

BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe cierra el año consolidando sus estrategias en beneficio de los clientes

- En 2016 BMW Group se fortalece en la región, situando al cliente en el centro de todas sus acciones.
- Inversiones en capacitación, desarrollo de distribuidores y en la nueva planta de producción, impulsan al Grupo Bávaro hacia el liderazgo del segmento Premium.

Ciudad de México a 1 de diciembre, 2016.- A principio de este año, BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe consolidó sus actividades para la región, fijando su representación en la Ciudad de México, esta decisión, de acuerdo con Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y Director General para la región “subraya una vez más nuestro compromiso en la zona, pues todo el continente americano constituye uno de los mercados en crecimiento más importantes para BMW Group, siendo México la sede ideal por los excelentes resultados que ha tenido la compañía por más de 20 años en el país”.

A casi un año de la reestructuración, los resultados han sido satisfactorios, pues al contar con un frente más robusto para atender las necesidades de cada uno de los canales, las estrategias permean de manera orgánica lo que se traduce en la plena satisfacción de los clientes.

BMW Group, a la conquista del segmento Premium

Las ventas de la región colocan a la compañía bávara en una importante posición dentro del segmento de lujo, con un crecimiento en ventas en México hasta octubre de 21.1% (11.901 unidades) referente a la marca BMW, 10.5% (4.771 unidades) para la marca MINI y 21.7% (2.651 unidades) por lo que corresponde a BMW Motorrad, si lo comparamos con los resultados del mismo periodo en el año anterior.

En los mercados Latinoamericanos, donde BMW Group opera negocios por medio de importadores, reportan una disminución de ventas en 10% (7.612 unidades) de la marca BMW, de igual forma una caída del 13% (1.161 unidades) en MINI y 12.1% (2.350 unidades) de BMW Motorrad hasta octubre 2016, resultado de la inestabilidad política y económica en diferentes mercados que BMW Group tiene presencia en esta región, teniendo como ejemplos a Chile y Colombia.

Argentina, por su parte, alcanzó en el mismo período 2.126 vehículos vendidos de la marca BMW (con un crecimiento de 866.4%), 287 de MINI (correspondiente a, 355.6%) y 1.822 motocicletas de BMW Motorrad (cifra récord de 2,090.8%) entregadas en dicho país – Los números destacan un reinicio de negocios en el mercado automotriz, en especial el segmento premium, después de recientes cambios políticos y macroeconómicos.

La planta más nueva de BMW Group estará equipada con tecnologías de última generación

Uno de los principales logros que se consolidó este año, en San Luis Potosí, México, fue la colocación de la primera piedra, de la que será una de las plantas más grandes de BMW Group fuera de Alemania, pues la expansión de la red de producción internacional del

Compañía
BMW de México, S.A. de C.V.

Dirección
Paseo de los Tamarindos No.100 Piso 5
Col. Bosques de las Lomas
05120 México D.F.

Teléfonos
52 (55) 9140 8700
Fax: + 52 (55) 9140 8761

Email
Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx

Internet
www.bmw.com.mx

Grupo, ha perseguido siempre el objetivo de apoyar el crecimiento de los mercados globales.

El desarrollo estará compuesto por áreas de carrocería, pintura y ensamble, entre otras, que a través de una instalación solar proveerá de energía renovable completamente libre de CO₂. Dentro de la red, esta planta será la que menos agua consuma por vehículo producido, por lo que el sistema de fabricación será pionero y vanguardista en lo que se refiere a productividad y sustentabilidad y, en este contexto, en la aplicación de tecnologías innovadoras.

La inversión de mil millones de dólares que brindará –en una fase inicial- 1,500 empleos, iniciará actividades en 2019 con la producción anual de hasta 150,000 unidades del Sedán de la Serie 3 de BMW, vehículo que desde hace más de 40 años, es símbolo y estandarte de la marca, así como un referente en dinamismo, eficiencia y diseño.

Lanzamientos, el futuro hoy

En materia de lanzamientos, en la región se ha presentado la innovadora gama de los vehículos BMW iPerformance y modelos que permiten abarcar nuevos segmentos, entre los que destacan el BMW Serie 2 Gran Tourer (solo en México), BMW M2, MINI Convertible, MINI JCW Convertible, BMW R nineT Scrambler y el BMW i3 con batería extendida.

Cabe mencionar que en Costa Rica, la presentación de la submarca BMW i en agosto pasado y en Panamá en septiembre, fueron un parteaguas en el desarrollo sustentable de la zona. Por un lado Costa Rica es uno de los países más sustentable de la región y consecuentemente era un hecho que la marca debía aportar su tecnología en la movilidad urbana y Panamá, en los últimos años, se ha convertido en uno de los centros logísticos más importantes del mundo, pues se es un punto de conexión principalmente para el desarrollo de las economías de América Latina, es así que la mejora de la tecnología en vehículos derivará en una mayor eficiencia energética.

