

BMW Group planea varios escenarios y puede reaccionar de manera rápida frente a nuevos desarrollos.

- La liquidez permanece en un nivel elevado – las inversiones tienen prioridad.
- Aumento del EBIT (beneficio antes de intereses e impuestos) del primer trimestre debido a la elevada provisión registrada el año anterior.
- BMW Group actualiza la perspectiva del EBIT del segmento Automotriz.
- Primer trimestre: La gama de productos y la política de fijación de precios sustentan las ganancias.
- Se aumentará la producción de acuerdo con la demanda.
- Compromiso firme con metas acordadas de CO₂ y de la norma Euro 6d.
- Zipse: “El modelo de negocio continúa siendo apto para el futuro después de la crisis”.

Múnich. BMW Group está preparado para reaccionar de manera rápida y decisiva en todo momento frente a los nuevos desarrollos durante la pandemia del coronavirus (COVID-19) mediante la identificación sistemática de escenarios potenciales. Este enfoque es especialmente importante debido a que BMW Group espera que las consecuencias de la pandemia limiten las operaciones de toda la industria automotriz durante algún tiempo. También se está haciendo evidente que los volúmenes de entrega en mercados clave no regresarán a la normalidad en el transcurso de sólo unas semanas. BMW Group está desarrollando estrategias para varios escenarios y está preparado para tomar medidas adicionales para salvaguardar su posición financiera y utilizar su fortaleza subyacente para dirigirse a sí mismo a través de esta difícil fase.

“Está muy claro que la situación continúa siendo grave y los pronósticos del mercado están sujetos a limitaciones bajo estas circunstancias. De manera gradual estamos volviendo a aumentar nuestra producción de acuerdo con la demanda en cada mercado. Sin embargo, estamos monitoreando los desarrollos de manera extremadamente cercana para ser capaces de responder con la máxima flexibilidad,” afirmó Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG en Múnich, el miércoles. “Estamos manteniendo un estricto control en los niveles de inventario porque la liquidez tiene prioridad absoluta en esta situación.”

Al mismo tiempo, BMW Group está plenamente consciente de su responsabilidad como empleador y como una parte integral de la sociedad. Promueve la protección y la salud de sus empleados y se esfuerza por encontrar el mejor equilibrio posible para asegurar el éxito duradero de la empresa. BMW Group también está apoyando a las autoridades públicas para proporcionar equipo de protección personal, proporcionando vehículos a organizaciones de ayuda, e incluso ha comenzado a producir mascarillas respiratorias. Zipse añadió: “Estamos haciendo todo lo posible para aprovechar nuestra experiencia para combatir el virus. Estamos contribuyendo con la protección de la salud pública. Al mismo tiempo, también estamos haciendo

lo que nos corresponde para ayudar a impulsar la economía y reactivar la vida pública en varios países. Estos factores son altamente relevantes y sólo pueden funcionar de manera conjunta.”

Fijar el rumbo en una etapa temprana está rindiendo frutos.

Incluso en la situación actual, las decisiones estratégicas de BMW Group están rindiendo frutos. Se abordó el cumplimiento con las metas de CO₂ actualmente aplicables en una etapa temprana, y un aspecto importante de ello fue la decisión de electrificar de manera sistemática su gama de modelos. Con su programa Performance > NEXT lanzado en 2017, BMW Group estableció las bases para lograr una mayor eficiencia y un rendimiento operativo más fuerte. También aseguró de manera estratégica el acceso a las materias primas necesarias para proporcionar una movilidad eléctrica. Desde el inicio del año en curso, BMW Group ha estado adquiriendo el cobalto y el litio requeridos directamente y pasando dichos recursos a los proveedores que fabrican celdas de baterías.

Al mismo tiempo, BMW Group continúa convencido de la importancia de enfocarse de manera consistente en las necesidades del cliente y, por consiguiente, en las innovaciones requeridas para cubrir dichas necesidades de manera crucial para su éxito duradero: “Continuamos orientados en invertir para mejorar nuestro próspero futuro. Continuaremos electrificando nuestra flota como lo teníamos planeado sin poner en riesgo la conducción altamente automatizada. Nuestro iNEXT está diseñado para proporcionar un desempeño de Nivel 3 en las carreteras. También continuaremos invirtiendo en la tecnología de celdas de combustible de hidrógeno. Asimismo, como un socio de confianza dentro de nuestra sociedad, continuamos capacitando a personas jóvenes,” afirmó Zipse con énfasis.

