

BMW Group reafirma su liderazgo en la región de Latinoamérica durante 2022 y mantiene un paso firme hacia un futuro eléctrico, circular y digital.

- Los resultados hasta noviembre 2022:
 - Uno de cada tres automóviles Premium vendidos en Latinoamérica es BMW.
 - El 20% de las ventas en la región de BMW y MINI son unidades electrificadas.
 - La marca BMW concluye con fuerza su año de celebración de 50 años de BMW M con la llegada a la región del BMW XM y del BMW M2, el cual inició producción en la Planta de BMW Group San Luis Potosí en diciembre de este año.
 - MINI celebró sus 20 años de presencia en LatAm con 125 mil unidades vendidas en la región.
 - BMW Motorrad completó el portafolio electrificado de las marcas de BMW Group en LatAm, al lanzar el BMW CE 04 en 9 países de la región durante 2022.
- Los planes para 2023 de BMW Group en Latinoamérica:
 - Las marcas BMW y MINI tendrán 15 lanzamientos en el 2023, de los cuales 10 serán vehículos electrificados.
 - Los servicios de BMW ConnectedDrive llegan a más países de Latinoamérica.
 - BMW Motorrad se prepara para celebrar sus 100 años.

Ciudad de México | 14 de diciembre, 2022. BMW Group Latinoamérica se perfila una vez más para ser el fabricante de vehículos Premium líder en la región. Al cierre de noviembre de 2022, BMW Group Latinoamérica ha entregado a sus clientes más de 34 mil unidades de la marca BMW y cerca de 6 mil unidades de la marca MINI, mientras que más de 23 mil motocicletas ya se encuentran con los seguidores de la movilidad en dos ruedas de BMW Motorrad. Hoy en día, uno de cada 3 automóviles Premium vendidos en la región es BMW. Con base en los datos anteriores: BMW Group demuestra que cuenta con una participación de mercado de 35.4% con BMW y del 6.2% con MINI, del mercado total de alrededor de 97,000 unidades; mientras que BMW Motorrad en Latinoamérica cuenta con tres de los 15 mercados más importantes a nivel mundial para la marca: Brasil (6°), México (11°) y Mercado Importadores (13°). Lo **que confirma "la fortaleza de BMW Group a través de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad en la región de Latinoamérica"**.

Un eslabón esencial en la cadena de valor de BMW Group es su División de Financial Services que proporcionamos opciones de financiamiento para distribuidores, importadores y clientes. En Latinoamérica tiene presencia en México, Brasil, Colombia, Chile y Perú. En 2022, Financial Services logró financiar 4 de cada 10 ventas de BMW Group en México y al cierre del año tiene como objetivo cerrar con una cartera de aproximadamente 30,000 unidades financiadas. Así mismo, genera oportunidades de venta a través de canales digitales que ofrece una experiencia de venta desde la personalización del automóvil hasta la obtención de una oferta financiera e incluso una pre-aprobación de crédito en línea en cuestión de segundos. Durante 2022, Financial Services logró que el 90% de sus clientes los calificaran satisfactoriamente en el proceso de venta y 85% lo hacen también para el proceso de atención al cliente.

"Con base en los resultados que hemos obtenido en la región al cierre de noviembre de 2022, estoy seguro en afirmar que somos la compañía favorita del mercado Premium en Latinoamérica.

El trabajo en equipo de nuestros colaboradores, la Red de Distribuidores, los Importadores de Latinoamérica nos ha llevado a mantener nuestro posicionamiento en la preferencia de los clientes para elegir nuestros automóviles y motocicletas. Refrendamos nuestro compromiso con Latinoamérica y estamos listos para ofrecer en 2023 las soluciones en movilidad individual Premium sustentable que requiere nuestro mercado”, **compartió Reiner Braun** – Presidente y CEO de BMW Group Latinoamérica.

