

BMW Group reafirma su liderazgo en la región de Latinoamérica durante 2022 y mantiene un paso firme hacia un futuro eléctrico, circular y digital

- **Los resultados hasta noviembre 2022:**
 - Uno de cada tres automóviles Premium vendidos en Latinoamérica es BMW.
 - El 20% de las ventas en la región de BMW y MINI son unidades electrificadas.
 - La marca BMW concluye con fuerza su año de celebración de 50 años de BMW M con la llegada a la región del BMW XM y del BMW M2, el cual inició su producción en la Planta de BMW Group San Luis Potosí en diciembre de este año.
 - MINI celebró sus 20 años de presencia en LatAm con 125 mil unidades vendidas en la región.
 - BMW Motorrad completó el portfolio electrificado de las marcas de BMW Group en LatAm, al lanzar el BMW CE 04 en 9 países de la región durante 2022.
- **Los planes para 2023 de BMW Group en Latinoamérica:**
 - Las marcas BMW y MINI tendrán 15 lanzamientos en 2023, de los cuales 10 serán vehículos electrificados.
 - BMW Motorrad se prepara para celebrar sus 100 años.

Ciudad de México, 14 de diciembre de 2022. BMW Group Latinoamérica se perfila una vez más a ser el fabricante de vehículos Premium líder en la región. Al cierre de noviembre de 2022, BMW Group Latinoamérica ha entregado a sus clientes más de 34 mil unidades de la marca BMW y cerca de 6 mil unidades de la firma MINI, mientras que más de 23 mil motos ya se encuentran con los clientes de BMW Motorrad. Hoy en día, uno de cada 3 automóviles Premium vendidos en la región es BMW. Con base en los datos anteriores, BMW Group demuestra que cuenta con una participación de mercado de 35.4% con BMW y del 6.2% con MINI (de un mercado total de alrededor de 97.000 unidades); mientras que BMW Motorrad en Latinoamérica cuenta con tres de los 15 mercados más importantes a nivel mundial para la marca: Brasil (6°), México (11°) y Mercado Importadores (13°). Todo esto confirma "la fortaleza de BMW Group a través de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad en la región de Latinoamérica".

"Con base en los resultados que hemos obtenido en la región al cierre de noviembre de 2022, estoy seguro en afirmar que somos la compañía favorita del mercado Premium en Latinoamérica. El trabajo en equipo de nuestros colaboradores, la Red de Distribuidores y los Importadores de Latinoamérica nos ha llevado a mantener nuestro posicionamiento en la preferencia de los clientes para elegir nuestros autos y motos. Revalidamos nuestro compromiso con Latinoamérica, y estamos listos para ofrecer en 2023 las soluciones en movilidad individual Premium sustentable que requiere nuestro mercado", compartió Reiner Braun – Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.

La electrificación como punta de lanza en la estrategia de BMW Group hacia 2030

Con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono hacia el año 2050, BMW Group se ha impuesto metas hacia 2030, que incorporan la electrificación como punta de lanza para el desarrollo de productos de gran atractivo para los clientes de todo el mundo.

Para el cierre del 2022, la compañía tiene planeado mantener su sólido compromiso hacia la electrificación. Un claro ejemplo es que en Latinoamérica:

- BMW Group colocó en la región más de 7 mil unidades con tren motriz electrificado (BEV o PHEV) de BMW y MINI, gracias a la llegada del BMW i4 que se sumó al BMW iX, BMW iX3 y el MINI Cooper SE en la ofensiva eléctrica del Grupo.
- BMW Motorrad completó el portfolio electrificado de las marcas de BMW Group en LatAm, al lanzar el BMW CE 04 en 9 países de la región durante 2022.

Para 2023 llegarán a Latinoamérica los nuevos BMW iX1 y BMW i7, así como el BMW XM con su sistema de propulsión híbrido enchufable desarrollado por BMW, y el BMW iX M60.

Con esta alineación de productos de rápido crecimiento y su demanda elevada, BMW Group tiene como objetivo tener más de dos millones de vehículos totalmente eléctricos en las calles para finales de 2025.

Con la estrategia "Neue Klasse" para desarrollar la próxima generación de vehículos totalmente eléctricos a partir de mediados de década, BMW Group tiene el potencial de acelerar aún más la introducción de la movilidad eléctrica al mercado, de manera que el 50% de las ventas mundiales de la compañía podrían provenir de vehículos totalmente eléctricos antes de 2030.

La marca MINI tendrá una gama de productos totalmente eléctricos para principios de 2030, mientras que Rolls-Royce se convertirá en una marca totalmente eléctrica a partir de 2030. Por su parte, todos los nuevos modelos futuros de BMW Motorrad en el área de movilidad urbana también serán totalmente eléctricos.

