

BMW Group se mantiene en camino al éxito en 2022: Conserva la posición No. 1 en el segmento premium global, duplica las ventas de vehículos eléctricos.

- BMW Group vendió 2'399,636 unidades (-4.8%)
- La marca BMW conservó la posición No. 1 en el segmento premium global
- Las ventas de vehículos totalmente eléctricos aumentaron más del doble a 215,755 unidades (+107.7%)
- Las ventas aumentaron +10.6% en el cuarto trimestre de 2022
- El MINI Electric* es la variante de modelo MINI más vendida
- Pieter Nota: "El próximo objetivo para 2023: 15% de las ventas totales proveniente de vehículos totalmente eléctricos"

Múnich. BMW Group aceleró de manera significativa su incremento de movilidad eléctrica una vez más en 2022. Tal como fue anunciado previamente, BMW Group fue capaz de aumentar más del doble sus ventas de BEV de 2021 (+107.7%) con un total de 215,755 vehículos BMW y MINI totalmente eléctricos entregados a los clientes. Se alcanzó un logro importante cuando BMW Group entregó su vehículo totalmente eléctrico número 500,000 a su nuevo propietario hacia finales del año pasado.

"Nuestra fuerte alineación de productos es la mejor respuesta hacia un ambiente desafiante – y nos permitió aumentar más del doble nuestras ventas de vehículos totalmente eléctricos una vez más en 2022," afirmó Pieter Nota, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Customer, Brands, Sales. "Estamos seguros de que podemos aprovechar este éxito en 2023, ya que seguimos viendo una demanda particularmente elevada de nuestros vehículos totalmente eléctricos," añadió Nota.

BMW Group entregó un total de 2'399,636 vehículos BMW, MINI y Rolls-Royce a clientes en todo el mundo en 2022 (-4.8%); un año en el que las industrias se enfrentaron a vientos en contra debido a dificultades de aprovisionamiento, los cierres en China debido a la pandemia, y la guerra en Ucrania. El principal impacto se sintió en los primeros seis meses del año, con una disminución de entregas a comparación del año previo. Las ventas fueron aumentando en el segundo semestre de 2022. En el cuarto trimestre, BMW Group reportó un crecimiento significativo en ventas de +10.6% con 651,798 vehículos entregados a clientes.

BMW Group se siente optimista acerca del año que viene. "Mantendremos nuestro camino hacia un crecimiento rentable en 2023. El claro enfoque estará en continuar aumentando la movilidad eléctrica. El siguiente objetivo para 2023 es que el 15% de nuestras ventas totales provenga de vehículos totalmente eléctricos. Con el lanzamiento del BMW i5 más adelante este año, estamos dando otro paso importante en el camino hacia la electrificación de nuestra línea de modelos," afirma Nota.

El futuro de BMW Group es eléctrico, circular y digital. Un hito en el camino hacia el NEUE KLASSE fue presentado en el CES en Las Vegas la semana pasada: el BMW i Vision Dee representa la visión de BMW Group de la experiencia digital del futuro, tanto dentro como fuera del vehículo. BMW Group proporcionará más detalles e impresiones sobre el revolucionario concepto vehicular del NEUE KLASSE durante el transcurso de 2023.

Al mismo tiempo, la compañía está avanzando con una mayor digitalización de ventas y marketing. En el futuro, BMW Group apostará por las ventas directas en 24 mercados europeos, con agentes actuando como representantes de ventas – esto crea las condiciones necesarias para una transición fluida entre la experiencia del cliente online y offline. El claro objetivo del nuevo modelo de agencia es mejorar la satisfacción del cliente así como la experiencia de marca premium y llegar a nuevos grupos meta de clientes expertos en sistemas online. El nuevo modelo de agencia de BMW Group también creará transparencia de precios y asegurará que los clientes experimenten las mismas ofertas consistentes a través de todos los canales de ventas. Este año se establecerán las condiciones que permitirán que MINI comience en 2024, seguido por BMW en 2026. La implementación se realizará en cercana cooperación con socios minoristas.

La app My BMW/MINI es un elemento central de la realineación de ventas. Con sus muchas características y una interfaz intuitiva para el usuario, guía a los usuarios a través de la mejor experiencia del cliente de la industria. La app My BMW/MINI sirve como la interfaz para un diálogo personalizado con el cliente, con aproximadamente dos millones de usuarios en casi 50 mercados cada día.

