

BMW Group México, Latinoamérica y El Caribe comunica resultados regionales de ventas correspondientes a 2016

- BMW Group registra resultados récord de ventas para las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad.
- La estrategia de centralizar las operaciones comerciales de negocio en la oficina ubicada en Ciudad de México, demuestra un impacto positivo en ventas entre los países de la región.

Ciudad de México, 16 de enero de 2016 - BMW Group alcanzó globalmente sus mejores números de ventas en 2016 - este es el sexto año consecutivo en el que la compañía ha establecido un nuevo récord, manteniendo su posición como la compañía líder mundial en automóviles Premium. Con un crecimiento constante de las ventas durante todo el año, un total de 2,367,603 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce se colocaron en todo el mundo en 2016, logrando un aumento del 5.3% con respecto al año anterior. El último año también registró resultados históricos de ventas de motocicletas BMW Motorrad, con 145,032 unidades entregadas a clientes (+5.9%).

BMW Group México Latinoamérica y El Caribe por su parte, y como resultado de la aplicación de estrategias que integran la regionalización de la zona, posicionan al cliente en el centro de las actividades, la continua remodelación e inauguración de distribuidores, así como la constante renovación y ampliación de la gama de vehículos, registra resultados positivos con ventas de 34,670 vehículos de BMW y MINI (+15.4% en comparación con 2015), mientras que de BMW Motorrad se colocaron 8,321 unidades en 2016 (+44.9%).

El resultado del compromiso que BMW Group asumió con el continente americano, que constituye uno de los mercados en crecimiento para la empresa, ha sido sumamente eficaz, productivo y satisfactorio: “Vemos un mercado fuerte, las cifras de ventas y la retribución de los consumidores lo demuestran. Este cierre de año con un crecimiento por encima del segmento Premium nos coloca en una importante posición dentro del mercado” comentó el Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y CEO para México Latinoamérica y El Caribe.

México, principal mercado de América Latina con el mayor número de ventas para BMW Group.

Las ventas registradas en 2016 colocan a BMW Group en México en una importante posición dentro del segmento de lujo en el país. En el mercado de autos, la marca BMW registró ventas de 14,611 unidades, lo que representa un crecimiento del 20.1% en relación con el año anterior. La marca MINI vendió 6,028 unidades, incrementando un 13.6%, mientras que BMW Motorrad colocó 3,252 motocicletas registrando un crecimiento del 24.4% en comparación con 2015.

Como la Financiera de marca de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe, BMW Financial Services acompañó de manera significativa el logro de los resultados en México, ya que se alcanzaron niveles históricos de financiamiento de vehículos BMW, MINI y BMW Motorrad, con 10,895 contratos de unidades nuevas, a través de una agresiva oferta de productos financieros como lo son: Crédito Tradicional, Select, Leasing y Owner Choice.

“México es el mercado de América Latina con el mejor crecimiento, y el mayor volumen de ventas para BMW, nivel que la marca alemana prevé conservar este año, en el que vislumbramos una perspectiva positiva de negocios”, indicó el Dr. Alexander W. Wehr.

Latinoamérica, región estratégica para BMW Group

En los mercados Latinoamericanos, donde BMW Group opera negocios por medio de importadores, las ventas de BMW Group registraron un total de 9,400 vehículos BMW entregados a clientes (-11.4% en comparación con 2015), 1,450 MINI (-8.3%) y 2,912 motocicletas de BMW Motorrad (-4.5%), resultado de la inestabilidad política y económica en diferentes mercados en los que BMW Group tiene presencia en la región, teniendo como ejemplos a Chile y a Colombia.

Para los países de América Latina, BMW Financial Services tiene presencia bajo la figura de “Mercados de Cooperación”, en Perú, Chile, Colombia, así como Argentina, logrando resultados históricos con el financiamiento del 35% sobre el total de ventas de unidades, con un portafolio de productos Financieros diseñados de acuerdo con las condiciones de mercado en cada uno de estos países.

