

BMW Group Latinoamérica celebra el Liderazgo de Marca Premium en LATAM por 7° año consecutivo. El enfoque en el cliente, la Apertura de Tecnologías y la tecnología de vanguardia impulsan el desempeño.

- BMW Group vendió 49,023 vehículos BMW y MINI en la región durante 2024.
- BMW Group establece récords de ventas regionales de BEV, BMW M y modelos de alta gama.
- BMW es la marca premium más vendida en Brasil, México, Mercados de Importadores y América Latina.
- BMW aumenta su participación de mercado reforzando su posición como la marca premium preferida en la región.

Ciudad de México, 20 de enero de 2025. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad. La Apertura de Tecnologías ofrece a los clientes la posibilidad de elegir entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión (con variaciones de gasolina, diésel o flex-fuel según las demandas del mercado), atendiendo a sus necesidades individuales de movilidad. BMW Group Latinoamérica vendió 49,023 automóviles en la región, aumentando las ventas y logrando el liderazgo en participación del mercado premium, con el 38.7% del mercado premium total. La marca BMW entregó 42,682 unidades (+3.4% en comparación con 2023) con una cuota de mercado premium del 33.7% (+0.3 en comparación con el año anterior).

MINI tuvo un año de transición durante 2024, con una nueva familia MINI que llegó en el último trimestre, alcanzando 6,341 unidades (-12.5% en comparación con 2023) y una cuota de mercado premium regional del 5%. El nuevo MINI Cooper, MINI Countryman y MINI Aceman, con 3 variantes de motor de combustión interna y 2 totalmente eléctricas, ahora están disponibles en todos los mercados y se espera que impulsen las ventas de la marca a partir de enero de 2025.

2024 marcó un año récord en ventas de Vehículos Eléctricos de Batería BMW en América Latina, con 3,373 unidades vendidas, logrando un aumento de la cuota de mercado premium de BEV del 20% en comparación con 2023. Los Vehículos Eléctricos de Batería MINI lograron 1,058 unidades vendidas, (+7% en comparación con 2023).

BMW Group Latinoamérica alcanzó un hito adicional de electrificación, al entregar su cargador número 80,000 a un cliente. La carga en casa o en el centro de trabajo es un gran facilitador de la electromovilidad, ya que permite a los clientes comenzar el día con un vehículo completamente cargado, resolviendo las necesidades de carga para la mayoría de los conductores de BEV en áreas urbanas y suburbanas. BMW Group Latinoamérica continuó sus esfuerzos para fomentar la expansión de la infraestructura de carga pública a través de alianzas con socios externos.

Los clientes latinoamericanos han elegido el BMW X1, el BMW Serie 3 y el BMW X3 como sus vehículos preferidos, ya que estos modelos representan más del 45% del total de entregas regionales de automóviles de BMW Group.

"Nuestro enfoque de Apertura de Tecnologías permite a nuestros clientes elegir su opción de propulsión ideal, considerando sus necesidades y preferencias individuales de movilidad. Múltiples modelos nuevos de BMW y una familia MINI completamente renovada trajeron tecnología y diseño de vanguardia a nuestros mercados. Nuestro éxito está impulsado por equipos altamente comprometidos y apasionados en nuestros concesionarios, importadores, plantas y compañías de ventas nacionales. La búsqueda continua de la excelencia en el servicio al cliente en todas nuestras marcas y productos, combinada con la capacidad de responder a las demandas de los clientes en América Latina a través de una presencia local muy sólida, resultó ser un factor clave para nuestros logros en un año desafiante para la industria automotriz", dijo Reiner Braun, CEO y Presidente de BMW Group Latinoamérica.

BMW M supera las ventas del año anterior y establece un nuevo récord.

En sintonía con el excepcional desempeño de ventas global de BMW M, la región de América Latina demostró una vez más que los vehículos BMW M son ideales para las espectaculares carreteras y circuitos de carreras de nuestros países. Con 5,242 vehículos M y M Performance entregados en la región, o un 2% más que el año anterior, BMW M terminó la carrera de ventas anual con la bandera a cuadros una vez más.

El desempeño de ventas de BMW M se vio impulsado por el lanzamiento en 2024 del espectacular y totalmente nuevo BMW M5, así como por las actualizaciones del BMW M2, el BMW M4 y el debut del nuevo M135i xDrive y el nuevo M235i xDrive.

Excelentes resultados para los vehículos BMW de gama alta.

Los modelos de alta gama de BMW, que incluyen la Serie 7, el BMW i7, el BMW X7 y el BMW XM, tuvieron su mejor resultado regional histórico, con 947 vehículos vendidos, lo que representa un aumento del 1% en comparación con las ventas de 2023. La Apertura de Tecnologías también está presente en este segmento, tanto con el BMW i7 totalmente eléctrico como con las versiones híbridas conectables de la Serie 7, así como en el espectacular BMW XM, que combina el motor BMW M TwinPower Turbo V8 de super alto desempeño con un motor eléctrico para entregar una potencia de sistema de 635 hp.

Brasil es ahora el principal mercado regional de BMW Group Latin America.

La marca BMW lideró las ventas en el segmento premium en Brasil, que ahora es el principal mercado regional para la marca bávara, con 16,194 unidades registradas (7.2% más que el año

anterior), logrando una cuota de mercado premium del 40.4%, la mejor participación de mercado de la marca BMW entre todos los mercados globales. Los registros de MINI en Brasil alcanzaron 1,539 unidades (2.2% por debajo del año anterior), con una participación del 3.8% en el mercado premium.

