

Hyundai Motor premiada por su estrategia de marca y su sobresaliente innovación

- Hyundai Motor se ubicó en el puesto **36** de 100 empresas en el ranking **general de marcas** y se mantiene en el **top 40** de empresas por **valor de marca** por quinto año consecutivo.
- Interbrand evalúa positivamente las "inversiones de Hyundai en **movilidad futura** y sus esfuerzos en mejorar su **imagen de marca**".
- El fabricante de automóviles también recibió un **premio Effie** por su campaña "[Hard work works](#)".



Octubre de 2019. Hyundai Motor ha mostrado un crecimiento continuo del **valor de la marca global**, asegurando su lugar dentro de las **40** principales compañías mundiales durante cinco años consecutivos. La compañía ha mostrado un fuerte incremento en el valor de su marca a nivel mundial, situándose en el puesto **36** en el Ranking de “**Mejores Marcas Globales de Interbrand 2019**” y en el sexto lugar entre los fabricantes de automóviles de la lista.

Según Interbrand, el valor de la marca de Hyundai Motor Company ha aumentado un 4,6 % desde 2018 (13.500 millones de dólares), alcanzando los 14.100 millones de dólares.

Desde que en 2005 Hyundai Motor entró en el ranking de las 100 mejores empresas en términos de valor de marca, ha permanecido en el top 100 durante 15 años consecutivos. A partir de 2005, la compañía ha experimentado un aumento de 48 posiciones en su ranking y de 10.000 millones de dólares en el valor monetario de su marca, logrando mejoras significativas en su conjunto.

Nueva campaña de Hyundai Tucson reconocida con el Premio Effie de Plata

Como un testimonio más del éxito de Hyundai, la campaña "[Hard work works](#)" del Nuevo Hyundai Tucson ha sido recientemente reconocida con un Effie de Plata. El video muestra a un hombre de treinta y tantos años que se ocupa de sus responsabilidades diarias en su Nuevo Tucson. Su duro trabajo es recompensado con reconocimiento en el trabajo y con una familia feliz en casa. Mientras que para los espectadores parece afortunado, el espectador sabe que esta "suerte" es en realidad el resultado de su duro trabajo.

Los Effie Awards Europe están considerados como el estándar de oro en la eficacia de las comunicaciones de marketing. La simplicidad del mensaje, así como la posibilidad de relacionarlo con los clientes de Hyundai, contribuyeron al éxito de esta campaña de marketing.

"Estas clasificaciones y premios demuestran hasta qué punto Hyundai ha progresado, de ser un rápido seguidor hasta convertirse en un líder de la industria entre los fabricantes de automóviles", dijo Andreas-Christoph Hofmann, Vicepresidente de Marketing y Productos de Hyundai Motor Europa. "Nuestras innovaciones en eco Mobility en particular nos diferencian de nuestros competidores y nos consolidan como pioneros en la industria. Nos complace ver que nuestros esfuerzos han sido fructíferos y que se están reconociendo nuestros progresos. Ampliaremos aún más nuestro enfoque para presentar a Hyundai como y los antecedentes de la compañía".

Hyundai vuelve a sus raíces a través de una nueva campaña de imagen basada en la marca

Mientras que las campañas de marketing anteriores, incluyendo el "Hard work works", tendían a centrarse en el producto, Hyundai ha implementado recientemente un nuevo enfoque basado en la marca en Europa. Esta nueva estrategia se centra en el pasado, el presente y la dirección futura de la marca.

Otro ejemplo reciente enfocado en la marca es la campaña de imagen lanzada en el verano de 2019, bajo el lema "[¿Qué es lo siguiente?](#)". Esta campaña está centrada en la evolución de Hyundai desde sus raíces industriales hasta convertirse a un **líder en movilidad futura**, liderando donde otros le siguen.

