

Comunicado de prensa
11 de enero de 2023

El Grupo BMW se mantiene en la senda del éxito en 2022: mantiene su posición n° 1 en el segmento premium mundial y duplica las ventas de eléctricos.

El Grupo BMW vendió 2.399.636 unidades (-4,8%) +++ La marca BMW mantuvo la posición n° 1 en el segmento premium mundial +++ Las ventas de vehículos totalmente eléctricos se duplicaron con creces hasta alcanzar las 215.755 unidades (+107,7%) +++ Las ventas aumentaron un +10,6% en el cuarto trimestre de 2022 +++ MINI Electric es la variante más vendida del modelo MINI +++ Pieter Nota: "Próximo hito para 2023: 15% de las ventas totales de vehículos totalmente eléctricos" +++

El Grupo BMW volvió a acelerar significativamente su crecimiento en electromovilidad en 2022. Como se anunció anteriormente, el Grupo BMW fue capaz de más que duplicar sus ventas de BEV a partir de 2021 (+107,7%) con un total de 215.755 vehículos BMW y MINI totalmente eléctricos entregados a los clientes. Se alcanzó un hito importante cuando el Grupo BMW entregó su vehículo totalmente eléctrico número 500.000 a su nuevo propietario a finales del año pasado.

"Nuestra sólida gama de productos es la mejor respuesta a un entorno difícil y nos ha permitido duplicar con creces nuestras ventas de vehículos totalmente eléctricos de nuevo en 2022", dijo Pieter Nota, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Clientes, Marcas y Ventas. "Estamos seguros de que podemos seguir construyendo sobre este éxito en 2023, ya que seguimos viendo una entrada de pedidos particularmente alta para nuestros modelos totalmente eléctricos", añadió Nota.

El Grupo BMW entregó un total de 2.399.636 vehículos BMW, MINI y Rolls-Royce a clientes de todo el mundo en 2022 (-4,8%); un año en el que todas las industrias se enfrentaron a vientos en contra por los cuellos de botella en el suministro, los cierres por pandemia en China y la guerra en Ucrania. El principal impacto se dejó sentir en los seis primeros meses del año, con un descenso de las entregas en comparación con el año anterior. Las ventas se recuperaron cada vez más en el segundo semestre. En el cuarto trimestre, el Grupo BMW registró un importante crecimiento de las ventas del +10,6%, con 651.798 vehículos entregados a los clientes.

El Grupo BMW se muestra optimista de cara al año que viene. "Mantendremos nuestro rumbo hacia un crecimiento rentable en 2023. Nos centraremos claramente en seguir impulsando la electromovilidad. El próximo hito para 2023 es que el 15% de nuestras ventas totales procedan de vehículos totalmente eléctricos. Con el lanzamiento del BMW i5 a finales de este año, estamos dando otro paso importante en el camino hacia la electrificación de nuestra gama de modelos", según Nota.

El futuro del Grupo BMW es eléctrico, circular y digital. Uno de los aspectos más destacados en el camino hacia la NEUE KLASSE se presentó en el CES de Las Vegas la semana pasada: BMW i Vision Dee representa la visión del Grupo BMW de la futura experiencia digital, tanto dentro como fuera del vehículo. El Grupo BMW ofrecerá más detalles y destellos del revolucionario concepto de vehículo de la NEUE KLASSE a lo largo de 2023.

Al mismo tiempo, la empresa está impulsando la digitalización de las ventas y el marketing. En el futuro, el Grupo BMW se basará en la venta directa en 24 mercados europeos, con agentes que actuarán 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 y la experiencia de marca premium, así como llegar a nuevos grupos objetivo de clientes expertos en Internet. El nuevo modelo de agencia del Grupo BMW también creará transparencia de precios y garantizará que los clientes experimenten la misma oferta coherente en todos los canales de venta. Este año se establecerán las condiciones que permitirán a MINI empezar en 2024 y a BMW en 2026. La implantación se llevará a cabo en estrecha colaboración con los distribuidores.

