

## **BMW Group en un claro sendero de crecimiento con ventas récord en el primer trimestre.**

- **BMW Group vendió 636,606 vehículos en el primer trimestre (+33.5%).**
- **Se incrementaron las ventas en las principales regiones del mundo.**
- **Crecimiento de ventas en BMW, MINI y Rolls-Royce.**
- **Las ventas de vehículos electrificados crecieron a más del doble.**
- **Pieter Nota: "Las ventas más altas de todos los tiempos en el primer trimestre subrayan nuestros ambiciosos objetivos de crecimiento".**

**Múnich.** En los primeros tres meses del año, BMW Group entregó un total de 636,606 vehículos BMW, MINI y Rolls-Royce a sus clientes (+33.5%) y alcanzó un nuevo récord histórico para el primer trimestre. Entre enero y marzo, la empresa incrementó sus ventas año tras año en las principales regiones del mundo. Todas las marcas de BMW Group registraron un crecimiento de ventas en todo el mundo durante este período.

“Continuamos con nuestro impulso de crecimiento en el primer trimestre de este año, vendiendo más vehículos que nunca en este período. Este récord histórico en ventas subraya nuestros ambiciosos objetivos de crecimiento para el año”, dijo Pieter Nota, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Clientes, Marcas y Ventas. “Nuestro desempeño de ventas se vio impulsado por la fuerte demanda de nuestros vehículos electrificados, en particular. En los últimos tres meses, duplicamos nuestras ventas globales de vehículos electrificados en comparación con el mismo período del año pasado. Esto nos pone en el camino de entregar más de 100,000 vehículos totalmente eléctricos este año, con al menos un millón de vehículos electrificados en las carreteras en total para fines de este año”, continuó Nota.

### **La alta demanda de los clientes habla de una sólida línea de productos y confirma la estrategia de productos a largo plazo de BMW.**

La marca BMW entregó 560,543 vehículos a clientes (+36.2%) en el primer trimestre de este año. Los principales factores que contribuyeron al éxito de ventas de la marca en el primer trimestre fueron la gran popularidad de los modelos BMW X entre los clientes (246,068 unidades, + 36.5%), así como un aumento de las ventas del 43.0% para el nuevo BMW Serie 5, que es de gran volumen, y del 43.6% para el exitoso BMW Serie 3.

### **Las ventas de vehículos electrificados se duplicaron con creces en el primer trimestre.**

Con 70,207 unidades vendidas en el primer trimestre del año, BMW Group duplicó con creces sus ventas globales tanto de vehículos híbridos conectables (PHEV) como de vehículos totalmente eléctricos (BEV), lo que demuestra una vez más la importancia de la electromovilidad para la compañía.

Con el BMW iX3, que acaba de ser lanzado en Europa hace unas semanas, el BMW i3 y el MINI Cooper SE, BMW Group ya ofrece una amplia gama de vehículos totalmente eléctricos a los que se unirán a lo largo del año, dos buques insignia de innovación clave: el BMW iX y el BMW i4. “Nuestros clientes están muy interesados en ambos vehículos. Eso subraya de manera impresionante nuestra planificación perfecta: el BMW iX y el BMW i4 llegarán exactamente en el momento adecuado”, agregó Nota.

BMW Group está aumentando significativamente una vez más el ritmo de expansión de la electromovilidad y planea tener alrededor de una docena de modelos totalmente eléctricos en las carreteras a partir de 2023. En los próximos años, estos incluirán modelos como las versiones totalmente eléctricas del BMW Serie 5, el Serie 7, el BMW X1 y el sucesor del MINI Countryman. Para 2023, BMW Group tendrá al menos un modelo totalmente eléctrico en aproximadamente el 90% de sus segmentos de mercado actuales.

Entre hoy y 2025, BMW Group planea aumentar sus ventas de modelos totalmente eléctricos en un promedio de más del 50% por año, más de diez veces la cantidad de unidades vendidas en 2020.

BMW Group espera que los vehículos totalmente eléctricos representen al menos el 50% de sus ventas globales en 2030. Es probable que la marca MINI alcance este hito ya en 2027. A principios de la década de 2030, MINI será la primera marca de BMW Group con una gama de productos completamente eléctrica. Como marca global puramente eléctrica, MINI seguirá teniendo presencia en las principales regiones del mundo.

Durante los próximos diez años aproximadamente, BMW Group planea tener un total de alrededor de diez millones de vehículos totalmente eléctricos en las carreteras.

### **MINI logra un crecimiento de ventas en todas las regiones del mundo en el primer trimestre.**

En el primer trimestre de 2021, se entregaron a los clientes un total de 74,683 vehículos MINI. A pesar de la presencia limitada de la marca en el mercado chino, esto representa un aumento del 16.2 por ciento con respecto al año anterior. MINI, de hecho, pudo aumentar sus ventas en todas las regiones del mundo en comparación con el primer trimestre de 2020. El MINI Countryman resultó especialmente popular entre los clientes, registrando un crecimiento del 36.0 por ciento. Las ventas del MINI 3 Puertas aumentaron un 23.4 por ciento, mientras que se vendieron un 19.1 por ciento más de modelos John Cooper Works que el año anterior. Los vehículos electrificados representaron el 15 por ciento de las ventas totales de MINI en el primer trimestre, el doble de la cifra del año anterior.

### **BMW M GmbH continúa con el éxito del año récord en 2020, durante este primer trimestre.**

Con un aumento de las ventas del 21.0 por ciento (37,896 unidades) año tras año, BMW M GmbH concluye un primer trimestre exitoso. Los modelos BMW X5 M y BMW X6 M fueron los principales impulsores del crecimiento en los modelos de alto

desempeño. En el segmento M Performance, el BMW M440i Coupé fue la fuente significativa de crecimiento. BMW M GmbH continuó su iniciativa de modelos en marzo, lanzando cuatro productos destacados, el BMW M3 Sedán, el BMW M4 Coupé, el BMW M440i Convertible y el BMW M5 CS.

