

BMW Group confirma su posición como compañía líder de vehículos Premium en Latinoamérica con sus resultados de ventas de 2019.

- La marca BMW fortalece su liderazgo en Latinoamérica al conseguir un 32.8% de participación de mercado en ventas dentro del segmento Premium, récord histórico de la marca en la región.
- Para BMW Group a nivel mundial, Latinoamérica continúa como una de las regiones más importantes. De los 28 países de la región donde tiene presencia la marca BMW, se destaca su liderazgo en 24 naciones.
- Las ventas globales de BMW Group aumentaron 1.2% respecto a 2018, al colocar 2,520,307 unidades de sus marcas BMW, MINI y Rolls Royce durante 2019. Lo que representó su noveno año consecutivo con récord mundial de ventas.

Ciudad de México, 27 de enero de 2020. Durante 2019, BMW Group a nivel global alcanzó un crecimiento del 1.2% respecto a 2018, lo que representó su noveno año consecutivo con récord de ventas. Así, BMW Group se consolida como líder mundial del segmento Premium, al colocar 2,520,307 unidades de sus marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, por décimo sexto año consecutivo.

En 2019 la marca BMW logró un número histórico de 2,168,516 (+2.0%) unidades entregadas globalmente. Los modelos BMW X vendidos para los diferentes mercados durante ese periodo, protagonizaron uno de los éxitos de la compañía al aumentar 20.9% sus ventas (958,732 unidades colocadas; entre las que destaca el nuevo BMW X7).

Como pionero en movilidad eléctrica, BMW Group ya colocó medio millón de vehículos electrificados en el mundo. Las ventas de autos electrificados BMW y MINI reportaron un crecimiento del 2.2% (145,820 vehículos) en comparación a 2018. BMW Group planea expandir su oferta de autos electrificados a 25 modelos para el 2023, más de la mitad serán completamente eléctricos; actualmente el Grupo tiene 11 modelos disponibles.

Otro logro obtenido en 2019 fue el resultado de las submarcas BMW M y M Performance, que con un crecimiento del 32.2% (135,829 unidades entregadas de manera global) consiguió el periodo más exitoso en ventas de los casi cincuenta años de historia de BMW M GmbH.

MINI vendió 346,639 unidades el año pasado (-4.1%). Los modelos John Cooper Works volvieron a ser muy relevantes en 2019, así como el MINI Cooper S E Countryman ALL4 híbrido conectable.

BMW Motorrad obtuvo nuevos máximos y consiguió un crecimiento del 5.8% (175,162 motocicletas vendidas en el mundo). Esto debido al lanzamiento de siete nuevos modelos, así como por su sólida cartera de productos.

Rolls-Royce Motor Cars reportó que en 2019 se colocaron 5,152 unidades en todo el mundo (+25.4%), las ventas más altas en los 116 años de historia de la marca. Norteamérica volvió a ser el mercado más importante.

“BMW Group se mantiene como líder en el sector Premium a nivel mundial, gracias a la robusta oferta de nuestros productos con los que ofrecemos la mejor experiencia de manejo a los clientes que buscan excelencia en la calidad del servicio; así como un gran desempeño en cada una de las unidades que adquieren. Lo anterior nos llevó a marcar otro récord y aumentar nuestras ventas”, comentó Pieter Nota, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Clientes, Marcas y Ventas.

BMW Group fortalece su liderazgo en América Latina en 2019.

Con una visión a largo plazo, BMW Group se ha enfocado en el desarrollo de mercados clave para la compañía. El Grupo mantiene una importante inversión en Latinoamérica a través de proyectos como la promoción de la electromovilidad; una estrecha relación con sus aliados y socios; así como el fortalecimiento de la producción de sus vehículos; lo anterior fortaleció la región durante 2019 y se vio reflejado en sus resultados.

A pesar de la efectiva estrategia de BMW Group en Latinoamérica, es necesario precisar que la región mantuvo un ambiente que retó constantemente a la industria automotriz durante 2019. Ya que el mercado de autos en su totalidad reportó una caída en ventas de -6.0% y en específico el segmento Premium reportó -10.0%. Por otra parte, cabe destacar que Brasil fue el mercado que presentó un mayor crecimiento de mercado en Latinoamérica (+8.7%).

En 2019 el número total de las ventas de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad, alcanzaron las 75,430 unidades vendidas (+0.8% de lo alcanzado en 2018).