“La pandemia no pone en duda nuestro modelo de negocio de ninguna manera. Conducido por la tecnología y la innovación, este modelo de negocio continuará estando preparado para el futuro después de que haya finalizado la crisis actual.” Con estos objetivos en mente, BMW Group continúa invirtiendo para ampliar su experiencia en las áreas de la tecnología orientadas al futuro. Para 2025, el Grupo tiene previsto invertir más de 30 mil millones de euros en investigación y desarrollo para establecer aún más su función como un líder en innovación.

Firme compromiso para cumplir las metas de CO₂.

BMW Group continúa trabajando de manera incansable para reducir los niveles de emisiones de CO₂ en su nueva flota de modelos y una vez más tiene el objetivo de lograr la meta estipulada de la flota de CO₂ para los vehículos nuevos registrados en Europa este año. Ésta es aproximadamente 20% menos a comparación de la meta del año pasado. El Grupo espera lograr una tercera parte de la reducción requerida a través de mejoras a sus sistemas de propulsión convencionales y las dos terceras partes restantes mediante el incremento de la cantidad de vehículos electrificados que produce.

Por consiguiente, los esfuerzos de BMW Group para cumplir con los límites futuros obligatorios de consumo de CO₂ y rendimiento de combustible, están basados en el impacto combinado de las tecnologías Efficient Dynamics, las cuales han implementadas por el Grupo de manera continua desde 2007, y la electrificación progresiva de su flota. Zipse confirmó: “Continuamos firmemente comprometidos con las metas de CO₂ acordadas dentro de la Unión Europea y con la introducción

de la norma de emisiones Euro 6d. Simplemente no podemos darnos el lujo de dormirnos sobre nuestros laureles cuando se trata de proteger al medio ambiente.”

Como pionero de la movilidad eléctrica, BMW Group ya es un proveedor líder de vehículos electrificados y actualmente está en el proceso de expandir su gama de manera significativa. Para finales de 2021, BMW Group podrá ofrecer a los clientes una selección de cinco vehículos de producción en serie totalmente eléctricos. Además del BMW i3, el totalmente eléctrico MINI Cooper SE* entró a producción en la planta de Oxford (Reino Unido) del Grupo a finales de 2019. Este año, la producción del BMW iX3 comenzará en la planta de Shenyang en China, seguido en 2021 por el BMW iNEXT y el BMW i4 en las plantas de Dingolfing y Múnich, respectivamente. Todos estos vehículos estarán equipados con la tecnología BMW eDrive de quinta generación.

La siguiente generación del BMW Serie 7 marcará, sin duda, un nuevo hito. El modelo insignia de la marca BMW también ofrece a los clientes el “Poder de Elección” y estará disponible con cuatro diferentes tipos de tren motriz: como una versión altamente eficiente impulsada con diésel o gasolina, un híbrido conectable y, por primera vez, un modelo BEV totalmente eléctrico, el cual también estará equipado con la tecnología de tren motriz eléctrico de quinta generación. Con esta combinación, BMW Group está subrayando su aspiración de ofrecer a los clientes la tecnología correcta para una movilidad más sustentable.

Inversión con un sentido de proporción – la posición de liquidez permanece fuerte.

Una vez más en el primer trimestre de 2020, BMW Group incurrió en gastos directos sustanciales en el camino hacia proporcionar la movilidad del futuro, no obstante, manteniendo una disciplina de costo y capital. De € 1,380 millones, los gastos de investigación y desarrollo para el periodo de tres meses permanecieron elevados (2019: € 1,396 millones; -1.1%). Los gastos de capital en propiedad, planta y equipo y otros activos intangibles sumaron € 687 millones (2019: € 999 millones; -31.2%) para el primer trimestre.

