir del 28 de enero

**IRVINE, Calif., January 28, 2014** – “El mundo del lujo le ha tapado los ojos para ocultarle la verdad." Con estas palabras – y su inconfundible abrigo tipo trinchera y gafas de sol reflectantes - Laurence Fishburne regresa a su icónico papel de Morpheo de la trilogía “The Matrix1”, en un esfuerzo de mercadeo de plataforma múltiple de Kia Motors America (KMA) para el nuevo sedán de lujo K900 de tracción trasera que se estrenará durante el tercer cuarto del Super Bowl XLVIII. Moderno y elegante, el K900 marca una nueva era para Kia, y la campaña se creó para hacer que las personas cuestionen todo lo que creen saber acerca de la marca, mostrando un lado del lujo que nunca han visto antes.

Representando lo que se explora en la película sobre lo que es la percepción vs. la realidad, el primer elemento de la campaña es el comercial de 60 segundos para el Super Bowl en la que Morpheo ofrece a una pareja desprevenida una opción sorprendente mientras esperan por su automóvil en el estacionamiento de valet en un restaurante de lujo: "Tomen la llave azul, y así regresarán al lujo que ya conocen. Tomen la llave roja, y nunca mirarán al lujo de la misma manera".

1 TM & © Warner Bros. Entertainment Inc.

Después de escoger la llave roja, la trama se complica cuando Morpheo acompaña a la pareja en un viaje inolvidable lleno de imágenes y aclamaciones de las películas “The Matrix” para explicarles "lo que es verdaderamente el lujo" –el poder del motor V8 del K900, la tecnología avanzada y terminado y materiales magníficos- y “lo que es verdaderamente el lujo” al tiempo que les da serenata con una interpretación magistral de “Nessum Dorma,” una aria de la ópera “Turandot” de Giacomo Puccini. A medida que el K900 avanza, dos agentes sorprendentemente similares contemplan con incredulidad como los postes de la luz explotan y los edificios de gran altura ondulan como el agua.



"Kia ha estado siempre dispuesto a desafiar el status quo, y comenzando con nuestro comercial para el Super Bowl mostramos que queremos disipar la noción de que la tradición y la historia son lo que hace a un sedán de lujo -invitamos a aquellos con una mente abierta que vean al nuevo K900 para formar su propia opinión", dijo Michael Sprague, vicepresidente ejecutivo de marketing y comunicaciones, KMA. "El K900 ofrece algo moderno y diferente para el creciente número de personas que no quieren ser confinados por las definiciones tradicionales de lujo y al regresar al Super Bowl por quinto año consecutivo nos permite enviar una señal clara a la audiencia más grande de la televisión de que algo diferente está aconteciendo en Kia ".

Antes y después del Super Bowl, la campaña completamente integrada - creada por David y Goliath, agencia de publicidad de KMA - incorporará transmisión televisiva, cine, comercial digital e impreso, mercadeo experimental, redes sociales y los componentes de CRM, todo basándose en gran medida en las imágenes y las ideas de la películas, entre ellas: autos que levitan, trajes auténticos y accesorios, y una recreación del ambiente blanco rígido de "The Construct." En la versión extendida de 90 segundos, disponible en www.kia.com/K900-superbowl, la presencia del K900 dobla la cuchara de una mujer vestida de rojo.

Con el V8 que se espera salga a la venta esta primavera2, el nuevo K900 del 2015 está a punto de desafiar el segmento de lujo de tracción trasera de tamaño completo con una extensa lista de equipamiento estándar, interiores de primera clase y un impresionante diseño que redefinirá la precepción de los consumidores así como las expectativas hacia la marca Kia.

**Acerca de Kia Motors America**

Kia Motors America (KMA) es la rama de comercialización y distribución de Kia Motors Corporation con sede en Seúl, Corea del Sur. KMA orgullosamente sirve como el "socio automotriz oficial" de la NBA y el LPGA y superó la marca de ventas anuales de 500.000 por segundo año consecutivo en el 2013 tras el lanzamiento de siete vehículos completamente nuevos o rediseñados de manera significativa. Kia ofrece una línea completa de vehículos, incluyendo el sedán K900 de tracción trasera, el sedán Cadenza, el Sorento CUV, el vehículo Soul urbano de pasajeros, el compacto Sportage CUV, el sedán Optima mediano, Optima Hybrid, el sedán compacto Forte, Forte 5 puertas y compacto Koup, Rio y Rio de 5 puertas sub-compactos y la minivan Sedona a través de una red de más de 765 concesionarios en todo Estados Unidos. La planta ensambladora estadounidense de Kia en West Point, Georgia, fabrica el Optima\* y el Sorento\* y es responsable de la creación de más de 14.000 empleos.

La información sobre Kia Motors America y su  línea completa de vehículos está disponible en su sitio web - [www.kia.com](http://www.kia.com). Para obtener información de los medios, incluyendo fotografías, visite [www.kiamedia.com](http://www.kiamedia.com). Para recibir notificaciones por correo electrónico con los comunicados de prensa en inglés en el momento de su publicación, suscríbase a <http://www.kiamedia.com/us/en/newsalert>.

**\* El Sorento y Optima GDI (sólo modelo EX y ciertos modelos LX) y GDI Turbo son fabricados en los Estados Unidos con partes adquiridas en Estado Unidos y globalmente.**

2 El K90-V8 del 2015 se espera para la primavera de 2014. El K900-V6 se espera para el el verano de 2014. Inicialmente disponibles en algunos concesionarios con disponibilidad limitada. No todas las opciones están disponibles en todos los modelos.

# # #