BMW logró vender 44,528 vehículos (-2.2%) respecto al 2018, sin embargo, la marca se mantuvo como líder en el segmento Premium en Latinoamérica, representado por el 32.8% de participación de mercado en ventas. Uno de los modelos más distintivos que llegaron durante el año fueron el BMW Serie 3, BMW Serie 1 y el BMW X7. De los 28 mercados donde mantiene presencia el Grupo, la marca BMW lidera 24 de ellos.

Por su parte MINI, una de las marcas más fuertes en el segmento de lujo durante sus 60 años de trayectoria, colocó 9,526 unidades (-8.5%). El modelo MINI Clubman, el cual llegó al mercado con el motor más potente jamás usado por la marca en un vehículo de producción, y el MINI 60 Years Edition fueron clave como los nuevos modelos del portafolio de productos y tuvieron muy buena aceptación por parte de los seguidores de la marca.

BMW Motorrad fue la marca del Grupo que tuvo un importante crecimiento durante el 2019. Sus ventas crecieron 13.3% respecto a las registradas el año anterior, al colocar 21,376 motocicletas en el mercado, un resultado que muestra el interés de los consumidores por las motos de gama alta.

La decisión de colocar a México como el centro de operaciones BMW Group en Latinoamérica ha dado resultados positivos. Actualmente se ofrece una sólida dirección para atender las necesidades de los diferentes mercados y mayor agilidad en los procesos. Por lo anterior, a finales de 2019 BMW Group Latinoamérica se

mudó a sus nuevas oficinas corporativas en la zona de Santa Fe en la Ciudad de México, las cuales son muestra del compromiso que mantiene la compañía con el país y la región.

“El 2019 fue año de grandes retos para la industria, no solo en Latinoamérica, sino a nivel mundial; los cuales hemos enfrentado exitosamente gracias a la experiencia de la marca y porque continuamos con nuestra intención por entregar la mejor experiencia de manejo a cada uno de los clientes. Queremos seguir como pioneros de la industria a través de la mejora constante en nuestros servicios, la integración de nuevas tecnologías e implementación de diseños innovadores que nos hacen únicos en el mercado”, afirmó el Dr. Alexander W. Wehr, Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.

México un país clave para BMW Group.

Después de haber celebrado 25 años en territorio mexicano en junio de 2019, gracias a su experiencia y conocimiento del mercado, BMW Group mantuvo su posicionamiento como líder en ventas del segmento Premium al cierre del año.

El panorama de la industria automotriz y el entorno cambiante, se convirtieron en factores de reto para BMW Group, por lo que la compañía trabajó de manera estratégica para incrementar su participación de mercado en México.

BMW Group México logró la venta de 29,458 unidades (-3.2%) debido a la situación compleja de la industria automotriz en el país. El Grupo mantuvo su liderazgo del segmento Premium.

La marca BMW consiguió la venta de 17,815 vehículos (-3.7%), pero se mantuvo como líder del segmento Premium. Este resultado se debió a su amplio portafolio, donde destaca la llegada del BMW Serie 3 – séptima generación – el cual ya se fabrica en México.

El 2019 fue un año desafiante para MINI en México, una de las marcas icónicas del segmento Premium que se ha posicionado contundentemente desde su llegada al país hace 17 años, la cual consiguió la venta de 5,830 vehículos (-11.5%). Durante el año, MINI puso en marcha estrategias enfocadas en las preferencias de sus seguidores: MINI se unió a la celebración mundial de sus 60 años de lanzamiento y trajo al país la edición especial MINI 60 Years; así mismo lanzó su modelo más rápido: el MINI Clubman 2020; e implemento su estrategia MINI Racing.

BMW Motorrad colocó 5,813 unidades en el país, reportando un crecimiento del 8.7% respecto a 2018. La marca ha conseguido el interés del consumidor mexicano. Este se derivó de un atractivo portafolio que tuvo como estrella la llegada de su icónica BMW 1000 XR, la motocicleta Adventure Sport más vendida.

Los logros obtenidos en materia de satisfacción de clientes fueron destacados para BMW Group en México. En noviembre de 2019, BMW y MINI obtuvieron el 1er y 3er lugar – respectivamente - en la categoría “Calidad y Confiabilidad del Vehículo”; reconocimiento que otorga J.D. Power México, líder global en el conocimiento del consumidor y en servicios de consultoría y análisis de información.

Con una inversión de más de mil millones de dólares, a mediados de 2019 se inauguró la planta BMW Group en San Luis Potosí. Este proyecto forma parte de la estrategia de crecimiento de la compañía para lograr mayor eficiencia en la región.