“Latinoamérica es una región muy importante para nosotros, aunque los mercados de manera general pueden ser muy volátiles, por momentos. Nuestra estrategia siempre ha sido no concentrarnos en sólo un mercado, por ejemplo, sino invertir y desarrollar el negocio en toda la región para compensar las bajas de un país con el desempeño de otras zonas. Prevemos para 2017 un año más estable y con una perspectiva positiva de negocios”, comentó Antonio Antela Martínez, CEO de BMW Group para Latinoamérica.

BMW más presente que nunca en Argentina

En Argentina, BMW Group alcanzó resultados importantes, pues se vendieron 2,809 vehículos BMW, que representan un crecimiento de 780.6% en comparación con 2015. MINI hizo lo propio con 372 unidades, lo que representa un crecimiento de 490.5 %, mientras que BMW Motorrad alcanzó un 2,723.7% de incremento en sus ventas con 2,146 motocicletas entregadas a clientes. Los números destacan un reinicio de negocios en el mercado automotriz, en especial del segmento Premium, después de recientes cambios políticos y macroeconómicos.

Rolf Epp, CEO para BMW Group Argentina comentó que próximamente se ampliará la red de distribuidores en el país sudamericano, “La realidad es que ahora estamos haciendo un análisis detallado del futuro para el mercado argentino y para este año consideramos que estamos muy bien cubiertos con la red comercial. Sin embargo, continuamente estamos dialogando con nuestros concesionarios oficiales, escuchando sus inquietudes y necesidades. Y seguramente a partir de 2017 vamos a ampliar nuestra red de ventas. BMW, MINI, BMW Motorrad, y toda su estructura de postventa, están más presentes que nunca como subsidiaria en Argentina desde su creación en el año 2000”.

De acuerdo con el Dr. Alexander W. Wehr, “Los resultados en ventas de 2016, reflejan la planeación y aplicación de estrategias que tienen la finalidad de brindar la máxima satisfacción al cliente; en BMW tenemos una visión y una meta de seguir siendo el líder, al desarrollar productos y servicios para la movilidad individual a nivel mundial y en este

sentido, la planeación es un elemento clave en la medida en que el corto, mediano y largo plazos estén visualizados”.

En 2016, la implementación de la estrategia regional buscó que los 335 puntos de venta y servicio en México, Latinoamérica y el Caribe, brinden satisfacción completa del cliente a través de una atención que supera todas las expectativas. En este programa, los socios de la compañía están realizando una inversión que alcanza 200 millones de dólares a nivel regional, entre las tres marcas.

Sin duda, la decisión de reestructuración de la zona – colocando a México como el centro de operaciones de Latinoamérica - ha brindado resultados satisfactorios, pues al contar con un frente más robusto para atender las necesidades de cada mercado, las estrategias se permean de manera orgánica.

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 367 mil vehículos y alrededor de 145 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2015 fue de aproximadamente 9 mil 22 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 92 mil 18 millones de euros. El 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 122,244 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup_

Twitter: http://twitter.com/BMWGroup_

YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview_

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual iniciará operaciones en el 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gomora	tania.gomora@partner.bmwgroup.com

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Almut Stollberg	almut.stollberg@bmw.de
Paola Félix	paola.felix@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Dan Christian Menges	christian.menges@bmwna.com
----------------------	--

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz	Teléfono: 52 5 5010 3210	martha.resendiz@porternovelli.mx
Allan Díaz	Teléfono: 52 5 5010 3246	allan.diaz@porternovelli.mx
Rocío Pavón	Teléfono: 52 5 5010 3270	rocio.pavon@porternovelli.mx
Sara Gurza	Teléfono: 52 5 5010 3284	sara.gurza@porternovelli.mx

www.press.bmwgroup.com/mx.html

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: http://www.youtube.com/user/BMW_