La aplicación My BMW/MINI es un elemento central del reajuste de las ventas. Con sus numerosas funciones y su intuitiva interfaz de usuario, guía a los usuarios a través de la mejor experiencia de cliente del sector. La aplicación My BMW/MINI sirve como interfaz para el diálogo personalizado con el cliente, con cerca de dos millones de usuarios en unos 50 mercados cada día.

La marca BMW mantiene el primer puesto en el segmento premium mundial.

La marca BMW vendió un total de 2.100.692 unidades (-5,1%) en todo el mundo el año pasado y mantiene su posición nº 1 en el segmento premium mundial. BMW también experimentó un fuerte crecimiento en vehículos eléctricos. Las ventas de vehículos eléctricos (incluidos los híbridos enchufables) durante todo el año aumentaron un 35,6% respecto al año anterior, alcanzando los 372.956 vehículos.

La atractiva cartera de productos de la marca está resultando muy popular entre los clientes. Esto se refleja en el elevado número de nuevos pedidos de modelos como el BMW X1, iX1, i4, iX e i7. A finales de este año, El Grupo BMW ampliará su gama eléctrica con el BMW i5.

BMW M celebra su 50 aniversario con un año récord.

A pesar de los retos que suponen los cuellos de botella en el suministro, BMW M GmbH terminó su año de aniversario con un nuevo máximo histórico. BMW M registró un crecimiento del +8,4% en comparación con el año anterior, con la venta de 177.257 unidades. Al mismo tiempo, BMW M hizo progresos sustanciales con la electrificación de su cartera de productos. El lanzamiento de los dos primeros modelos BMW M Performance totalmente electrificados: el i4 M50 y el iX M60, el primer modelo electrificado de altas prestaciones: el BMW XM, y el nuevo M240i Coupé contribuyeron en gran medida a este exitoso final de año. La nueva edición del BMW M2 y el recientemente lanzado BMW M3 Touring también contribuyeron en gran medida al crecimiento de las ventas el año pasado.

Paralelamente a estas nuevas incorporaciones en la gama de productos, BMW M también experimentó una fuerte demanda continuada en el año de su 50 aniversario para sus derivados de altas prestaciones, el M3 y el M4, y sus modelos X de larga tradición. Como resultado, las perspectivas para 2023 son muy positivas para BMW M GmbH, con la promesa de nuevos resultados récord.

El MINI Electric sigue siendo la variante más vendida del modelo MINI.

MINI vendió 292.923 unidades el año pasado (-3,0%). Las ventas de modelos MINI electrificados evolucionaron positivamente: El número de modelos MINI electrificados vendidos (incluidos los híbridos enchufables) aumentó un 14,3% hasta alcanzar los 60.839 vehículos y, por lo tanto, representó alrededor del 21% de las ventas totales de MINI en todo el mundo en 2022.

El MINI Cooper SE totalmente eléctrico siguió siendo la variante de modelo más vendida de la marca en 2022. El año pasado se vendieron un total de 43.744 en todo el mundo, lo que supone un aumento del +25,5% en comparación con el año anterior.

2023 será un año muy importante para MINI. La marca celebra 110 años de producción de automóviles en su planta principal de Oxford y presentará los dos primeros modelos totalmente eléctricos de la nueva familia MINI.

BMW Motorrad registra las mayores ventas de su historia.

Con un total de 202.895 motos y scooters entregados a los clientes - un aumento del +4,4% interanual -, BMW Motorrad registró sus ventas más altas en la historia de la compañía. Las regiones de Europa, América y Asia, en particular, registraron nuevos máximos de ventas e hicieron una contribución vital al récord de ventas de BMW Motorrad. La convincente gama de la marca, con productos de éxito que dan forma a sus respectivos segmentos, y la introducción en el mercado de nuevos modelos populares, como la BMW CE 04 totalmente eléctrica, fueron factores de peso en el exitoso resultado de 2022.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2021, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 194.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2021 fueron de aproximadamente 16,100 mil millones de euros sobre unos ingresos que ascendieron aproximadamente a 111,200 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2021, el Grupo BMW tenía 118.909 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa fijó el rumbo del futuro en una fase temprana y hace que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean sistemáticamente el centro de su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción, hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/BMWEspana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWEspana>