

BMW Group es por quinto año consecutivo líder del segmento Premium en la región de Latinoamérica.

- En 2022, BMW Group vendió 44,463 unidades de sus marcas BMW y MINI en Latinoamérica.
- El Grupo continúa con su liderazgo en Argentina, Brasil, México, así como en los Mercados Importadores en su totalidad.
- La marca BMW se mantiene como la preferida del segmento Premium en la región, al entregar 37,726 unidades, de las cuales cerca del 20% son vehículos electrificados.
- El 2022 marcó un paso firme para MINI al colocar 6,737 unidades en la región, de las cuales cerca del 24% son vehículos híbridos o eléctricos.
- BMW Motorrad demostró una vez más su solidez en la región al entregar a clientes 25,480 motocicletas.

Ciudad de México, 16 de enero de 2023. BMW Group Latinoamérica mantiene su liderazgo de ventas en el segmento Premium en la región durante 2022, demostrando que a pesar de los retos de producción que enfrentó la industria automotriz a nivel mundial, las marcas de BMW Group son las de mayor aceptación en Latinoamérica. El Grupo en la región demostró una efectiva estrategia para colocar un total de 44,463 automóviles: de las cuales la marca BMW entregó a clientes 37,726 unidades; mientras que la marca MINI logró colocar 6,737 unidades; con lo cual mantiene una participación de mercado en Latinoamérica del 35.1% para la marca BMW y 6.3% para MINI, de un total de más de 107 mil unidades. En cuanto a unidades electrificadas, BMW Group logró posicionar en la región 9,129 unidades ya sean totalmente eléctrico o híbrido conectable, lo que representa poco más del 20% de las ventas del Grupo, mientras que los vehículos de la familia M cerraron su año de aniversario con un crecimiento del 5% en la región, al entregar 4,777 unidades a entusiastas del alto desempeño, lo que representa un poco más del 12% de las ventas del Grupo. Por su parte, la marca BMW Motorrad demostró una vez más su solidez al entregar 25,480 motocicletas, rompiendo un récord de ventas histórico en la región y manteniendo tres de los 15 mercados más importantes a nivel mundial para la marca: Brasil, México y Mercado Importadores.

"Desde mi llegada a Latinoamérica en febrero 2022 he estado seguro que estamos en una de las regiones más prometedoras para BMW Group en el mundo, y ahora con los resultados anuales de ventas lo confirmo. El equipo que conformamos a BMW Group en la región estamos comprometidos en cubrir las necesidades de nuestros clientes con los más alto estándares de atención. El resultado total de ventas de nuestras marcas BMW, MINI y BMW Motorrad nos confirma que somos la marca Premium favorita en la región. Durante 2022 brindamos una amplia variedad de vehículos y motocicletas para cubrir las diferentes necesidades de nuestros seguidores. Mantendremos nuestro objetivo de traer las innovaciones más recientes de BMW Group a la región, con el objetivo de permear el futuro eléctrico, circular y digital de la compañía a Latinoamérica", compartió Reiner Braun, Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.

El posicionamiento contundente en ventas de BMW Group en Latinoamérica se complementó con la estrategia de BMW Group Financial Services (FS), que tiene presencia en los mercados más

grandes de la región: México, Brasil, Colombia, Chile y Perú; donde se ofrecen opciones de financiamiento para distribuidores, importadores y clientes. En México FS financió 4 de cada 10 automóviles y motocicletas vendidos por BMW, MINI y BMW Motorrad en 2022; logrando al cierre del año una cartera de aproximadamente 30,000 unidades financiadas. En el caso de la marca MINI, 1 de cada 2 versiones eléctricas vendidas en 2022 fueron financiadas por FS. Las herramientas digitales implementadas generaron oportunidades de venta: el cotizador de FS consolidó ventas hasta 3 veces más efectivas que otros canales digitales durante 2022. Es importante mencionar que al finalizar 2022: 90% de los clientes calificaron satisfactoriamente el proceso de venta y 85% lo hicieron también para el proceso de atención al cliente.

El BMW Serie 3 y el BMW X1 son nuevamente los modelos favoritos de la marca BMW en Latinoamérica.

Una vez más, el BMW Serie 3 y el BMW X1 se mantuvieron como los modelos favoritos de la marca bávara en la región de Latinoamérica, al representar el 21% y 19% de las ventas en 2022, respectivamente. La renovación del BMW Serie 3 para incluir el Sistema Operativo 8 de BMW, junto con cambios que refuerzan su dinamismo, logró que el sedán deportivo por excelencia sea aún más atractivo para los entusiastas. Por su parte, el BMW X1, como modelo de entrada al segmento de los Sports Activity Vehicles (SAV), estrenó su tercera generación en 2022, con un aspecto robusto, típico de los modelos BMW X, mayores dimensiones y una mayor digitalización. En 2023, el BMW iX1, la versión totalmente eléctrica de este SAV llegará a la región para continuar con la estrategia de electromovilidad del Grupo.

BMW Group en Argentina: la electrificación y liderazgo ya son una realidad en el Cono Sur. Con más de dos décadas de presencia ininterrumpida, Argentina es uno de los mercados más importantes para BMW Group. El 2022 marcó un hito en la historia automotriz del país gracias a la introducción de la electromovilidad del Grupo, con el inicio de ventas del BMW X3 xDrive30e.