“En BMW Group sabemos que en el 2019 atravesamos por momentos desafiantes para la industria en México, y vemos que el 2020 será un nuevo reto. Sin embargo, también estamos orgullosos que, a pesar de las adversidades, BMW Group México se mantiene como líder en el segmento Premium y conseguimos incrementar nuestra participación de mercado. Nuestros objetivos son: conservar el posicionamiento alcanzado; continuar ofreciendo a nuestros clientes la calidad que nos distingue para mantener los niveles de satisfacción de los mismos, a través de nuestros productos, procesos de venta y servicio postventa; seguiremos apuntalando la inversión en el país y promoviendo el desarrollo de la electromovilidad”, mencionó Maru Escobedo, CEO de BMW Group México.

Brasil un país con crecimiento sostenido.

Brasil ha sido uno de los países claves para las ventas en la región, su densidad poblacional, amplitud territorial y el interés del mercado por los productos de gran calidad y valor agregado de BMW Group, le han permitido a la compañía, consolidarse como uno de los actores notables del sector automotriz de lujo.

Uno de los compromisos más importantes que tiene BMW Group con el país es el impulso en el desarrollo de tecnologías y nuevas alternativas para el uso sustentable de vehículos. En 2019 se consolidaron 180 puntos de recarga para vehículos híbridos y eléctricos en el país.

Durante el 2019 se vendieron 24,944 unidades de las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad, un incremento del 23.0% respecto al total de ventas registradas en 2018.

La marca BMW mantiene su liderazgo en el sector de vehículos Premium, registrando un crecimiento del 15.3% en sus ventas durante el 2019, gracias a la entrega de 13,153 vehículos en el país.

Por su parte MINI, vendió 1,633 unidades, 5.0% menos a las obtenidas durante 2018. Sin embargo, la marca reforzó su presencia en el país con el lanzamiento de su edición especial limitada, MINI 60 Years Edition.

El interés del mercado por las motocicletas Premium aumentó en 2019. BMW Motorrad alcanzó un crecimiento de ventas del 41.9% respecto al año anterior con 10,158 unidades colocadas, únicas en el segmento por su potencia, diseño y seguridad.

“Tengo mucho orgullo de nuestro equipo y quiero agradecer a nuestra red de distribuidores por el trabajo a lo largo del año y también a nuestros clientes por hacernos la marca preferida de los brasileños en el mercado de autos de lujo 2019. Lideramos el mercado y crecimos dos dígitos en venta de autos, motocicletas y tenemos la mayor penetración de mercado en la historia desde el comienzo de

nuestras operaciones en el país”, comentó Aksel Krieger, CEO de BMW Group Brasil.

Liderazgo de BMW Group en los mercados importadores.

Algunos países de Latinoamérica y el Caribe pasan por un entorno socioeconómico incierto y complejo que ha impactado al sector empresarial. Para contrarrestar lo anterior, BMW Group ha trabajado de la mano de sus importadores – a través de quienes opera en la región, creando estrategias que se adecúen a las necesidades de cada nación.

En los últimos años se ha fortalecido la presencia de las diferentes marcas de BMW Group con el establecimiento estratégico de puntos de venta, que se ha visto robustecida por la llegada de modelos que son de interés para cada mercado.

Muestra de ello es que, a lo largo del 2019, se lograron importantes aperturas en mercados clave como el Showroom de BMW, MINI y BMW Motorrad en Colombia; “The House of MINI” y el nuevo Showroom BMW en Chile; así como el inicio de operaciones del Showroom MINI en Panamá. En el caso de República Dominicana es importante destacar el desempeño del nuevo importador del país, que obtuvo un logro histórico al recuperar el liderazgo del segmento Premium con BMW en su primer año de gestión. Gracias a estos hitos en la región, BMW Group reforzó la sociedad que mantiene con los importadores, pues representan un importante pilar para la compañía.

En 2019, BMW Group colocó 17,890 unidades en esta zona, manteniendo su liderazgo. La marca BMW encabeza el segmento Premium con 11,879 unidades vendidas (-8.7%); la marca MINI colocó 1,779 vehículos (+3.2%); mientras que BMW Motorrad entregó 4,232 unidades (+2.6%).