### **Rolls-Royce Motor Cars con el mejor resultado del primer trimestre en 116 años de historia.**

Rolls-Royce Motor Cars registró las cifras de ventas más altas de la marca en el primer trimestre, con 1,380 vehículos entregados a sus clientes (+61.8%). Este resultado trimestral supera el récord anterior establecido en 2019 y es el más alto en los 116 años de historia de la marca. El crecimiento de las ventas se observó en todos los mercados, con los más fuertes en China, Estados Unidos y Asia Pacífico. Hubo una gran demanda de todos los modelos, en particular de los nuevos Ghost y Cullinan, y los libros de pedidos se extendieron hasta bien entrado el segundo semestre de 2021. La compañía permanece optimista para el resto del año.

### **BMW Motorrad: el resultado de ventas confirma una estrategia de crecimiento exitosa.**

BMW Motorrad pudo entregar 42,592 motocicletas y scooters a sus clientes en los primeros tres meses de este año (+22.5%), su mejor resultado de ventas en un primer trimestre. Este crecimiento de las ventas es testigo de la exitosa estrategia de crecimiento de BMW Motorrad. Tanto su sólida oferta de productos, con una variedad de modelos diferentes, como el lanzamiento al mercado de varios productos nuevos, proporcionan elementos clave para el éxito continuo de BMW Motorrad.

### **Ventas de BMW y MINI en las regiones y mercados.**

En China, BMW Group registró su mejor primer trimestre. Las ventas en los primeros tres meses del año superaron las altas entregas anteriores a la crisis en el primer trimestre de 2019. El importante mercado asiático de Corea del Sur vendió 20,321 vehículos entre enero y marzo, con un aumento de las ventas del 42.8% en comparación con el mismo período del año pasado.

En los Estados Unidos, BMW Group pudo aprovechar el impulso de su sólido último trimestre de 2020: las ventas aumentaron un 20.1 por ciento en los primeros tres meses de este año con un total de 77,718 vehículos BMW y MINI entregados a los clientes.

En Europa, a pesar del impacto de la pandemia en el comercio minorista, las ventas totales de BMW y MINI aumentaron un 8.3% a 238,761 vehículos.

### Un vistazo a las ventas de BMW Group en el primer trimestre de 2021:

	<b>Primer Trimestre 2021</b>	<b>Comparación contra el año anterior %</b>
<b>BMW Group Automóviles</b>	636,606	+33.5%
<b>BMW</b>	560,543	+36.2%
<b>- BMW M GmbH</b>	37,896	+21.0%
<b>MINI</b>	74,683	+16.2%
<b>Vehículos electrificados de BMW Group (BEV + PHEV)</b>	70,207	+129.8%
<b>Rolls-Royce</b>	1,380	+61.8%
<b>BMW Motorrad</b>	42,592	+22.5%

### Ventas de BMW y MINI en las regiones y mercados:

	<b>Primer Trimestre 2021</b>	<b>Comparación contra el año anterior %</b>
<b>Europa</b>	238,761	+8.3%
<b>Alemania*</b>	67,804	-0.3%
<b>Asia</b>	286,968	+76.4%
<b>China</b>	229,748	+97.3%
<b>América</b>	95,961	+17.3%
<b>Estados Unidos</b>	77,718	+20.1%

\* Cifras de registro provisional

Las cifras de entrega informadas en este comunicado de prensa son provisionales y pueden cambiar hasta que se publique el primer informe trimestral de 2021. La información sobre la preparación de las cifras de entrega se puede encontrar en el Informe de BMW Group 2020 a partir de la página 128.

\*\*\*

#### **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 2020, BMW Group vendió más de 2.3 millones vehículos y más de 169,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120,726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que

la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

**[www.bmwgroup.com](http://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/bmw-group/>

**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.

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](mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

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

Zolveing Zúñiga

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

Edgar Tellez

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

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

Elizabeth Arreguín

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

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa - Argentina**

Gonzalo Rodiño

[gonzalo.rodino@bmw.com.ar](mailto:gonzalo.rodino@bmw.com.ar)

Tania Silva

[tania.silva@partner.bmw.com.ar](mailto:tania.silva@partner.bmw.com.ar)

**Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup**

Adriana Olmedo

[aolmedo@jeffreygroup.com](mailto:aolmedo@jeffreygroup.com)

Karina Durán

[kduran@jeffreygroup.com](mailto:kduran@jeffreygroup.com)

Angela Del Castillo

[adelcastillo@jeffreygroup.com](mailto:adelcastillo@jeffreygroup.com)

Federico Martínez

[fmartinez@jeffreygroup.com](mailto:fmartinez@jeffreygroup.com)

María José García

[mgarcia@jeffreygroup.com](mailto:mgarcia@jeffreygroup.com)

Paula Argandoña

[pargandona@jeffreygroup.com](mailto:pargandona@jeffreygroup.com)

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

[bmwgroupplatam@jeffreygroup.com](mailto:bmwgroupplatam@jeffreygroup.com)

**Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup**

Georgina Vázquez

[gvazquez@jeffreygroup.com](mailto:gvazquez@jeffreygroup.com)

Eduardo Santiago

[esantiago@jeffreygroup.com](mailto:esantiago@jeffreygroup.com)

Brenda Rodríguez

[brodriguez@jeffreygroup.com](mailto:brodriguez@jeffreygroup.com)

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

[bmwplantaslp@jeffreygroup.com](mailto:bmwplantaslp@jeffreygroup.com)

**BMW Group PressClub**



[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)  
[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)  
[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)