Hyundai recibe el premio Red Dot a la innovación y a la gestión de marca

Además de los desarrollos mencionados anteriormente, el esfuerzo propio de Hyundai por renovar sus capacidades de marca es también una de las razones de su alta posición en el Ranking de las Mejores Marcas Globales 2019 de Interbrand. El año pasado, la empresa, como primer fabricante de automóviles de Corea del Sur, recibió el **"Red Dot": Premio "Marca del año 2018"**, este reconocimiento se otorga a la marca que ha creado soluciones de diseño innovadoras de elevado nivel y que reconoce su calidad de diseño, así como su firmeza en la gestión de marca. Como parte del premio, Hyundai recogió cuatro "Red Dots" y tres "Red Dots: Best of the Best" junto con varias agencias.

La **consultora de marcas Interbrand**, reconocida mundialmente por su autoridad, lleva a cabo una evaluación anual de las principales marcas mundiales para publicar el Ranking de las Mejores Marcas Globales de Interbrand. El valor actual de cada marca se obtiene tras una evaluación exhaustiva de sus operaciones fiscales y de marketing, que se utilizan para calcular sus ingresos futuros.



Acerca de Hyundai Motor Europa

Hyundai Motor Europa (HME HQ) se estableció formalmente en el año 2000 con su oficina principal de Offenbach, Alemania. Hyundai actualmente vende vehículos en 41 países Europeos a través de 3.000 puntos de venta. En 2018 Hyundai Motor logró la matriculación de 543.292 vehículos en Europa, un aumento del 3.9 % en comparación con 2017, un crecimiento más fuerte que el del mercado. El 2018 ha sido record de ventas por cuarta vez consecutiva. Hyundai tiene la línea más joven de Europa, el 75% de los vehículos que vende Hyundai en la región son modelos diseñados, probados y fabricados en Europa para satisfacer las necesidades de los clientes Europeos, gracias a la amplia infraestructura Europa de la compañía. Esto incluye dos fábricas, una la República Checa y otra en Turquía, con una capacidad anual de 600.000 unidades. Hyundai se enorgullece de ofrecer la línea de productos más joven de Europa: el 90% de los modelos tienen menos de dos años. Hyundai Motor ofrece su paquete único de Garantía de Kilometraje Ilimitado por Cinco Años para los coches nuevos vendidos en la región, otorgando a los clientes una garantía de cinco años sin límite de kilómetros, cinco años de asistencia en carretera y cinco años de mantenimiento del vehículo. Para obtener más información acerca de Hyundai Motor Europa y sus productos, visite www.hyundai.news . Siga a Hyundai Motor Europa en Twitter [@HyundaiEuropa](https://twitter.com/HyundaiEuropa) e Instagram [@hyundainews](https://www.instagram.com/hyundainews)

Sigue a Hyundai motor Europa HQ en Twitter [@HyundaiEuropa](https://twitter.com/HyundaiEuropa) & Instagram [@hyundainews](https://www.instagram.com/hyundainews)

Contacto

Florian Buengener

Deputy General Manager Corporate & Brand PR

fbuengener@hyundai-Europa.com

+49(0)69 271472 – 465

Beatrice Luini

Corporate & Brand PR Specialist

bluini@hyundai-Europa.com

+49(0)69 271472 - 466

Acerca de Hyundai Motor Company

Establecida en 1967, Hyundai Motor Company se compromete a convertirse en un socio de por vida con los clientes gracias a su gama de vehículos de clase mundial y servicios de movilidad disponibles en más de 200 países. Con más de 110,000 empleados en todo el mundo, Hyundai vendió más de 4.5 millones de vehículos en todo el mundo. Hyundai Motor continúa mejorando su línea de productos con vehículos que ayudan a crear soluciones para un futuro más sostenible, como el NEXO, el primer SUV movido por hidrógeno del mundo. Se puede encontrar más información sobre Hyundai Motor Company y sus productos en: <http://worldwide.hyundai.com> o <http://globalpr.hyundai.com>

Descargo de responsabilidad: Hyundai Motor Company considera que la información contenida en este documento es precisa en el momento de su publicación. Sin embargo, la compañía podrá cargar nueva información o actualizarla si es necesario y asume que no es responsable de la exactitud de cualquier información interpretada y utilizada por el lector.