En el sendero al "futuro circular"

BMW Group continúa siendo pionero en estrategias para la generación de valor para el negocio, sus clientes y el medio ambiente. Por ejemplo con el uso de energías limpias; la reducción de CO₂ en toda la cadena de valor o la incorporación de materiales reciclados o de segundo uso para aminorar el impacto ecológico que podría generar la producción de vehículos.

El reciclaje es el primer paso para una verdadera economía circular, por lo que BMW Group se esfuerza por utilizar cada vez más materiales secundarios, así como en crear circuitos cerrados de producción:

- Hoy en día, y ya desde el BMW i3, los vehículos de BMW Group son hasta 90% reciclables. En el BMW iX, las alfombras y algunos revestimientos del piso están fabricados con redes de pesca recicladas, y en su momento, también podrán ser reciclados.
- Se utiliza hasta un 50% de aluminio, un 25% de acero y hasta un 20% de termoplásticos de segundo uso, porcentajes que seguirán aumentando en el futuro.
- BMW Group planea aumentar su porcentaje de acero secundario en etapas, alcanzando hasta el 50% para 2030. Las emisiones de CO₂ de la producción de acero secundario son un promedio de 50% a 80% más bajas que las del acero primario.
- BMW Group se ha convertido en el primer fabricante de vehículos del mundo en utilizar neumáticos de caucho natural y rayón sustentable y certificado; un material a base de madera que se emplea para fortalecer las cubiertas.

- Se ha incorporado el uso de litio y cobalto extraídos únicamente de minas avaladas, chequeándose por completo que su extracción se realice de forma ética.
- BMW Group es el segundo fabricante de vehículos del mundo en unirse a Leather Working Group, para garantizar estándares ambientales y sociales uniformes para las cadenas de suministro de cuero en todo el mundo y para certificar a los fabricantes.
- MINI se convertirá en pionero en este campo en 2023, cuando comenzará a utilizar llantas de aleación ligera fabricadas con un 70% de aluminio secundario en la nueva generación del MINI Countryman.
- Los interiores completamente veganos estarán disponibles para los modelos BMW y MINI por primera vez a partir de 2023. Reemplazar las materias primas de origen animal, como el cuero, con materiales innovadores reduce las emisiones de CO₂ en un 85%.

Orgullo latinoamericano: el nuevo BMW M2

El nuevo BMW M2 continúa la tradición de la marca de modelos ultra deportivos de dimensiones compactas, que comenzó en 1973 con la llegada del BMW 2002 turbo. También se basa en el éxito de su predecesor, que registró casi 60.000 unidades vendidas en todo el mundo.

Al igual que su hermano, el BMW Serie 2 Coupé, el nuevo BMW M2 fue concebido por el mexicano José Casas, Diseñador Senior de Exteriores, quien colabora en el equipo de BMW Design en Múnich. Asimismo, el nuevo integrante de altas prestaciones se fabricará de manera exclusiva junto con el BMW Serie 2 Coupé en la Planta de BMW Group en San Luis Potosí. Por lo que este recinto se une a Múnich, Dingolfing y Spartanburg para convertirse en la cuarta planta en el mundo que produce los vehículos BMW M; lo que representa un orgullo para México y la Región de Latinoamérica.

El placer de conducir purista se agiganta con solo ver los datos clave del nuevo BMW M2. El motor de seis cilindros en línea con 460 hp y 550 Nm está acoplado a una transmisión Steptronic de 8 velocidades con Drivelogic, y ésta a su vez se conecta con las ruedas traseras. En conjunto aceleran al M2 hasta los 100 km/h, desde parado, en tan solo 4.1 segundos. El nuevo BMW M2 combina dimensiones compactas con una óptima distribución del peso entre ambos ejes de 50:50, una característica clásica de los deportivos de BMW. Además, muchos componentes provienen de sus hermanos mayores, el M3 y el M4, junto a una suspensión con tecnología derivada del mundo del deporte motor. Gracias a todo lo anterior, BMW M GmbH promete para el nuevo BMW M2 un alto nivel de prestaciones, similar al que ofrece el BMW M2 CS: la variante superior, exclusiva y limitada, de su antecesor.

La marca BMW en Latinoamérica trae a la región el primer vehículo de BMW M GmbH de alto desempeño con propulsión electrificada: el BMW XM

El sistema de propulsión M HYBRID recientemente desarrollado, un diseño extravagante y el ambiente de lujo progresista dentro del BMW XM, se unen para crear una nueva interpretación del concepto Sports Activity Vehicle (SAV) para el segmento de alto desempeño. El BMW XM es también el primer BMW M original desde el BMW M1.

El sistema de propulsión M HYBRID del BMW XM ofrece una potencia total de 653 hp. Está respaldado por un motor V8 de altas revoluciones, recientemente desarrollado con tecnología M

TwinPower Turbo de 489 hp. La unidad de 4.4 litros cuenta con un múltiple de escape transversal y un sistema de recuperación de aceite optimizado. Este impulsor es asistido por un motor eléctrico integrado a la transmisión M Steptronic de ocho velocidades, que desarrolla 197 hp. Así, el sistema de propulsión M HYBRID produce en conjunto un par máximo total de 800 Nm.

