

BMW Group es el proveedor líder en productos y servicios de movilidad Premium en Latinoamérica.

- La región de Latinoamérica se consolida como un factor crucial en el logro de BMW Group por sus ocho años consecutivos de liderazgo a nivel mundial.
- La marca BMW lidera el mercado automotriz Premium en volumen de ventas en 2018 en la región Latinoamérica.
- El liderazgo de la compañía se sustenta en tres pilares fundamentales: oferta adecuada de productos y servicios; constante inversión en la red de distribuidores e importadores; capacitación del equipo para atender cada vez mejor al cliente.

México, Ciudad de México, a 24 de enero de 2019. BMW Group ha logrado su octavo récord anual de ventas consecutivo con un total de 2,490,664 (+1.1%) vehículos de BMW, MINI y Rolls-Royce entregados alrededor del mundo en 2018. La cartera de ventas de la empresa de vehículos eléctricos e híbridos creció en 38.4% en comparación con el año anterior, reportando ventas por arriba de 140,000 unidades en el mismo periodo - dicha cifra ya representa el 6% de ventas totales de BMW y MINI en el periodo anual, en comparación al 4% que corresponde al 2017.

Por la parte de BMW Motorrad, la marca también cumplió ocho años consecutivos de ventas récord y modelos que originaron la entrega de 165,566 (+0.9%) unidades en el año pasado a nivel mundial.

Con estos resultados de ventas, BMW Group se consolida como el proveedor de servicios de movilidad Premium número uno en el mundo. Mirando hacia los siguientes 12 meses, BMW Group considera que la oferta de modelos generará un crecimiento continuo en las ventas. “Si bien esperamos que las condiciones del mercado permanezcan desafiantes este año, tenemos expectativa de un ligero crecimiento en las ventas para 2019 en todo el mundo, mientras que mantendremos nuestro enfoque en la rentabilidad”, declaró Pieter Nota, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Ventas y de la Marca BMW.

En 2018 BMW Group fortaleció su estructura para integrar a toda la región América Latina.

Este ha sido un año muy exitoso para BMW Group Latinoamérica. Las ventas de autos BMW, BMWi y MINI registraron 55,843 unidades, un aumento de 9.7% frente al año anterior. De igual forma BMW Motorrad alcanzó 18,869 unidades, lo que representó un 1.8% de crecimiento sobre el año anterior. Este desarrollo ya presenta un claro resultado de la integración de operaciones de la empresa.

Durante 2018 BMW Group fortaleció su estructura en la región de Latinoamérica a través de la integración de las operaciones de ventas y mercadotecnia de Brasil. Por lo anterior, el Dr. Alexander W. Wehr fue nombrado Presidente y Director General de BMW Group Latinoamérica y es responsable de gestionar las estrategias desde el norte de México hasta el sur de la Patagonia.

“Estamos viviendo momentos desafiantes y de muchos cambios en la región; sin embargo, confiamos en nuestra capacidad para adaptarnos a las políticas y situaciones de los países que integran esta zona. Nuestro liderazgo en ventas en Latinoamérica es resultado de: 1. Una oferta de productos innovadora que fascina a nuestros clientes por su diseño, deportividad y alta tecnología; 2. La constante inversión de nuestros socios de negocio en la capacidad de nuestra red de distribución; 3. Entrenamiento exhaustivo de nuestro equipo para encantar cada vez más a nuestros clientes”, afirmó el Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.

Bajo la nueva estructura de BMW Group Latinoamérica, el Dr. Alexander W. Wehr asignó un CEO para dar un seguimiento puntual a cada uno de los mercados: Maru Escobedo como CEO de BMW Group México, Rolf Epp como CEO de BMW Group Argentina y Antonio Antela, como CEO de los mercados importadores. En Brasil, Aksel Krieger comienza como CEO en 1º de febrero reemplazando a Helder Boavida, nombrado CEO de las operaciones de la empresa para los países nórdicos y bálticos.

México: el mercado ideal para continuar rompiendo paradigmas.