“Nuestra estrategia probada de inversiones específicas con un sentido de proporción se aplica más que nunca. En vista de la situación actual, pondremos en espera ciertos proyectos o los someteremos a una mayor revisión. Por consiguiente, esperamos reducir los gastos de capital de casi 5.7 mil millones de euros en el ejercicio financiero anterior a menos de cuatro mil millones de euros en 2020,” afirmó Nicolas Peter, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG para Finanzas. “Adicionalmente, BMW Group reforzó su ya fuerte posición de liquidez incrementando los fondos disponibles a casi 19 mil millones de euros al final del trimestre. Continuamos teniendo la mejor tasa de crédito de todos los fabricantes de vehículos de Europa y la segunda mejor a nivel mundial. Nuestra fuerte capacidad crediticia a largo plazo nos permite continuar obteniendo beneficios del excelente acceso a los mercados de capital internacionales.”

Durante los últimos tres años, BMW Group ya había alcanzado una excelente posición inicial con su programa Performance > NEXT. Uno de los muchos resultados positivos de esta iniciativa es que los tiempos de desarrollo de los

modelos de vehículos nuevos se redujeron tanto como un tercio. En cuanto al producto, hasta el 50% de las variantes actuales de los trenes motrices serán eliminadas a partir de 2021 en la transición para crear arquitecturas vehiculares flexibles mejoradas.

Asimismo, la oferta de modelos de BMW Group es evaluada de manera periódica para encontrar maneras potenciales adicionales de reducir la complejidad. El Grupo también está aprovechando el potencial para una mayor sinergia y eficiencia en la compra indirecta así como en términos de costos de material y producción. Para finales de 2022, el Grupo tiene previsto ahorrar más de 12 mil millones de euros mediante las medidas de mejora de la eficiencia.

Las ganancias del primer trimestre del Grupo aumentaron ligeramente.

BMW Group entregó un total de 477,111 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce a clientes de todo el mundo en los primeros tres meses de 2020 (-20.6%). Las ganancias del Grupo incrementaron ligeramente a € 23,252 millones (2019: € 22,462 millones; +3.5%) en comparación con el año pasado. Las ganancias antes del resultado financiero sumaron € 1,375 millones y, por consiguiente, fueron significativamente mayores que la cifra correspondiente del año pasado de € 589 millones. Sin embargo, el resultado publicado para el primer trimestre de 2019 se vio impactado de manera negativa por el reconocimiento de una provisión de aproximadamente € 1.4 mil millones en relación con la Declaración de Objeciones recibida por parte de la Comisión de la Unión Europea acerca de procedimientos antimonopolio en curso.

A pesar de una gran cantidad de elementos significativos de gastos reconocidos dentro del resultado financiero, las ganancias del Grupo antes de impuestos (EBT) finalizaron en € 798 millones, ligeramente mayores que las del año anterior (2019: € 762 millones; +4.7%). Los elementos que influyeron en el resultado financiero del primer trimestre incluyeron los efectos negativos de valuación que surgieron de las coberturas de la tasa de interés debido a menores tasas de interés en los Estados Unidos. Además, una ganancia por revalorización única que surgió del agrupamiento de los servicios de movilidad con Daimler Group impactó de manera positiva otro resultado financiero en 2019. El margen de EBT del Grupo para el primer trimestre fue del 3.4% (2019: 3.4%). Las ganancias netas del Grupo para el periodo sumaron € 574 millones (2019: € 588 millones; -2.4%).

El segmento automotriz logra una buena gama de productos.

Las ganancias del segmento automotriz entre enero y marzo sumaron un total de € 17,989 millones (2019: € 19,213 millones; -6.4%). Los efectos positivos de la gama de productos y los precios de venta mejorados de la gama rejuvenecida de vehículos amortiguaron el impacto de la significativa caída de volúmenes. El EBIT del segmento sumó € 229 millones (2019: EBIT negativo de € 310 millones), proporcionando un margen del EBIT de 1.3% (2019: -1.6%).

En total, 411,809 vehículos de la marca BMW fueron entregados en los primeros tres meses del año (-20.1%). La marca MINI entregó 64,449 unidades durante este periodo (-23.4%). Rolls-Royce Motor Cars entregó 853 vehículos (-27.2%) a los clientes durante el primer trimestre.

En total, 30,692 vehículos electrificados de las marcas BMW y MINI fueron entregados en todo el mundo (+13.9%). “Por consiguiente, vamos por buen camino para cumplir con las metas de CO₂ de la Unión Europea”, afirmó Zipse.