La marca BMW conserva la posición No. 1 en el segmento premium global.

La marca BMW vendió un total de 2'100,692 unidades (-5.1%) en todo el mundo el año pasado y conserva su posición No. 1 en el segmento premium global. La marca BMW también vio un fuerte crecimiento en los vehículos electrificados. Las ventas de vehículos electrificados (incluyendo híbridos conectables) de todo el año aumentaron +35.6% sobre el año anterior, con 372,956 vehículos. La atractiva cartera de productos de la marca está demostrando ser extremadamente popular entre los clientes. Esto se ve reflejado en la elevada cantidad de solicitudes nuevas de modelos como los BMW X1, iX1*, i4, iX e i7*. Más adelante este año, BMW Group expandirá su alineación de vehículos eléctricos con el BMW i5.

BMW M enmarca su 50° aniversario con un año récord.

A pesar de los desafíos de los problemas de aprovisionamiento, BMW M GmbH finalizó su año de aniversario con un nuevo máximo histórico. BMW M reportó un crecimiento de +8.4% a comparación del año anterior, con la venta de 177,257 unidades. Al mismo tiempo, BMW M tuvo un progreso sustancial con la electrificación de su cartera de productos. El lanzamiento de los primeros dos modelos BMW M Performance totalmente electrificados, el i4 M50* y el iX M60*, el primer modelo de alto rendimiento electrificado, el BMW XM*, y el nuevo M240i Coupé* contribuyó en gran medida a este exitoso cierre de año. La nueva edición del BMW M2 y el recientemente lanzado BMW M3 Touring también hicieron una gran contribución para el crecimiento en ventas del año pasado.

En paralelo con estas nuevas adiciones a la alineación de productos, BMW M también vio una continua fuerte demanda en su año del 50° aniversario de sus principales derivados de alto rendimiento, el M3 y el M4, y sus modelos X establecidos hace tiempo. Como resultado, el panorama para 2023 es muy positivo para BMW M GmbH, con la promesa de la llegada de más resultados récord.

El MINI Electric* continúa siendo la variante de modelo de MINI más vendida.

La marca automotriz premium MINI vendió 292,923 unidades el año pasado (-3.0%). Las ventas de modelos MINI electrificados tuvieron un desarrollo positivo: La cantidad de modelos MINI electrificados vendidos (incluyendo híbridos conectables) aumentó +14.3% a 60,839 vehículos y, por consiguiente, representó aproximadamente el 21% de las ventas totales de MINI en todo el mundo en 2022.

El totalmente eléctrico MINI Cooper SE* continuó siendo la variante de modelo más vendida de la marca en 2022. Se vendió un total de 43,744 unidades MINI Cooper SE* en todo el mundo el año pasado – un incremento de +25.5% a comparación del año anterior. 2023 será un año muy importante para MINI. La marca está celebrando 110 años de producción automotriz en su planta principal en Oxford y estará revelando los primeros dos modelos totalmente eléctricos de la nueva familia MINI.

Rolls-Royce Motor Cars reportó las ventas más altas en sus 118 años de historia.

En el año en el que Rolls-Royce Motor Cars presentó Spectre, el primer súper coupé eléctrico de ultra lujo del mundo, la compañía también reportó las ventas más altas en sus 118 años de historia, con 6,021 vehículos entregados a clientes de todo el mundo (+7.8%). Muchas regiones alcanzaron las ventas más altas de su historia.

Cada uno de esos vehículos fue Bespoke: hecho de acuerdo con los deseos precisos del cliente, hasta el más mínimo detalle. El valor generado por el ofrecimiento Bespoke incomparable de la marca fue más elevado que nunca, con los clientes pagando ahora cerca de medio millón de Euros en promedio por su Rolls-Royce único.

La demanda global continúa siendo boyante en toda la cartera de productos, liderada por Cullinan y Ghost – el banco de pedidos de todos los modelos se extiende hasta 2023 con presolicitudes muy fuertes del nuevo totalmente eléctrico Spectre, después de una altamente exitosa premier mundial en octubre. La reacción excepcionalmente positiva de los clientes respecto de Spectre se produce cuando la marca se prepara para construir solo vehículos totalmente eléctricos para finales de 2030.

BMW Motorrad publica sus ventas más elevadas en la historia de la compañía.