El BMW XM acelera de 0 a 100 km/h en 4.3 segundos, acompañado de una banda sonora cargada de energía y con un atractivo emocional poco común para una configuración de ocho cilindros. Esta se origina en el sistema de escape deportivo, que cuenta con aletas continuamente ajustables y controladas electrónicamente, y tubos de escape dobles hexagonales, que están dispuestos uno encima del otro por primera vez en un modelo BMW M.

El botón M Hybrid en la consola central se emplea para seleccionar uno de los tres modos de funcionamiento, incluido un modo Eléctrico con cero emisiones locales a velocidades de hasta 140 km/h y en una distancia máxima de 82 a 88 km* en el ciclo WLTP. Esto se logra gracias a la batería de alto voltaje de iones de litio montada en los bajos del vehículo y los 25.7 kWh de energía utilizable que proporciona. La Unidad de Carga Combinada en el BMW XM permite la recarga con corriente alterna (AC) de hasta 7.4 kW.

MINI alcanza las primeras 125.000 unidades vendidas en Latinoamérica en 2022

Este año MINI cumple 20 años de presencia en la región de Latinoamérica. Dos décadas de compartir con sus seguidores el espíritu de "BIGLOVE", a través del cual se enaltecen los valores de las personas; el cuidado al medio ambiente, no solo con su vehículo totalmente eléctrico, sino también con los materiales sustentables que utiliza; y su compromiso con la vida digital, cada vez más solicitada por los consumidores. En el marco del vigésimo aniversario, la marca británica se posiciona como una de las favoritas en el sector Premium de la región y logra la icónica cifra de 125.000 unidades vendidas. El vehículo número 125 mil fue un MINI Cooper SE 100% eléctrico vendido en Colombia.

Los modelos más solicitados por el mercado latinoamericano son el MINI Cooper SE, que refuerza la exitosa estrategia de electrificación de BMW Group y es el líder en ventas de Colombia; el MINI Countryman, por ser el primer SUV de la firma; y los MINI Cooper 3 Puertas, MINI Cooper 5 Puertas y MINI Cooper Convertible, junto a la línea deportiva MINI John Cooper Works.

A pesar del contexto adverso de los últimos años a causa de la pandemia, MINI ha logrado mantener sus cifras en números exitosos gracias al compromiso con sus usuarios. Tan solo en 2021 logró un aumento de 14.2% en unidades vendidas respecto al año anterior. La cifra de 125 mil vehículos vendidos en Latinoamérica a la fecha pronostica un exitoso futuro para la marca.

BMW Motorrad ofrece nuevas experiencias a sus seguidores durante 2022 y se prepara para celebrar sus 100 años en 2023

La región de Mercados Importadores de Latinoamérica es la más grande del mundo para el negocio de BMW Motorrad. En los últimos años, en México, BMW Motorrad junto a la Red de Distribuidores ha implementado nuevos formatos de puntos de venta: los Point of Experience

(POE), los cuales brindan la oportunidad de experimentar el estilo de vida motero más allá de los servicios tradicionales de un concesionario.

Respecto a los resultados de ventas en los Mercados Importadores de Latinoamérica de BMW Motorrad, es importante destacar las cifras que se han obtenido en Colombia, al ser este el país de la región que más ha crecido, con un 59%.

En 2023, BMW Motorrad celebrará sus 100 años. En diciembre de 1922, el diseñador en jefe de la Compañía, Max Friz, puso en el tablero de dibujo la primera moto a gran escala. La misma incorporaba un motor bóxer de dos cilindros y cuatro tiempos refrigerado por aire. Dicha creación tomaría el nombre de R 32: la primera moto de BMW, que fue presentada en septiembre de 1923 y marcó el comienzo de la producción de vehículos de dos ruedas para la marca y lanzó una historia de éxito sin precedentes.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2021 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

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 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador, con lo que se tiene presencia desde hace más de 60 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 BMW Group en San Luis Potosí, México; la cual: inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé, que se exporta a todo el mundo; y en 2022 inició la producción del BMW M2.

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 Latinoamérica

Joao Veloso	joao.veloso@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Paula Argandoña	paula.argandona@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Julián Argüelles	julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio	gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar
---------------------	--

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Fabiano Severo	fabiano.severo@bmw.com.br
Paula Cichini	paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup – BMW Group Latinoamérica	bmwgrouplatam@jeffreygroup.com
---	--

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup – BMW Group Planta SLP	bmwplantaslp@jeffreygroup.com
--	--

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup – BMW Group Brasil	grupobmw@jeffreygroup.com
--	--

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/
www.press.bmwgroup.com/brazil/