La electrificación como punta de lanza en la estrategia de BMW Group hacia 2030. Con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono hacia el año 2050, BMW Group se ha impuesto metas hacia 2030, que incorporan la electrificación como punta de lanza para el desarrollo de productos de gran atractivo para los clientes de todo el mundo.

Para el cierre del 2022, la compañía tiene planeado mantener su sólido compromiso hacia la electrificación. Un claro ejemplo es que en Latinoamérica:

- BMW Group colocó en la región más de 7 mil unidades con tren motriz electrificado (BEV o PHEV) de BMW y MINI, gracias a la llegada del BMW i4 que se sumó al BMW iX, BMW iX3 y el MINI Cooper SE en la ofensiva eléctrica del Grupo.
- BMW Motorrad completó el portafolio electrificado de las marcas de BMW Group en LatAm, al lanzar el BMW CE 04 en 9 países de la región durante 2022.

Para 2023, llegarán a Latinoamérica los nuevos BMW iX1 y BMW i7, así como el BMW XM con su sistema de propulsión híbrido conectable desarrollado por BMW, así como el BMW iX M60.

Con esta alineación de productos de rápido crecimiento y su demanda elevada, BMW Group tiene como objetivo tener más de dos millones de vehículos totalmente eléctricos en las calles para finales de 2025.

Con la estrategia "Neue Klasse" para desarrollar la próxima generación de vehículos totalmente eléctricos a partir de mediados de la década, BMW Group tiene el potencial de acelerar aún más la introducción de la movilidad eléctrica al mercado, de manera que el 50% de las ventas mundiales de la compañía podrían provenir de vehículos totalmente eléctricos antes de 2030.

La marca MINI tendrá una gama de productos totalmente eléctricos para principios de 2030, mientras que Rolls-Royce se convertirá en una marca totalmente eléctrica a partir de 2030. Mientras todos los nuevos modelos futuros de BMW Motorrad en el área de la movilidad urbana también serán totalmente eléctricos.

En el sendero al **"futuro circular"**.

BMW Group continúa siendo pionero en estrategias para la generación de valor para el negocio, sus clientes y el medio ambiente. Por ejemplo: el uso de energías limpias; la reducción de CO₂ en toda la cadena de valor; la incorporación de materiales reciclados o de segundo uso para aminorar el impacto ecológico que podría generar la producción de vehículos.

El reciclaje es el primer paso para una verdadera economía circular, por lo que BMW Group se esfuerza por utilizar cada vez más materiales secundarios, así como en crear circuitos cerrados de producción:

- Hoy en día, y ya desde el BMW i3, los vehículos de BMW Group son hasta 90% reciclables. En el BMW iX, los tapetes y algunos revestimientos del piso están fabricados con redes de pesca recicladas, y en su momento, también podrán ser reciclados.
- Se utiliza hasta un 50% de aluminio, un 25% de acero y hasta un 20% de termoplásticos de segundo uso, porcentajes que seguirán aumentando en el futuro.
- BMW Group planea aumentar su porcentaje de acero secundario en etapas, alcanzando hasta el 50% para 2030. Las emisiones de CO₂ de la producción de acero secundario son un promedio de 50% a 80% más bajas que las del acero primario.
- BMW Group se ha convertido en el primer fabricante de vehículos del mundo en utilizar neumáticos de caucho natural y rayón sustentable y certificado; un material a base de madera que se emplea para fortalecer los neumáticos
- Se ha incorporado el uso de litio y cobalto extraídos únicamente de minas avaladas, asegurándonos por completo de que su extracción se realice de forma ética.
- BMW Group es el segundo fabricante de vehículos del mundo en unirse a Leather Working Group para garantizar estándares ambientales y sociales uniformes para las cadenas de suministro de cuero en todo el mundo y para certificar a los fabricantes.
- MINI se convertirá en pionero en este campo en 2023, cuando comenzará a utilizar rines de aleación ligera fabricados con un 70% de aluminio secundario en la nueva generación del MINI Countryman.
- Los interiores completamente veganos estarán disponibles para los modelos BMW y MINI por primera vez a partir de 2023. Reemplazar las materias primas de origen animal, como el cuero, con materiales innovadores de base biológica reduce las emisiones de CO₂ en un 85%.