Con un total de 202,895 motocicletas y scooters entregados a los clientes – un incremento de +4.4% sobre el año anterior –, BMW Motorrad reportó sus ventas más elevadas en la historia de la compañía. Las regiones de Europa, América y Asia, en particular, publicaron nuevos máximos

de ventas e hicieron una contribución vital para las ventas récord de BMW Motorrad. La convincente alineación de la marca, con exitosos productos que dan forma a sus segmentos respectivos, y la introducción al mercado de nuevos modelos populares, como el totalmente eléctrico BMW CE 04, fueron grandes factores en el resultado exitoso de 2022.

Las ventas de BMW y MINI en las regiones / mercados.

BMW Group entregó un total de 791,985 vehículos BMW y MINI a clientes (+6.4%) en **China** el año pasado. Se vendieron 199,112 vehículos en el cuarto trimestre – un incremento de +12.7%.

Las ventas de BMW y MINI en los **Estados Unidos** entre enero y diciembre sumaron un total de 361,892 unidades (-1.3%). Las ventas tuvieron un desarrollo positivo en el cuarto trimestre: las entregas de BMW Group aumentaron +11.1% sobre el año anterior, alcanzando 112,057 unidades.

En **Europa**, BMW Group vendió un total de 877,369 vehículos BMW y MINI en 2022 (-7.5%). En el cuarto trimestre, la compañía entregó 247,551 unidades a los clientes. Eso representa un incremento de +10.9%.

En **Alemania**, se registraron 252,087 vehículos BMW y MINI en todo el año.

Ventas de BMW Group en el T4/YTD Diciembre de 2022 de un vistazo.

	4° Trimestre de 2022	Comparado con el año anterior	% YTD Dic. 2022	Comparado con el año anterior %
BMW Group Automotive	651,798	+10.6%	2,399,636	-4.8%
BMW	566,826	+11.0%	2,100,692	-5.1%
- BMW M GmbH	52,801	+30.2%	177,257	+8.4%
MINI	83,652	+8.2%	292,923	-3.0%
BMW Group electrified¹	150,511	+55.6%	433,795	+32.1%
BMW Group BEV	87,560	+98.3%	215,755	+107.7%
Rolls-Royce	1,320	+4.1%	6,021	+7.8%
BMW Motorrad	43,562	+15.7%	202,895	+4.4%

1BEVs y PHEVs

Ventas de BMW y MINI en las regiones / mercados 2 Cifras de registro provisionales.

	4° Trimestre de 2022	Comparado con el año anterior	% YTD Dic. 2022	Comparado con el año anterior %
Europa	247,551	+10.9%	877,369	-7.5%
Alemania	67,401	+6.9%	252,087	-6.0%
Asia	260,355	+12.1%	1,028,105	-3.5%
China	199,112	+12.7%	791,985	-6.4%
América	131,632	+8.9%	439,585	-2.3%
Estados Unidos	112,057	+11.1%	361,892	-1.3%

Las cifras de entregas reportadas en este comunicado de prensa son provisionales y pueden cambiar hasta que sea publicado el Reporte de BMW Group de 2022.

En el reporte de BMW Group de 2021 se pueden encontrar notas acerca de cómo se elaboran las cifras de entregas en la página 97.

***Datos de rendimiento de combustible y emisiones:**

MINI Cooper SE: Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 17.6-15.3 WLTP, 16.9-14.9 NEDC.

BMW iX1 xDrive30: Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 18.1-16.8 WLTP.

BMW i7 xDrive60: Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 19.6-18.4 WLTP.

BMW i4 M50: Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 22.5-18.1 WLTP.

BMW iX M60: Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 24.7-21.9 WLTP.

BMW XM: Rendimiento de combustible en L/100 km promedio: 1.6-1.5 WLTP; Rendimiento de energía en kWh/100 km promedio: 30.1-28.9 WLTP; emisiones de CO2 en g/km promedio: 36-33 WLTP.

BMW M240i Coupé: Rendimiento de combustible en L/100 km promedio: 8.5-7.8 WLTP; emisiones de CO2 en g/km promedio: 192-177 WLTP.

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

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2021 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 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

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, con lo que se tiene presencia desde hace más de 60 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 BMW Group en San Luis Potosí, México; la cual: inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé, que se exporta a todo el mundo; y en 2022 inició la producción del BMW M2.

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

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.br

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Tellez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br



Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@jeffreygroup.com

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@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/

www.press.bmwgroup.com/brazil/