México ha adquirido un protagonismo crucial en la región debido a que su mercado sigue siendo el ideal, no sólo en el tema de ventas o posicionamiento de la marca, sino también en el tema de inversión donde BMW Group ha depositado su total confianza.

A mediados de 2019 se llevará a cabo la inauguración de la nueva planta de BMW Group, la cual está en construcción en San Luis Potosí; cuya producción será destinada a la séptima generación del BMW Serie 3. La planta proveerá vehículos a más de 120 mercados globales, con una capacidad de producción anual de 175 mil unidades y la generación local de más de 2,000 empleos directos.

BMW Group México demostró durante 2018 un ritmo constante y acelerado de ventas a través de sus tres marcas: 30,440 unidades, de las cuales 18,501 (+18.1%) pertenecen a BMW, 6,589 (+7.4%) a MINI y 5,350 (+5.3%) a BMW Motorrad.

La marca BMW logró en 2018 números positivos debido a las mejoras en temas de servicio al cliente, planes de financiamiento y lanzamientos de productos. La familia BMW X fue la protagonista de productos lanzados durante el año con la aparición del nuevo BMW X2, la llegada de las nuevas generaciones BMW X3, BMW X4 y BMW X5. Otro lanzamiento importante de 2018 fue que complementó el portafolio de vehículos de la marca con el nuevo BMW Serie 1 Sedán.

En el caso de la marca MINI, durante 2018 se destacó en el mercado mexicano por los lanzamientos de los renovados MINI 3 puertas, MINI 5 puertas y MINI Convertible. Así como la incursión de la transmisión automática Steptronic de 7 velocidades con embrague doble que permite una impresionante dinámica de cambios para un manejo divertido mejorado, mientras que incluye todas las características de comodidad de una transmisión automática. Y la presentación de las ediciones especiales MINI John Cooper Works Silver Edition y MINI

Yours Customized.

Por otro lado, BMW Motorrad ha ampliado su mercado con ejemplares cuya venta inició el año pasado en el país y que han contribuido para un crecimiento estable para la división de motocicletas: la BMW G 310 R, la BMW G 310 GS, la BMW F 750 GS y la BMW F 850 GS.

“En BMW Group estamos enfocando nuestros esfuerzos para mantener los niveles de atención a nuestros clientes. La experiencia que las personas viven a través de nuestras marcas BMW, MINI y BMW Motorrad va más allá de la conducción, es enfocarnos a todos los detalles que viven desde que visitan nuestros puntos de venta, el proceso de compra y el seguimiento postventa. Tenemos un gran reto en 2019 para mejorar día con día, pero estamos seguros que lo lograremos” declara Maru Escobedo, CEO de BMW Group México.

BMW Group y sus mercados importadores: un año récord en ventas.

Para BMW Group, la zona de Latinoamérica y el Caribe (en donde la empresa opera por medios de importadores como socios de negocio) es un pilar fundamental de la compañía, no sólo en el tema de venta o posicionamiento de la marca, sino también en su capacidad de adaptación hacia los constantes cambios y momentos desafiantes por los que han atravesado los países que integran la región.

Durante el periodo anual anterior, BMW Group Latinoamérica y Caribe reportó 18,770 unidades nuevas entregadas a lo largo del territorio. Esto dividido en 12,956 automóviles de BMW (+11.6%), 1,691 (+16.0%) de MINI y 4,123 motocicletas (+4.3%) de BMW Motorrad.

La región también se ha convertido en un escenario favorable para el tema de movilidad sustentable, en donde BMWi ha adquirido cada vez más protagonismo a través de la promoción de sus emblemáticos BMW i3 y BMW i8 en sus distintas versiones. No conforme con ello, también ha enfocado sus esfuerzos en el relacionamiento con gobiernos locales para incentivar la preferencia de nuevas tecnologías de movilidad a través de la creación de beneficios fiscales locales a los usuarios que apuestan por estas alternativas.

En la región, BMW Group ha participado en diversos eventos, foros y seminarios, donde sus ejecutivos de BMWi se han convertido en líderes de opinión locales para promover nuevas tecnologías desarrolladas por la marca en este campo. Además, ha sido protagonista en iniciativas de instalación de estaciones de carga a lo largo de la región, principalmente en países como Chile, Panamá, Uruguay, Costa Rica y Colombia; mientras que países como Chile y Uruguay - al igual que México- han sido sedes de exitosas fechas de la Fórmula E.

