

BMW Group México, Latinoamérica y El Caribe alcanza resultados destacados en ventas durante el primer trimestre del año.

- BMW Group registra resultados récord de ventas para las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad en la región;
- La exitosa estrategia de colocar al cliente en el centro de sus acciones tiene buenos resultados.

Ciudad de México, 20 de abril de 2017 – BMW Group a nivel mundial rompe records de ventas de autos durante el primer trimestre del año reportando un crecimiento del 5.3% con respecto al mismo periodo del año pasado, lo que significa que 587,237 unidades de sus principales marcas, BMW, MINI y Rolls-Royce fueron entregadas a clientes. Las ventas de motocicletas, por su parte, crecieron un 5.5% (35,636 unidades vendidas), otro resultado récord.

Estos resultados responden a la ampliación del portafolio de productos con innovadores vehículos como la familia de Sports Activity Vehicles, el emblemático BMW Serie 7, el dinámico BMW Serie 5 o los revolucionarios modelos eléctricos e híbridos que tan solo en los primeros meses del año, alcanzaron casi 20,000 unidades entregadas a clientes, lo que significa que la meta de 100 mil vehículos vendidos en 2017 se ve cada vez más cerca.

Por su parte, BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe comienza el año con resultados positivos en toda la región aumentando en un 36.3% sus ventas de autos en relación con el mismo periodo del año anterior, vendiendo 9,622 vehículos BMW y MINI, mientras que BMW Motorrad entregó 2,624 unidades (+60.0%).

Los excelentes resultados reflejan la exitosa implementación 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.

“Seguimos trabajando de manera a priorizar las necesidades de nuestros clientes. Los distribuidores e importadores de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe estarán realizando una inversión en el periodo 2013 a 2018 de más de 478 millones de dólares en la región. Para esto se capacitó a más de 2,800 personas para cumplir con lo último en materia de atención a clientes” comentó el Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y Director General de BMW Group Mexico, Latinoamérica y el Caribe.

Comprometidos con México

En cuanto a ventas, **México** aportó 5,257 automóviles vendidos que corresponden 3,873 a BMW (+ 24.9%) y 1,384 a MINI (+6.5%). En cuanto a las motocicletas, estas alcanzaron un aumento del 44.8% en ventas con 1,067 unidades entregadas a clientes.

“2016 fue el sexto año que la compañía estableció un nuevo record de ventas, este 2017 comenzamos con el pie derecho y continuaremos trabajando para mantener nuestra posición como la marca líder mundial en automóviles Premium. Por eso que estamos comprometidos con México, el cual, además de ser nuestro principal mercado en la región en donde estamos representados con 40 distribuidores BMW, 30 MINI y 25 BMW

Motorrad, se encuentra en construcción la planta del Grupo (San Luis Potosí), que será la más innovadora de toda la cadena de producción con lo que queda de manifiesto que creemos fuertemente en la fuerza laboral mexicana”, destacó el Dr. Wehr.

BMW Group en Latinoamérica: transformando el futuro.

En **Latinoamérica**, donde BMW Group opera negocios por medio de importadores, también aumentó sus ventas en el periodo, pues la marca BMW vendió 2,881 vehículos (+33.0%), MINI 313 unidades (+3.0%) y BMW Motorrad entregó a clientes 881 motocicletas (+26.2%). Al respecto Antonio Antela Martínez, CEO de BMW Group para Latinoamérica, comentó que su meta para este año es fortalecer la relación con los importadores y colaborar con los gobiernos para ampliar el uso de los vehículos eléctricos: “Esta es nuestra apuesta por este mercado, la energía alternativa es el camino porque en unos cinco años habrá un cambio drástico en la venta de vehículos con nuevas tecnologías. BMW busca las oportunidades para seguir transportando a sus clientes al futuro”.

Argentina, fortalecimiento del segmento Premium y consolidación de ventas.

Argentina por su parte, presentó resultados muy positivos con un aumento del 516.0% en relación al mismo periodo del año pasado al vender 1,010 vehículos BMW. MINI a su vez logró subir su porcentaje en un 437.0% con 161 unidades y BMW Motorrad hizo lo propio con un 233.0% arriba en relación con el mismo periodo del 2016, con 676 entregas. Los números destacan una consolidación de ventas para el segmento Premium en general, después de cambios políticos y macroeconómicos favorables en 2016.

Rolf Epp, CEO para BMW Group Argentina comentó que el país es uno de los mercados más importantes para el Grupo en la región: “Tenemos una demanda de clientes que ahora están volviendo a la marca y eso es una enorme satisfacción. No solo tenemos clientes que renuevan su auto; hay muchas conquistas de clientes que se ven atraídos por nuestra joven gama de productos y modelos de entrada, como el BMW Serie 1, el BMW Serie 2 y el BMW X1, así como otros de mayor valor agregado también”.

		Acumulado Ene-Mar. 2017	Comparativo periodo anterior (Ene-Mar. 2016)
México	BMW	3,873	+24.9%
	MINI	1,384	+6.5%
	BMW Motorrad	1,067	+44.8%
LatAm	BMW	2,881	+33.0%
	MINI	313	+3.0%
	BMW Motorrad	881	+26.2%
Argentina	BMW	1,010	+516.0%
	MINI	161	+437.0%
	BMW Motorrad	676	+233.0%

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 2016 fue de aproximadamente 9 mil 67 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 94 mil 16 millones de euros. El 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 124,729 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@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Almut Stollberg

almut.stollberg@bmw.de

Paola Félix

paola.felix@bmw.com.mx

Allan Díaz

allan.diaz@partner.bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Dan Christian Menges

Christian.Mengues@bmw.com.ar



México, Latinoamérica y el Caribe.



Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210

Rocío Pavón Teléfono: 52 5 5010 3270

Claudia Ledezma Teléfono: 52 5 5010 3279

Sara Gurza Teléfono: 52 5 5010 3284

martha.resendiz@porternovelli.mx

rocio.pavon@porternovelli.mx

claudia.ledezma@porternovelli.mx

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>