Servicios digitales y conectividad.*

BMW ConnectedDrive incluye todos los servicios digitales que conectan el vehículo de forma inteligente con el mundo exterior. Entre ellos figuran, además de Teleservices, los sistemas de asistencia al conductor, las conexiones para dispositivos móviles y también las ofertas de entretenimiento y servicios de tráfico. Para ello, cada vehículo dispone de una tarjeta SIM 4G integrada y activa, la cual se incluye en los vehículos BMW desde 2013. Es importante mencionar que los nuevos vehículos cuentan con capacidad de conexión a la red 5G, la cual va a estar disponible de acuerdo a las especificaciones técnicas de cada mercado.

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.

Los servicios más destacados que incluye BMW ConnectedDrive son:

- Sistema BMW iDrive.
La nueva generación del BMW iDrive lleva la interacción entre el conductor y el vehículo a un futuro digital en el que muchas áreas de la vida se vuelven cada vez más inteligentes. Las funciones del nuevo BMW iDrive variarán de acuerdo al mercado, pero la nueva interpretación

del sistema operativo de BMW equipa al vehículo para participar activamente en su relación con los que están a bordo y, al hacerlo, actúa como un socio digital, inteligente y proactivo en cualquier situación. Se crea un diálogo natural con el objetivo de adaptar con precisión todas las funciones controladas a través del BMW iDrive a las necesidades y preferencias del conductor según lo requiera la situación.

- Sistema Operativo 8 de BMW.
Respaldo la experiencia única del usuario se encuentran el nuevo Sistema Operativo BMW 8, una nueva generación de pantallas, controles y software, y una conectividad y procesamiento de datos extremadamente potentes. El Sistema Operativo 8 de BMW es el pilar de tecnología más potente y extenso jamás creado por BMW. Constituye la base para la octava generación y la nueva interpretación del BMW iDrive. BMW Group ha estado desarrollando la unidad de control central y la plataforma de integración de software completamente en Linux y de forma interna desde 2013. Tener un control completo sobre el software es crucial para crear un sistema estable, actualizable y de alta calidad que distinga a la marca.
- Actualización Remota de Software (RSU por sus siglas en inglés).
La llegada de la actualización remota de software (RSU por sus siglas en inglés) significa que el vehículo ahora se concibe como una plataforma digital. Desde la introducción del Sistema Operativo 7 de BMW en 2018, los conductores han podido mantener su vehículo actualizado con el software más reciente en todo momento mediante la instalación de RSU. El nuevo Sistema Operativo 8 de BMW ofrece la misma funcionalidad con algunas mejoras importantes. En consecuencia, la RSU para el Sistema Operativo 8 de BMW también ofrecerá la posibilidad de realizar actualizaciones de software extremadamente complejas y grandes en áreas como la asistencia a la conducción y la automatización parcial. El Sistema Operativo 8 de BMW también permitirá a los clientes programar la instalación de una actualización remota de software.
- BMW Digital Key Plus con tecnología de radio de banda ultra ancha.
BMW ha sido pionero en el uso de teléfonos inteligentes como llaves digitales para vehículos desde 2018. Por ejemplo, el fabricante de vehículos Premium ha desarrollado una forma nueva, conveniente y segura de desbloquear y arrancar el vehículo sin que el usuario siquiera tenga que sacar su Apple iPhone del bolsillo. La nueva versión de la BMW Digital Key Plus se basa en la tecnología de banda ultra ancha (UWB) ya integrada en el vehículo y, por ejemplo, en el chip U1 del iPhone. La BMW Digital Key Plus se presentó por primera vez en el BMW iX. Esta tecnología fue parcialmente desarrollada por el equipo de ingeniería basada en BMW Group Brasil.
- My BMW App y MINI App.
Desde el lanzamiento de la aplicación BMW Connected en el 2013, seguida de MINI Connected en el 2018, las marcas BMW y MINI ofrecen a sus clientes una conexión perfecta entre un teléfono inteligente y sus vehículos. Tanto My BMW como MINI App, establecen un nuevo referente de uso, seguridad y confiabilidad. Ofrecen contenido útil para el uso diario de

