

## **BMW Group México, Latinoamérica y El Caribe alcanza cifras record en el primer semestre del año**

- BMW Group registra resultados récord de ventas para las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad en la región

**Ciudad de México, 20 de julio de 2017.-** BMW Group a nivel mundial ha vendido más de un millón de unidades alrededor del mundo, logrando colocar 1,220,819 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls Royce que fueron entregadas a clientes, en el primer semestre de 2017. Con esta cifra se alcanza un nuevo record en el primer semestre del año reportando un crecimiento del 5.0% con respecto al mismo periodo del año pasado. Por su parte BMW Motorrad vendió 88,389 motocicletas en lo que va 2017.

Durante junio, la exitosa estrategia de electrificación de BMW Group se ha expandido aún más para incluir un vehículo de la marca MINI, lo que significa que los clientes pueden elegir a nivel global entre nueve vehículos electrificados. Las ventas mundiales de estos modelos, que suman durante el primer semestre 42,573 unidades, representan un crecimiento del 80% en comparación con la primera mitad del año pasado y se espera que a finales del año, se celebre la entrega de la unidad 200,000 de este tipo de vehículos.

En cuanto a ventas, BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe reporta resultados positivos en toda la región, aumentando un 27.3% por ciento en relación con el mismo periodo del año anterior, vendiendo 19,551 vehículos BMW y MINI mientras que BMW Motorrad entregó 5,272 unidades.

### **En México, “buscamos una cada vez mayor presencia de los autos híbridos y eléctricos”**

En materia de tecnologías sustentables, el Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y CEO de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe, comentó que la meta inminente es que se vendan más vehículos eléctricos e híbridos en México, y precisamente es en este mes se presentará en el país el Nuevo MINI Countryman PHEV, que en próximos meses, llegará también al resto de la región.

"Para nosotros, México es un mercado elite en Latinoamérica, pues contamos con los productos de estas tecnologías y hay una buena recepción por parte de los clientes. Los vehículos BMW iPerformance, creados por la submarca BMW i, con tecnología de manejo eléctrico, constituyeron cerca de 3 por ciento de la venta total de la empresa a nivel global. Nos hemos propuesto tener una cada vez mayor presencia de los autos híbridos y eléctricos en nuestro mercado, fortaleciendo el cuidado al medio ambiente en nuestro país y promoviendo el manejo sustentable".

En **México** las ventas ascendieron a 10,737 (+32.7%) de vehículos BMW que correspondió a 7,867 con un crecimiento de +17.6% y MINI entregó 2,870 con un crecimiento de +6.0%, entretanto, BMW Motorrad hizo lo propio con 2,127 (+43.2%) motocicletas vendidas.

Durante el primer semestre los reconocimientos que reflejan la exitosa implementación de diversas estrategias que colocan al cliente en el centro de las actividades, la continua remodelación e inauguración de distribuidores, así como la constante renovación y ampliación del portafolio de productos y servicios siguen llegando, pues fue durante la primera mitad del año que se recibió el reconocimiento otorgado por J.D. Power México,

nombrando a BMW como la marca Premium con mayor satisfacción al cliente, confirmado que los esfuerzos de BMW Group en la región, están dando resultado.

### **BMW Group líder en ventas y pionero en tecnología eléctrica en Latinoamérica**

Por su parte, Antonio Antela Martínez, CEO de BMW Group para Latinoamérica, comentó que su meta para este año es colaborar con los gobiernos para ampliar el uso de los vehículos eléctricos “Estoy convencido que nuestras marcas son pioneras y líderes en temas de híbridos, eléctricos y de conducción autónoma. Nuestra experiencia nos permite hacer pruebas para adaptarnos a la infraestructura y a las regulaciones de cada país y estamos trabajando para que Latinoamérica sea una potencia sustentable; BMW Group América Latina es en general una región con un alto potencial de uso de fuentes renovables, debido a la importante contribución de la hidroelectricidad. De hecho, países como Paraguay, Costa Rica y Colombia podrían lograr importantes reducciones de emisiones en el transporte adoptando la tecnología de vehículos eléctricos y en breve continuaremos dicho fortalecimiento en la región con la integración de BMW i Performance en Chile y en otros países.”

En cuanto a las ventas, en **Latinoamérica**, donde BMW Group opera negocios por medios de importadores, presentó resultados muy positivos en el primer semestre del año liderando el mercado Premium automotriz. La marca BMW vendió 5,861 unidades (+35.9%), MINI logró 673 unidades (+4.1%) mientras que BMW Motorrad entregó a clientes 1,747 motocicletas (+26.8 %).