A finales de 2022, Argentina reportó un total de 815 unidades patentadas de la marca BMW, la número uno en el país en las marcas Premium, 101 unidades patentadas de la marca MINI y 653 unidades de BMW Motorrad.

BMW Group Brasil

La marca BMW ha conquistado el cuarto año consecutivo en el liderazgo del segmento Premium en Brasil. En total se vendieron 13,761 unidades, lo que representa el 44.1% del mercado Premium del país. Este número es también una de las más grandes participaciones de mercado en el segmento Premium de BMW en todo el mundo. Los modelos Serie 3 y X1, producidos localmente en Araquari, mantuvieron el liderazgo en el segmento Premium total. Destacan también los modelos 100% eléctricos, con 539 unidades vendidas en 2022, un crecimiento de más de 300% respecto a 2021, con gran relevancia para lanzamientos de eléctricos como el BMW iX, el BMW iX3 y el BMW i4 en Brasil.

Con el 50% de la participación de mercado ya electrificada, MINI vendió 1,200 unidades en 2022 y sigue a un ritmo acelerado, para lograr el objetivo de la marca de ser 100% eléctrica hasta 2030. El destaque de ventas fue el MINI Cooper SE totalmente eléctrico.

La marca BMW Motorrad en Brasil celebra un récord histórico de ventas en 2022. Se vendieron 13,051 unidades, 1,901 más que en 2021 (11,150), un aumento de 17%. La BMW R 1250 GS se sitúa en lo más alto del ranking, con 5,334 unidades vendidas, entre las versiones convencional y Adventure.

BMW Group en los Mercados Importadores de Latinoamérica: una región cada vez más electrificada, digital y circular.

Al final del año 2022, los Mercados Importadores reportaron 10,866 unidades de la marca BMW vendidas en la región. El segmento superior registró un año récord histórico al entregar a clientes 348 unidades, representando un incremento de 91% respecto al año anterior, por lo que coloca al BMW Serie 7, BMW Serie 8 y BMW X7 como de los modelos preferidos por los entusiastas de la región. También, este año marcó un nuevo récord histórico para MINI en términos de ventas con 1,581 unidades colocadas en 12 mercados. Además, el año pasado, el 30.5% de los modelos MINI vendidos en dichos mercados es electrificado, uno de los más grandes para la marca en el mundo. Asimismo, la submarca John Cooper Works alcanzó su máximo histórico de ventas con 2023 unidades entregadas. Por su parte, BMW Motorrad generó un incremento del 32% con 5,140 unidades vendidas.

Para 2023, los servicios de BMW ConnectedDrive estarán llegando a algunos de los Mercados Importadores de Latinoamérica: iniciando en el tercer trimestre con los países de Chile, Colombia y Perú. Posteriormente, en el último trimestre estarán disponibles en Costa Rica, Jamaica, Panamá, Guatemala, Paraguay y República Dominicana.

BMW Group México: el número uno en ventas de vehículos electrificados en el segmento Premium y continua su inversión en infraestructura.

Durante 2022, BMW Group México vendió 12,284 unidades de la marca BMW y 3,855 vehículos MINI, logrando una participación del mercado del 27.9% y 8.8%, respectivamente. Por su lado, BMW Motorrad vendió un total de 6,636 unidades, lo que significó un incremento del 6% frente al año anterior. Esto significó que BMW Group en México supero a cualquiera de sus competidores en el sector Premium. Dentro de los lanzamientos de BMW Group en México que destacaron durante 2022 fueron: de la marca BMW, el BMW X1, el BMW Serie 7; de la marca MINI, las ediciones especiales Resolute Untold, Untamed y Pat Moss, así como el Multitone; y de BMW Motorrad, la renovación de la gama K 1600.

BMW Group en México fue la primera compañía Premium en introducir vehículos con algún sistema de propulsión electrificada en el país desde 2013. En 2022 demostró ser número uno en ventas de vehículos híbridos y eléctricos en el segmento Premium al colocar 3,557 unidades electrificadas en el mercado, lo que representa cerca del 30% de las ventas. Los vehículos electrificados de BMW Group que destacaron en el territorio mexicano durante 2022 fueron: el BMW i4, el renovado BMW iX3 y el MINI Cooper SE; así como el lanzamiento del scooter eléctrico de BMW Motorrad: el BMW CE 04.

Además, durante 2022 se mantuvo la inversión en infraestructura de estaciones de carga, y en México ya se cuenta con más de 900 estaciones de recarga. En 2023 se reforzarán las alianzas estratégicas para ofrecer servicios innovadores a los clientes de BMW, MINI y BMW Motorrad.

Finalmente, cabe destacar que en la región se han entregado a clientes más de 40 mil cargadores personales o corporativos: 20 mil en México, 10 mil en Brasil y 10 mil en los Mercados Importadores.

Las cifras reportadas en este boletín de prensa son provisionales y podrían cambiar hasta la publicación del Informe de Resultados 2022 de BMW Group.

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 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 202 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 es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica de motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción: 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 y en 2022 del BMW M2, ambos exportados para todo el mundo.

Como información adicional: Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores. En Argentina, BMW Group compra Litio de forma sustentable en el norte del país para apoyar la estrategia de electromovilidad de BMW Group a nivel mundial.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Téllez

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/