Un total de 221,024 (-18.3%) vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce fueron entregados a clientes en la región de Europa durante los primeros tres meses del año. En Alemania, con un total de 66,004 vehículos entregados, la disminución a comparación del año anterior (-8.8%) fue menos pronunciada que lo observado en el mercado en su totalidad.

La cantidad de vehículos entregados a los clientes en China descendió 30.9% en el primer trimestre (116,577 unidades). La inversión de la tendencia en marzo y abril es un signo alentador que apunta a una recuperación del mercado. De manera similar, las cifras más recientes de Corea del Sur indican un movimiento en la dirección correcta. En los Estados Unidos, BMW Group vendió un total de 64,956 (-17.4%) unidades durante los primeros tres meses del año, de las cuales 59,455 (-15.3%) fueron vehículos de la marca BMW.

Las entregas en el segmento de motocicletas fueron moderadamente menores.

BMW Motorrad entregó más de 34,774 motocicletas y maxi-scooters a los clientes durante el primer trimestre (-9.9%). Las ganancias del segmento sumaron un total de € 557 millones (2019: € 586 millones; -4.9%). El EBIT disminuyó a € 72 millones (2019: € 89 millones; -19.1%), proporcionando un margen del EBIT del segmento de 12.9% (2019: 15.2%).

El segmento de Servicios Financieros incrementa sus ganancias.

La cartera de contratos con clientes minoristas bajo la administración dentro del segmento de Servicios Financieros aumentó 0.5%, que representa 5,516,068 contratos al 31 de marzo de 2020 (31 de diciembre de 2019: 5,486,319 contratos). Durante el primer trimestre, se firmaron 449,687 nuevos contratos de arrendamiento y financiamiento crediticio con clientes minoristas (2019: 469,624 contratos; -4.2%). Las ganancias del segmento incrementaron a € 7,598 millones (2019: € 7,146 millones; +6.3%).

Las ganancias antes de impuestos sumaron € 484 millones (2019: € 627 millones; -22.8%). Una razón importante del deterioro de las ganancias fue el gasto de suministro de riesgo incrementado registrado junto con las consecuencias esperadas de las medidas que tomaron los gobiernos para contener la pandemia del coronavirus (COVID-19).

Las actualizaciones de BMW Group apuntan al margen del EBIT del segmento Automotriz.

BMW Group se establece a sí mismo metas ambiciosas, incluso en tiempos política y económicamente turbulentos. Sin embargo, la incertidumbre que rodea a la propagación global del coronavirus y sus consecuencias, dificulta pronosticar con precisión el rendimiento empresarial de BMW Group para el ejercicio financiero 2020. BMW Group aún tiene previsto que la propagación del virus y las medidas de

contención necesarias perjudiquen seriamente la demanda en todos los mercados principales durante todo el año 2020.

Ante esta situación, se espera que las entregas del segmento Automotriz a clientes en todo el mundo en 2020 sean significativamente menores a comparación del año pasado. Como consecuencia, se tiene pronosticado un deterioro de las ganancias del segmento Automotriz, particularmente en el primer semestre del año. Como se anunció el 5 de mayo, la compañía amplió el rango dirigido para el margen del EBIT para el segmento Automotriz debido a la situación extremadamente volátil. La compañía ahora espera que el margen del EBIT para 2020 esté dentro del rango del 0% y el 3%.

En el segmento de Servicios Financieros, se espera que la cantidad de contratos nuevos disminuya y que el costo de refinanciamiento incremente. Ahora se tiene pronosticado que el rendimiento de capital disminuya de forma moderada en comparación con el año pasado.

Ahora se espera que las entregas del segmento de motocicletas durante el periodo de doce meses estén significativamente por debajo del nivel del año anterior. Se tiene pronosticado que el margen del EBIT esté dentro de un rango del 3% y el 5%.

Tomando en cuenta los efectos arriba descritos, se pronostica que las ganancias del Grupo antes de impuestos sean significativamente menores en comparación con 2019.

La fuerza laboral estará ligeramente por debajo del nivel del año anterior. Como ya se comunicó anteriormente, las reducciones de miembros del personal debido a la fluctuación natural se utilizarán para gestionar el tamaño de la fuerza laboral. Bajo las circunstancias actuales, todas las nuevas contrataciones serán consideradas de manera altamente cuidadosa.