“BMW Group confía en el conocimiento y experiencia de sus socios y aliados, misma que nos ha llevado a mantenernos como líderes en diferentes países en los que tenemos presencia. Los importadores son pieza clave para la compañía, pues nos acercan a nuevos consumidores y nos apoyan con la promoción y creación de la infraestructura que nos ayuda a solidificar nuestro posicionamiento”, aseguró Antonio Antela, CEO de los Mercados Importadores en Latinoamérica.

Argentina, un año de gran volatilidad y desafíos para BMW Group.

La industria automotriz en Argentina también ha enfrentado adversidades y momentos críticos durante 2019. Sin embargo, BMW Group ha mantenido la confianza en el país y continúa apostando por brindar los últimos vehículos disponibles en todo el mundo a los clientes locales.

Con el reciente lanzamiento del BMW Serie 1 a finales de diciembre, BMW Group Argentina completó la presentación en 2019 de seis nuevos modelos. En mayo introdujo en el país el nuevo BMW Serie 3, sedán icónico de la marca, en su séptima generación. En agosto, hizo lo propio con dos modelos de la familia X, BMW X4 y BMW X5 y unas semanas más tarde, en sintonía con el BMW M-Festival realizado en Sao Paulo, se lanzaron los BMW Z4 y BMW Serie 8 coupé.

A diferencia de lo ocurrido en oportunidades anteriores, todos estos modelos llegaron a la Argentina tan sólo pocos meses después de su debut mundial. De igual modo, MINI le acercó a los fanáticos de la marca la posibilidad de acceder a la edición limitada MINI 60 Years. Hacia el mes de noviembre, BMW Motorrad presentó la nueva R 1250 GS y la R 1250 GS Adventure.

En 2019 las ventas totales fueron de 3,257 unidades vendidas de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad.

A pesar de que la industria automotriz cerró el año con una caída interanual de un 42.0% para el segmento Premium, BMW entregó 1,701 vehículos, un volumen de ventas menor a las registradas el año anterior en sintonía con la situación general de la industria. Sin embargo, este volumen le permitió aumentar su participación en el segmento hasta en un 27.5% (2.5% superior al resultado de 2018); con lo cual logró ocupar el segundo lugar dentro del segmento Premium.

MINI entregó 289 autos, cifra inferior al año anterior (-23.0%) pero que también muestra una caída menor a la del segmento Premium. Por su parte, BMW Motorrad comercializó 1,267 unidades (-38.0%), lo que representó un decrecimiento respecto a las ventas alcanzadas en 2018.

“La situación compleja por la que atraviesa Argentina ha impactado a la industria y al segmento Premium. Las condiciones socioeconómicas continúan siendo un desafío para la compañía. No obstante, en BMW Group estamos conscientes de que existe un compromiso con el país, por lo que seguimos trabajando para ofrecer lo que los clientes necesitan”, comentó Rolf Epp, CEO de BMW Group Argentina.

Tablas de información - Resultados consolidados de ventas en 2019.

Global	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	2,168,516	+2.0%
MINI	346,639	-4.1%
BMW Motorrad	175,162	+5.8%

Región LATAM	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	43,918	-2.2%
MINI	9,531	-8.5%
BMW Motorrad	21,470	+13.3%

México	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	17,815	-3.7%
MINI	5,830	-11.5%
BMW Motorrad	5,813	+8.7%

Brasil	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	13,153	+15.3%
MINI	1,633	-5.0%
BMW Motorrad	10,158	+41.9%

Mercados Importadores	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	11,879	-8.7%
MINI	1,779	+3.2%
BMW Motorrad	4,232	+2.6%

Argentina	Ventas enero-dic 2019	vs. 2018
BMW	1,071	-36.0%
MINI	289	-23.0%
BMW Motorrad	1,267	-38.0%

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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2 millones 520 mil vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2017 fue de aproximadamente 9 mil 815 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 97 mil 480 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2018, BMW Group tenía una mano de obra de 134,682 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

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 2019 el 25 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 inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, 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, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 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 Latinoamérica

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Édgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gómora	tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graeber	christine.graeber@bmwgroup.com
Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva	tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo	aolmedo@jeffreygroup.com
Vanessa Angulo	vangulo@jeffreygroup.com
Antonio Domínguez	adominguez@jeffreygroup.com
Angela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Federico Martínez	fmartinez@jeffreygroup.com
Guillermo García	ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez	dmendez@jeffreygroup.com
Marisol Borbolla	mborbolla@jeffreygroup.com
Arturo Tobias	atobias@jeffreygroup.com
Zaira Nolasco	znolasco@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/