“Para BMW Group, 2018 ha sido un año donde hemos escrito capítulos muy interesantes en el tema de movilidad sustentable para la región. Clientes, autoridades y organismos no gubernamentales, están muy entusiasmados por todo lo que BMW Group ha aportado en investigación, promoción del tema, lanzamiento de nuevos productos y creación de infraestructura. Cabe destacar que logramos un récord histórico de ventas en la región liderando una vez más el segmento Premium de manera muy significativa” comenta Antonio Antela, CEO de los Mercados Importadores en Latinoamérica.

BMW Group Argentina vive un momento desafiante.

En Argentina, la industria automotriz ha transitado un momento desafiante como resultado de las adversas variables macroeconómicas que se conjugaron en 2018. Sin embargo, la lealtad de nuestros clientes y la pasión que despiertan nuestras marcas BMW y MINI se traducen en más de 3,000 unidades patentadas considerando ambas marcas en conjunto. A pesar de las dificultades atravesadas, los resultados alcanzados en 2018 ratifican la fidelidad de nuestros exigentes clientes acostumbrados a acceder a vehículos de calidad y prestaciones superiores.

“Argentina transitó un 2018 signado por una combinación de factores que atentaron contra la industria automotriz en general y el segmento Premium en particular. El debilitamiento de la moneda local, la falta de actualización del impuesto interno que graba los vehículos importados sumados a las elevadas tasas de interés constituyen una suma de factores que dilatan la decisión de compra de los clientes. Sin embargo, estamos convencidos que la amplia y sofisticada línea de vehículos que lanzaremos durante el 2019 nos permitirá obtener resultados favorables para nuestras marcas en cuanto a ventas y participación de mercado” afirmó Rolf Epp, CEO de BMW Group Argentina.

Dentro del portafolio de vehículos del BMW Group de Argentina, en 2018 las Serie 1, Serie 2 y BMW X1 han sido los productos más elegidos.

BMW Group Brasil: el nuevo integrante de la región.

Brasil ha hecho un espectacular debut tras su nueva inclusión al mercado de Latinoamérica bajo la estructura de BMW Group en la región y presentando el liderazgo de ventas automotrices del mercado Premium, con 11,375 matrículas de la marca BMW (+11.8%) y 1,726 (+8.8%) de MINI. El mercado de motocicletas igual ha sido importante en Brasil y BMW Motorrad reportó ventas de 7,158 unidades (+8%).

“El desempeño en las ventas de BMW Group Brasil, con las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad, avalan la efectividad de nuestras estrategias y son motivo de orgullo para nosotros. El liderazgo de nuestra empresa a nivel nacional en el segmento Premium es un reflejo del compromiso de todos los que trabajamos en la compañía para proporcionar a nuestros clientes productos de la más alta calidad y tecnología” afirma Helder Boavida, CEO de BMW Group Brasil.

En el tema de movilidad eléctrica, BMW Group Brasil tuvo un rol protagónico en la inauguración de uno de los corredores con mayores estaciones de carga para vehículos eléctricos e híbridos en Latinoamérica, cuya distancia une a las ciudades de Sao Paulo y Rio de Janeiro. Iniciativa que incluso le valió a la empresa alemana el reconocimiento de “Marca Verde del Año” por parte de la revista “Autoesporte”, uno de los medios más influyentes en el país y que también contempla temas de proyectos sustentables para su contenido.

En términos de producto, BMW Group consolidó su rol pionero en el mercado de vehículos

eléctricos, al lanzar una versión renovada de su BMW i3 y los modelos híbridos del MINI Cooper SE Countryman ALL4 y el BMW 530e M Sport, quienes brillaron con luz propia en la 30ª edición del Salón del Automóvil de Sao Paulo.

Servicios Financieros, una herramienta que fortalece el nivel de venta para BMW Group.