México y América Latina representan una de las regiones emergentes que reportan grande potencial de mercado al grupo. Debido a que BMW Group es una empresa que mira hacia el futuro y orienta sus acciones hacia el largo plazo, la inclusión de las tecnologías en este territorio, es un aspecto importante de la estrategia corporativa y lo considera como una inversión a futuro.

En 2017, modelos como el nuevo BMW Serie 5, séptima generación del emblemático vehículo; el nuevo integrante de la familia MINI, el aún más divertido y tecnológico MINI Countryman y la espectacular BMW G310 R que fue concebida para moverse en la ciudad por su agilidad y deportividad, que ya se presentaron a nivel mundial, formarán parte de los extensos portafolios de productos en cada país de la zona, con lo cual, BMW Group continua ofreciendo productos con la más alta calidad, tanto por sus procesos de manufactura, como por la innovación tecnológica que contienen.

Cerca de los clientes, satisfacción garantizada

El fortalecimiento de las áreas de ventas y postventa son piezas fundamentales en la estrategia de negocios, por lo que BMW Group implementó la filosofía *Future Retail* con

la que situó a sus clientes en el centro de todas sus estrategias y acciones, con lo promueve que se encuentre más y mejor informado. En 2016, la implementación de la estrategia 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 y entre las tres marcas (BMW, MINI y BMW Motorrad).

De los elementos del programa se destaca la implementación de nuevos roles dentro del distribuidor como el BMW y MINI *Genius*, el cual crea un ambiente en la sala de venta, libre de presión, enfocado en explicar la tecnología e innovación de los productos con todas sus ventajas a descubrir. Dicho concepto es pionero en la industria automotriz y con una inversión que supera el millón de dólares para capacitación de personas para este propósito.

Como ejemplo, la reciente reapertura de distribuidores como Vecsa y Autobahn en México o Condado Concepción en Guatemala, tienen como objetivo la transformación cultural orientada al cliente, así como la constante renovación a favor del consumidor.

Por otro lado, BMW Group demuestra un fuerte compromiso en todos los países donde tiene presencia, es por esto que la compañía desarrolla actividades para el fortalecimiento de las marcas. A nivel regional, eventos como la Carrera Panamericana, el BMW International Golf Cup, BMW M Power Tour con gira en 6 países de la región y las rodadas que fomentan la sana convivencia entre los fanáticos de BMW Motorrad; en conjunto con la ampliación y remodelación en los distribuidores, y la oferta de un extenso abanico de productos, que va desde los modelos *top sellers*, hasta los súper deportivos e híbridos conectables, tienen la finalidad de satisfacer las necesidades y gustos de los clientes más exigentes.

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 2015, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 247 mil vehículos y alrededor de 137 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

BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en México. El Grupo anunció en julio de 2014, la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí; los trabajos de preparación en el terreno ya iniciaron y actualmente se están realizando los primeros procesos de reclutamiento a través de www.bmwplantarh.com.mx

Actualmente comercializa las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. Cuenta con 38 distribuidores BMW, 28 ofrecen la marca MINI y 23 BMW Motorrad. Todos ellos localizados tanto en la Ciudad de México, como en las principales ciudades de la República: Aguascalientes, Cancún, Chihuahua, Cuernavaca, Culiacán, Guadalajara, Hermosillo, León, Mérida, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Toluca, Torreón, Veracruz y Villahermosa. Generando más de 1,500 empleos directos en toda la Red.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa en todo el país, que ofrece atención a clientes durante las 24 horas del día. Para mayor información de productos y servicios puede consultar www.bmw.com.mx, www.mini.com.mx y www.bmw-motorrad.com.mx.

Para mayores informes favor de contactar a:

BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

Vladimir Mello

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Paola Félix

Almut Stollberg

Zolveing Zúñiga

Edgar Téllez

Tania Gómora

vladimir.mello@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com

paola.felix@bmw.com.mx

almut.stollberg@bmw.de

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

edgar.tellez@bmw.com.mx

tania.gomora@partner.bmwgroup.com

Porter Novelli México

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210

Allan Díaz Teléfono: 52 5 5010 3246

Rocío Pavón Teléfono: 52 5 5010 3270

Sara Gurza Teléfono: 52 5 5010 3284

martha.resendiz@porternovelli.mx

allan.diaz@porternovelli.mx

rocio.pavon@porternovelli.mx

sara.gurza@porternovelli.mx

www.press.bmwgroup.com/mx.html

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

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Mexico>

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.MOTORRAD.MX>

Twitter: <https://twitter.com/#!/BMWMex>

Twitter: <https://twitter.com/#!/MINImexico>

Twitter: https://twitter.com/#!/BMWMotorrad_Mx

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

BMW Youtube channel: <http://www.youtube.com/user/BMW>