los vehículos y logran mejorar la interacción personalizada con las marcas. Esta tecnología fue parcialmente desarrollada por el equipo de ingeniería basada en BMW Group Brasil.

*Los servicios y la disponibilidad pueden variar de acuerdo al mercado.

Orgullo latinoamericano: el nuevo BMW M2.

El nuevo BMW M2 continúa la tradición de la marca de modelos ultra deportivos de dimensiones compactas que comenzó en 1973 con la llegada del BMW 2002 turbo. También se basa en el éxito de su predecesor, que registró casi 60,000 unidades vendidas en todo el mundo.

Al igual que su hermano, el BMW Serie 2 Coupé, el nuevo BMW M2 fue concebido por el mexicano José Casas, Diseñador Senior de Exteriores, quien colabora en el equipo de BMW Design en Múnich. Asimismo, el nuevo integrante de altas prestaciones se fabricará de manera exclusiva junto con el BMW Serie 2 Coupé en la Planta de BMW Group en San Luis Potosí. Por lo que este sitio se une a Múnich, Dingolfing y Spartanburg para convertirse en la cuarta planta en el mundo que produce los vehículos BMW M; lo que representa un orgullo para México y la Región de Latinoamérica.

El placer de conducir purista toma nuevos bríos tan solo al echarle un vistazo a los datos clave del nuevo BMW M2. Un motor de seis cilindros en línea con 460 hp y 550 Nm está acoplado a una transmisión Steptronic de 8 velocidades con Drivelogic, y ésta a su vez se conecta con las ruedas traseras. En conjunto aceleran al Coupé hasta los 100 km/h, desde el reposo, en tan solo 4.1 segundos. El nuevo BMW M2 combina dimensiones compactas con una óptima distribución del peso entre ambos ejes de 50:50, una característica clásica de los vehículos deportivos de BMW. Además, muchos componentes provienen de sus hermanos mayores, el BMW M3 y el BMW M4, junto a una suspensión con tecnología derivada del mundo del deporte motor. Gracias a todo lo anterior, BMW M GmbH promete para el nuevo BMW M2 un alto nivel de prestaciones, similar al que ofrece el BMW M2 CS: la variante superior exclusiva y limitada de su antecesor.

La marca BMW en Latinoamérica trae a la región el primer vehículo de BMW M GmbH de alto desempeño con sistema de propulsión electrificado: el BMW XM.

El sistema de propulsión M HYBRID recientemente desarrollado, un diseño extravagante y el ambiente de lujo progresista dentro del BMW XM se unen para crear una nueva interpretación del concepto Sports Activity Vehicle (SAV) para el segmento de alto desempeño. El BMW XM es también el primer BMW M original desde el BMW M1. Las florituras elaboradas con precisión en el diseño exterior del SAV de alto desempeño recuerdan al legendario deportivo con motor central.

El sistema de propulsión M HYBRID del BMW XM ofrece una potencia total de 653 hp. Está respaldado por un motor V8 de altas revoluciones recientemente desarrollado con tecnología M TwinPower Turbo de 489 hp. La unidad de 4.4 litros cuenta con un colector de escape de banco transversal y un proceso de separación de aceite optimizado. El motor de ocho cilindros es asistido por un motor eléctrico integrado en la transmisión M Steptronic de ocho velocidades y 197 hp. El sistema de propulsión M HYBRID produce un par máximo total de 800 Nm.

