

BMW Group Latinoamérica supera los 100,000 cargadores entregados y consolida la electromovilidad Premium en la región

- El cargador personal es la solución clave para la electromovilidad urbana y suburbana
- El recorrido diario promedio de los clientes en la región queda ampliamente cubierto por los cargadores personales

Ciudad de México. BMW Group Latinoamérica continúa fortaleciendo su compromiso con la electromovilidad en la región al superar la cifra de 100,000 cargadores individuales entregados a clientes de vehículos electrificados.

La compañía fue pionera en la electrificación en Latinoamérica con el lanzamiento del BMW i3 en el verano de 2014, marcando el inicio de la movilidad Premium sostenible en la región. A más de una década de ese momento, BMW Group continúa ampliando su ecosistema de electromovilidad para ofrecer soluciones cada vez más accesibles y eficientes para sus clientes.

Actualmente, BMW Group mantiene una sólida estrategia de electrificación con una amplia oferta de vehículos totalmente eléctricos y de modelos híbridos conectables, además, gracias a su enfoque de apertura de tecnologías también apuesta al continuo desarrollo de motores de combustión altamente eficientes. A nivel global, el portafolio del BMW Group incluye una amplia gama de modelos electrificados, con vehículos totalmente eléctricos e híbridos conectables de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, lo que refleja el enfoque de apertura tecnológica de la compañía para ofrecer distintas soluciones de movilidad Premium sostenible.

"Superar los 100,000 cargadores individuales entregados en Latinoamérica demuestra nuestro firme compromiso con la electromovilidad. La posibilidad de cargar en casa o en el lugar de trabajo permite que muchos de nuestros clientes de modelos eléctricos e híbridos conectables en zonas urbanas y suburbanas, sean prácticamente autosuficientes en sus procesos de carga, lo que hace que la movilidad eléctrica sea cada vez más viable y conveniente", señaló Maru Escobedo, Presidenta y CEO de BMW Group Latinoamérica.

Para trayectos más largos, BMW Group también colabora con empresas proveedoras de infraestructura para ampliar la red de puntos de carga rápida de corriente directa en la región. Estas soluciones permiten realizar recargas en tiempos cada vez más cortos, facilitando que los clientes puedan realizar viajes largos de manera cómoda y eficiente.

Con este nuevo hito de más de 100,000 cargadores entregados, BMW Group Latinoamérica reafirma su liderazgo en la transición hacia una movilidad más sostenible, impulsando el desarrollo de infraestructura, tecnología y soluciones integrales que acompañan la creciente adopción de vehículos electrificados en la región.

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 2025, BMW Group vendió más de 2.46 millones de vehículos de pasajeros y más de 202,500 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2025 fue de 10.2 mil millones de euros sobre unos ingresos de 133.5 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2025, BMW Group tenía una plantilla de 154,540 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

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 de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2025, BMW ha comercializado 45,930 unidades. MINI ha vendido 7,587 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,621 motocicletas en la región. BMW se consolidó como la marca preferida del segmento Premium en la región con 27 mercados donde tiene presencia en América Latina. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos o de combustión. BMW Group ha entregado alrededor de 99 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En 2025, se inauguró BMW Group TechWorks Brazil en São Paulo, un nuevo hub tecnológico diseñado para impulsar soluciones digitales y servicios de TI en todo el continente americano. Además, la Oficina de Ingeniería de BMW Group en Brasil desarrolla y homologa especificaciones de blindaje para la región, consolidando el portafolio más grande de modelos blindados aprobados localmente.

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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa – BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@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

Agencia de relaciones públicas regional – INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

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

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/