La orientación actualizada no incluye, en particular, una recesión más larga y más profunda en los mercados principales, una ralentización económica más severa en China como resultado de recesiones en otras partes del mundo, distorsiones importantes del mercado debido a un ambiente competitivo aún más fuerte ni las posibles implicaciones ocasionadas por una segunda ola de infecciones y las medidas de contención relacionadas. BMW Group continúa monitoreando los desarrollos de manera cercana y está preparado para tomar cualquier medida que sea necesaria con poca antelación.

* Datos de rendimiento y emisiones:

MINI Cooper SE: rendimiento de combustible promedio: 0.0 l/km, rendimiento de energía promedio: 16.8 – 14.8 kWh/100 km, emisiones de CO₂ promedio: 0 g/km

BMW Group – un resumen		1er trimestre de 2020	1er trimestre de 2019	Cambio en %
Entregas a los clientes				
Automóviles¹	unidades	477,111	600,614	-20.6
de los cuales: BMW ¹	unidades	411,809	515,297	-20.1
MINI ¹	unidades	64,449	84,145	-23.4
Rolls-Royce ¹	unidades	853	1,172	-27.2

Motocicletas	unidades	34,774	38,606	-9.9
Fuerza Laboral (a comparación del 31.12.2019)		126,155	126,016	0.1
Margen del EBIT del segmento Automotriz	%	1.3	-1.6	2.9 % pts.
Margen del EBIT del segmento de Motocicletas	%	12.9	15.2	-2.3 % pts.
Rendimiento en ventas antes de impuestos	%	3.4	3.4	-
Ganancias	millones de €	23,252	22,462	3.5
de las cuales: Automotriz	millones de €	17,989	19,213	-6.4
Motocicletas	millones de €	557	586	-4.9
Servicios Financieros	millones de €	7,598	7,146	6.3
Otras Entidades	millones de €	1	1	-
Eliminaciones	millones de €	-2,893	-4,484	35.5
Ganancias antes del resultado financiero (EBIT)	millones de €	1,375	589	-
de las cuales: Automotriz	millones de €	229	-310	-
Motocicletas	millones de €	72	89	-19.1
Servicios Financieros	millones de €	542	648	-16.4
Otras Entidades	millones de €	12	4	-
Eliminaciones	millones de €	520	158	-
Ganancias antes de impuestos (EBT)	millones de €	798	762	4.7
de las cuales: Automotriz	millones de €	80	-27	-
Motocicletas	millones de €	72	87	-17.2
Servicios Financieros	millones de €	484	627	-22.8
Otras Entidades	millones de €	-344	-58	-
Eliminaciones	millones de €	506	133	-
Impuestos sobre la renta del Grupo	millones de €	-224	-218	-2.8
Ganancia neta del Grupo²	millones de €	574	588	-2.4
Ganancias por acción (acción común / preferente)	€	0.84/0.84	0.85/0.85	-1.2/-1.2

¹ En relación con una revisión de sus ventas y prácticas de informes relacionadas, BMW Group revisó los datos de entrega de vehículos minoristas de periodos anteriores y determinó que ciertas entregas de vehículos no se informaron en los periodos correctos. Se puede encontrar más información en el comunicado de prensa del 12 de marzo que anuncia los resultados financieros de BMW Group para 2019 y en el informe anual de 2019 de BMW Group. Como una actualización de la información proporcionada allí, BMW Group ha revisado los datos sobre entregas de vehículos retrospectivamente desde 2015 en sus dieciséis mercados más importantes.

² El valor para el primer trimestre de 2019 incluye una ganancia de operaciones ya finalizadas de € 44 millones.

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 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 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
Vanessa Angulo
Antonio Domínguez
Angela Del Castillo
Federico Martínez
Guillermo García

aolmedo@jeffreygroup.com
vangulo@jeffreygroup.com
adominguez@jeffreygroup.com
adelcastillo@jeffreygroup.com
fmartinez@jeffreygroup.com
ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez
Marisol Borbolla
Arturo Tobias
Zaira Nolasco

dmendez@jeffreygroup.com
mborbolla@jeffreygroup.com
atobias@jeffreygroup.com
znolasco@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

<http://www.press.bmwgroup.com/mx.html>

<http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es>

www.press.bmwgroup.com/argentina/