Un importante catalizador de venta para BMW Group en la región es la gama de servicios de financiamiento que la marca tiene para sus clientes. “Los programas de crédito y arrendamiento automotriz hacen más accesibles las posibilidades de que nuestros seguidores adquieran el auto de sus sueños. Mantenemos un programa moderno y atractivo de soluciones en financiamiento a nivel regional”, afirma Harald E. Schüll, CEO de BMW Group Servicios Financieros para Latinoamérica.

De entre los esquemas financieros disponibles de acuerdo a cada país de la región de Latinoamérica, se encuentran:

- Crédito Automotriz Tradicional: que ofrece competitivas condiciones de financiamiento para los vehículos de BMW Group y es muy flexible de acuerdo con las necesidades del cliente.
- Programa Leasing: un esquema preferido por los clientes de BMW y MINI a nivel mundial, y cada vez más demandado en la región; en México con un crecimiento de 20% con respecto a 2017. Este esquema garantiza la certeza de disfrutar un BMW o MINI nuevo cada vez que el usuario lo desea, manteniéndose a la vanguardia en desempeño, seguridad y tecnología, con la flexibilidad que cada cliente merece para conducir.
- Programa Select: un nuevo plan de financiamiento que ha sido diseñado para clientes BMW y MINI que aprecian conducir un auto de lujo con la ventaja de pagar mensualidades bajas. Este plan permite considerar distintas opciones abiertas hasta el término del plazo, de manera que el cliente pueda tomar la decisión más adecuada conforme a sus necesidades, ingresos y preferencias.
- Owner's Choice: ideal para la compra de vehículos BMW Motorrad y autos seminuevos bajo los altos estándares de BMW Group y con la ventaja de pagar mensualidades bajas.

En México, durante 2018, BMW Group Servicios Financieros otorgó 15,560 contratos para vehículos (+4.3% en comparación con 2017), lo que representa un crecimiento del 10% en el valor de su portafolio.

A través de los socios de cooperación en Latinoamérica, fue posible que más de 3,600 clientes financiaran su vehículo en Chile, Colombia, Perú y Argentina. Se han diseñado productos de crédito y arrendamiento específicos por país.

Tablas de información – Resultados consolidados de ventas en 2018

Región LATAM	Ventas ene-dic 2018	Crecimiento vs. 2017
BMW	45,462	+10.4%
MINI	10,381	+7.1%
BMW Motorrad	18,869	+1.8%

México	Ventas ene-dic 2018	Crecimiento vs. 2017
BMW	18,501	+18.1%
MINI	6,589	+7.4%
BMW Motorrad	5,350	+5.3%

Mercados Importadores	Ventas ene-dic 2018	Crecimiento vs. 2017
BMW	12,956	+11.6%
MINI	1,691	+16.0%
BMW Motorrad	4,123	+4.3%

Argentina	Ventas ene-dic 2018	Crecimiento vs. 2017
BMW	2,646	-29.2%
MINI	375	-27.3%
BMW Motorrad	2,035	-29.9%

Brasil	Ventas ene-dic 2018	Crecimiento vs. 2017
BMW	11,375	+11.8%
MINI	1,726	+8.8%
BMW Motorrad	7,158	+8.0%

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 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2018, el Grupo BMW vendió más de 2 millones 490 mil 000 vehículos y más de 165 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2017 fue de aproximadamente 10 mil 655 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 98 mil 678 millones de euros. El 31 de diciembre de 2017, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 129,932 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>



México, Latinoamérica y el Caribe.



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

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Edgar Téllez

Tania Gómora

vladimir.mello@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

edgar.tellez@bmw.com.mx

tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graeber

Elizabeth Arreguín

Allan Díaz

christine.graeber@bmw.com

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

allan.diaz@partner.bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño

gonzalo.rodino@bmw.com.ar

<https://www.press.bmwgroup.com/argentina>

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210

Pablo Durán Teléfono: 52 5 5010 3214

Osvelia Ramírez Teléfono: 52 5 5010 3268

martha.resendiz@porternovelli.mx

pablo.duran@porternovelli.mx

osvelia.ramirez@porternovelli.com