El BMW XM acelera de 0 a 100 km/h en 4.3 segundos, acompañado de una banda sonora cargada de energía con un atractivo emocional poco común para una unidad de ocho cilindros. Esto se origina en su sistema de escape deportivo con aletas continuamente ajustables y controladas electrónicamente y tubos de escape dobles hexagonales dispuestos uno encima del otro por primera vez en un modelo BMW M.

El botón M Hybrid en la consola central se usa para seleccionar uno de los tres modos de funcionamiento, incluido un ajuste ELÉCTRICO para cruce con cero emisiones locales a velocidades de hasta 140 km/h y en una distancia máxima de 82 a 88 km* en el ciclo WLTP. Esto es gracias a la batería de alto voltaje de iones de litio montada en los bajos del vehículo y los 25.7 kWh de energía utilizable que proporciona. La Unidad de Carga Combinada en el BMW XM permite la carga con corriente alterna (AC) de hasta 7.4 kW.

MINI: alcanza las primeras 125,000 unidades vendidas en Latinoamérica en 2022.

Este año MINI cumple 20 años de presencia en la región de Latinoamérica. Dos décadas de **compartir con sus seguidores el espíritu de "BIGLOVE"**, a través del cual se enaltecen: los valores de las personas; el cuidado al medio ambiente, no solo con su vehículo totalmente eléctrico, sino también con los materiales sustentables que utiliza; y su compromiso con la vida digital, cada vez más solicitada por los consumidores. En el marco del vigésimo aniversario, la marca británica se posiciona como una de las favoritas en el sector Premium de la región y logra la icónica cifra de 125,000 unidades vendidas. El vehículo número 125 mil fue un MINI Cooper SE 100% eléctrico vendido en Colombia.

Los modelos más solicitados por el mercado latinoamericano son el MINI Cooper SE, que refuerza la exitosa estrategia de electrificación de BMW Group y es el líder en ventas de Colombia; el MINI Countryman por ser el primer SUV de la marca, así como el MINI Cooper 3 Puertas, MINI Cooper 5 Puertas y MINI Cooper Convertible, y por supuesto la línea deportiva MINI John Cooper Works.

A pesar del contexto adverso de los últimos años a causa de la pandemia, MINI ha logrado mantener sus cifras en números exitosos gracias al compromiso que tiene con sus usuarios. Tan solo en 2021 logró un aumento de 14.2% de unidades vendidas con respecto al año anterior. La cifra de 125 mil vehículos vendidos en Latinoamérica a la fecha pronostica un exitoso futuro para la marca.

BMW Motorrad: ofrece nuevos formatos de experiencia a sus seguidores durante 2022 y se prepara para su celebración de 100 años en 2023.

La región de Mercados Importadores de Latinoamérica es la más grande del mundo para el negocio de BMW Motorrad. En los últimos años, BMW Motorrad en México junto a la Red de Distribuidores han implementado nuevos formatos de puntos de venta: los Point of Experience (POE), los cuales brindan la oportunidad de experimentar el estilo de vida del motociclismo más allá de los servicios del Distribuidor.

Con respecto a los resultados de ventas en los Mercados Importadores de Latinoamérica de BMW Motorrad, es importante destacar los resultados que se han obtenido en Colombia, ya que es el país de la región que más ha crecido con un 59%.

En 2023, BMW Motorrad celebrará sus 100 años. En diciembre de 1922, el diseñador en jefe de BMW, Max Friz, pone en la mesa de dibujo la primera motocicleta BMW a gran escala. En su corazón se encuentra un motor bóxer de dos cilindros y cuatro tiempos refrigerado por aire. La primera motocicleta BMW, la R 32, se presentó en septiembre de 1923. Esto marcó el comienzo de la producción de motocicletas BMW y lanzó una historia de éxito sin precedentes.

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.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Téllez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Paula Argandoña

paula.argandona@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/