La Apertura de Tecnologías va un paso más allá en Brasil, ya que la Planta Araquari es la única instalación de fabricación en toda la Red de Producción de BMW Group que produce vehículos BMW con propulsores de gasolina, híbridos conectables y versiones flex fuel (que pueden usar cualquier mezcla de gasolina y etanol de caña de azúcar). También se encuentran disponibles modelos totalmente eléctricos en Brasil.

BMW México celebra su 30° aniversario como líder indiscutible en participación de mercado premium.

BMW México tuvo amplias razones para celebrar, ya que no solo alcanzó sus primeros 30 años, sino que también mantuvo su excepcional trayectoria como líder del mercado premium. México también es el principal mercado para la marca MINI en la región. Las cifras de ventas en México se mantuvieron sólidas, con 14,072 unidades entregadas para BMW (0.6% más que en 2023), una participación del 27.4% en el mercado premium. Se vendieron un total de 3,263 unidades de la marca MINI (12.0% por debajo del año anterior), con una cuota del mercado premium del 6.4%. Las ventas en México de modelos totalmente eléctricos MINI fueron 82% superiores a las del 2023.

Los mercados de importadores de BMW impulsan las ventas regionales de BEV.

Un total de 1,612 vehículos eléctricos de batería BMW fueron la opción preferida de los clientes premium en los mercados de importación, lo que representa un aumento del 62% con respecto al año anterior. El total de registros en los mercados de importación alcanzó 11,239 vehículos BMW (0.2% por debajo de 2023), con una cuota de mercado del 36%, y se registraron un total de 1,388 vehículos MINI en los mercados de importación (24.6% por debajo de 2023), MINI tuvo una cuota de mercado premium del 4.4%. Los clientes de BMW pueden ahora experimentar las instalaciones de BMW Retail Next en todos los mercados de importación, con recientes inauguraciones de instalaciones en Costa Rica, Ecuador y Perú.

Argentina avanza aún más en el camino del crecimiento gracias a la Apertura de Tecnologías.

Argentina vendió 1,177 unidades de BMW, un 29.2% más que las cifras de 2023, con una participación del 28.8% en el mercado premium, mientras que se registraron un total de 151 unidades MINI para los clientes argentinos (17.1% más que en 2024), con una cuota de mercado premium del 3.7%. 2024 también marcó el 20° aniversario de MINI en Argentina y la inauguración del primer concesionario argentino con los estándares de BMW Retail Next. Los

clientes argentinos ahora tienen una gama más amplia de vehículos BMW Group, con el lanzamiento de 14 nuevos modelos en 2024, incluido el BMW iX2, que fue el primer vehículo totalmente eléctrico lanzado localmente. Los clientes también están experimentando una mejor conectividad y una funcionalidad extendida, gracias al lanzamiento local de BMW ConnectedDrive y MINI Connected.

BMW Financial Services proporciona herramientas financieras de vanguardia a la región.

La estrategia de BMW Group Financial Services (FS) fomentó los sobresalientes resultados de ventas del Grupo en los principales mercados regionales: México, Brasil, Colombia, Chile, Perú y Costa Rica. Se ofrecen opciones de financiamiento a concesionarios, importadores y clientes.

En México, 1 de cada 2 automóviles nuevos y 4 de cada 10 motocicletas nuevas se vendieron a través de FS en 2024, alcanzando más de 30,000 unidades financiadas y logrando un récord de volumen financiado.

En Brasil, 4 de cada 10 automóviles nuevos y 5 de cada 10 motocicletas nuevas fueron vendidas a través de FS en el 2024, llegando a un volumen financiado de más de 20,000 unidades nuevas.

Adicionalmente, uno de cada 2 vehículos BMW y MINI totalmente eléctricos fue financiado por FS durante 2024, lo que demuestra que el apoyo financiero es un aspecto clave de la transición hacia la electromovilidad. FS se basa en soluciones de digitalización mejoradas para ofrecer procesos rápidos y precisos a clientes, concesionarios e importadores, siendo una de las principales ventajas de las herramientas digitales la consolidación de ventas a través de las funciones digitales del sistema de cotización de FS para BMW, MINI y Motorrad.

Los valores informados en este comunicado de prensa son provisionales y pueden cambiar hasta la publicación del Informe de Resultados de BMW Group 2024.

\*\*\*

#### Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2023 fue de 17.1 billones de euros sobre unos ingresos de 155.5 billones de euros. Al 31 de diciembre de 2023, BMW Group tenía una plantilla de 154,950 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>

#### Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2023, la marca ha comercializado 41,284 unidades. MINI ha vendido 7,250 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 26,378 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y Mercados Importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 25% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1<sup>a</sup> instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la manufactura del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la Planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional, Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Datos actualizados a enero 2025 referentes a cierre de año 2024.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

Erika Ferrer

[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)

Miroslava Rivas

[miroslava.rivas@bmw.com.mx](mailto:miroslava.rivas@bmw.com.mx)

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

Paula Cichini

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)

[paula.cichini@bmw.com.br](mailto:paula.cichini@bmw.com.br)

Agencia de relaciones públicas regional - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

[BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx](mailto:BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx)

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

[plantabmwslp@inkpr.com.mx](mailto:plantabmwslp@inkpr.com.mx)

BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreygroup.com](mailto:grupobmw@jeffreygroup.com)

BMW Group PressClub

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)

[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)

[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)

[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)