### **Argentina, crecimiento sostenido que fortalece el mercado**

Aunque en el mercado argentino existen muchas características culturales latinas similares, hay muchos aspectos que varían de un país a otro y se reflejan directamente en la proporción de las ventas de cada modelo; sin embargo es uno de los mercados en Latinoamérica que gracias a sus nuevas estructuras económicas, está manteniendo una constante recuperación y fortalecimiento y en el que BMW Group está presente mostrando una posición sólida y ofertando fuertemente dentro del segmento Premium; de acuerdo con Rolf Epp, CEO para BMW Group Argentina, “Después de una fuerte recuperación en las ventas de nuestras marcas BMW y MINI durante el año pasado, el 2017 se presenta como un año de consolidación. Ofreceremos más modelos en Argentina para complementar la gama de productos actual, incluyendo el Nuevo Serie 5 y el renovado Serie 2 como también una mayor oferta de productos M y M Performance. En relación a MINI estaremos lanzando durante el mes de Agosto el Nuevo MINI Countryman, el modelo de MINI de mayor aceptación en Argentina. Estamos confiados que los cambios económicos y políticos se consolidarán en el corto y mediano plazo.”

En **Argentina** se registraron resultados muy positivos con un aumento del 121.68% en relación al mismo periodo del año anterior al vender 1,982 vehículos BMW (+31.1%). MINI por su parte aumento su porcentaje a +4.7% con 298 unidades, mientras que BMW Motorrad vendió 1,398 motocicletas (+101.73).

### **Estrategia Future Retail – El cliente en el centro de las actividades**

En BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe se implementó la estrategia Future Retail, la cual se enfoca completamente en el cliente, y tiene como objetivo integrar la nueva identidad corporativa, con cambios importantes en cuanto a infraestructura,

procesos, personal, y desempeño. Parte de ello, es el programa “Customer Treatment”, en el cual se garantiza el excelente trato al cliente al calificar y certificar a todo el personal que colabora en los más de 160 puntos de venta y servicio de BMW Group en México, así como los 350 puntos de BMW Group en la región de México, Latinoamérica y el Caribe. En este programa ya se capacitaron a más de 2,800 personas en la región, en tres sesiones en sitio.

Al respecto, el Dr. Alexander W. Wehr, mencionó que “Gracias a la estrategia Future Retail implementada regionalmente es que se obtuvo el reconocimiento J.D. Power. Esta estrategia coloca al cliente en el centro de todas nuestras actividades, haciendo de la experiencia de compra, tanto en piso como en postventa, una extensión del placer de conducir.”

		Acumulado enero-junio 2017	Comparativo periodo anterior
<b>México</b>	<b>BMW</b>	7,867	17.0%
	<b>MINI</b>	2,870	6.0%
	<b>BMW Motorrad</b>	2,127	43.2%
<b>LatAm</b>	<b>BMW</b>	5,861	35.9%
	<b>MINI</b>	673	4.1%
	<b>BMW Motorrad</b>	1,747	26.8%
<b>Argentina</b>	<b>BMW</b>	1,982	31.1%
	<b>MINI</b>	298	4.7%
	<b>BMW Motorrad</b>	1,398	101.7%

\*\*\*

#### **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 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](http://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](mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmellado@bmw.com](mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com)

Zolveing Zúñiga

[zolveing.zuniga@bmw.com.mx](mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx)

Edgar Téllez

[edgar.tellez@bmw.com.mx](mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx)

Tania Gomora

[tania.gomora@bmw.com.mx](mailto:tania.gomora@bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)**

Almut Stollberg

[almut.stollberg@bmw.de](mailto:almut.stollberg@bmw.de)

Elizabeth Arreguín

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

Allan Díaz

[allan.diaz@partner.bmw.com.mx](mailto:allan.diaz@partner.bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa - Argentina**

Dan Christian Menges

[Christian.Mengues@bmw.com.ar](mailto:Christian.Mengues@bmw.com.ar)

**Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli**

Martha Reséndiz      Teléfono: 52 5 5010 3210

[martha.resendiz@porternovelli.mx](mailto:martha.resendiz@porternovelli.mx)

Rocío Pavón      Teléfono: 52 5 5010 3270

[rocio.pavon@porternovelli.mx](mailto:rocio.pavon@porternovelli.mx)

Claudia Ledezma      Teléfono: 52 5 5010 3279

[claudia.ledezma@porternovelli.mx](mailto:claudia.ledezma@porternovelli.mx)

Sara Gurza      Teléfono: 52 5 5010 3284

[sara.gurza@porternovelli.mx](mailto:sara.gurza@porternovelli.mx)

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