

Liderazgo en innovación: BMW Group planea invertir más de 30 mil millones de euros en tecnologías orientadas al futuro hasta 2025.

- Oliver Zipse: “La solidaridad y las acciones responsables son necesarias”.
- Las medidas de 2020 han sido alteradas por la propagación del coronavirus.
- Mejora trimestral de la rentabilidad de 2019.
- Los ingresos del grupo superan por primera vez los 100 mil millones de euros.

Múnich. BMW Group afronta la transformación de la industria del automóvil con gran confianza e invirtiendo contundentemente en investigación y desarrollo, con el objetivo de dar forma a la movilidad del futuro en beneficio de sus clientes.

En el contexto de la propagación del coronavirus, el Presidente del Consejo de Dirección de BMW AG, Oliver Zipse, señaló en Múnich el miércoles: “Pedimos solidaridad y acciones responsables. En nuestra sociedad, el deber de los fuertes es proteger a los débiles. Por lo tanto, BMW Group apoya plenamente las medidas destinadas a contener la propagación del coronavirus”. BMW Group está dando respuesta a la previsible evolución de la demanda en el mercado del automóvil, ajustando el volumen de producción en un principio y utilizando una amplia gama de medios para maximizar la flexibilidad.

Zipse continuó: “Nos tomamos en serio nuestra responsabilidad, tanto en lo que respecta a garantizar la seguridad y la salud de nuestros empleados como a lograr el mayor equilibrio posible en términos de responsabilidad. Tenemos clara una cosa: el coronavirus está aquí ahora, pero también habrá un tiempo después del coronavirus. Las decisiones que hemos tomado reflejan claramente la capacidad de BMW Group para reaccionar con rapidez y flexibilidad”.

“Las nuevas tecnologías son clave para el futuro de la movilidad. Tenemos la intención de invertir más de 30 mil millones de euros en investigación y desarrollo para reforzar nuestra posición como líderes de innovación. Esto muestra también nuestra confianza en el desarrollo de los negocios del futuro”, dice Zipse. “La habilidad de integrar diversas tecnologías para formar un sistema completo es de vital importancia. Las empresas capaces de desarrollar y combinar hardware y software en igual medida conformarán el futuro del automóvil. En este sentido, vamos por la vía más rápida”.

Medidas decisivas tomadas en el momento adecuado.

En el futuro, el Grupo BMW también se beneficiará de las decisiones estratégicas adoptadas en una fase temprana que le han dado una ventaja competitiva definitiva durante esta fase crucial de cambio para todo el sector. "Hemos dado pasos decisivos en los campos estratégicos relevantes en el momento oportuno y ahora estamos intentando aprovechar nuestra ventaja competitiva para diferenciarnos de la tendencia de la industria", continuó Zipse.

El Grupo BMW se propuso alcanzar los nuevos objetivos de CO2 en una etapa temprana, un aspecto importante fue la decisión de electrificar sistemáticamente la gama de modelos. Con su programa Performance > NEXT, lanzado en 2017, se dieron más pasos para lograr una mayor eficiencia y un mayor rendimiento operativo. Además, en los últimos ocho años, unos 46.000 empleados han recibido formación en el campo de la movilidad eléctrica. En vista de la creciente importancia de los conocimientos de software, el Grupo BMW fundó la empresa conjunta de TIC Critical Techworks en 2018 con el fin de asegurar la experiencia y los conocimientos pertinentes. El propio Grupo BMW es uno de los mayores empleadores de TIC en Alemania, con 5.300 empleados que han sido formados en el campo de la analítica de datos. También se ha asegurado estratégicamente el acceso a las materias primas necesarias para producir movilidad eléctrica. Desde principios de este año, el Grupo BMW ha estado adquiriendo el cobalto y el litio necesarios directamente y pasando esos recursos a los proveedores que participan en la fabricación de celdas de batería.

Al mismo tiempo, el Grupo BMW sigue convencido de la importancia de centrarse sistemáticamente en las necesidades de los clientes y, por lo tanto, en las innovaciones necesarias para satisfacer esas necesidades. Con este punto en mente, los esfuerzos para ampliar la experiencia en los futuros campos de la tecnología siguen aumentando.

La fuerza financiera como base para el éxito del mañana.

Para compensar el elevado gasto inicial en tecnologías de futuro, el Grupo BMW seguirá trabajando sistemáticamente en la consecución de mejoras continuas de la eficiencia como parte del programa Performance > NEXT.

"Nos hemos fijado objetivos claros para el año 2020. Se dará alta prioridad a la rentabilidad y al cash flow libre en nuestra gestión del negocio en el futuro. Todas las medidas e iniciativas implementadas en conjunto con Performance > NEXT nos están llevando en la dirección correcta. En lo que respecta al cash flow libre, nos estamos concentrando específicamente en los gastos de capital y en la gestión coherente del capital circulante", expone

Nicolas Peter, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, Finanzas. "Ya estamos haciendo progresos mensurables, que seguirán teniendo un impacto notablemente positivo en los ingresos; ya sea en términos de ventas, costo de materiales o la compra indirecta".

Un aspecto clave en este esfuerzo es el desarrollo de procesos digitales aún más rápidos y estructuras más eficientes. Se espera que el programa Performance > NEXT genere ahorros de eficiencia superiores a 12 mil millones de euros para finales de 2022. Entre otras cosas, los tiempos de desarrollo de los nuevos modelos de vehículos se reducirán hasta en un tercio. Por lo que respecta a los productos, hasta el 50% de las versiones con sistemas de propulsión tradicionales se eliminarán a partir de 2021 en la transición hacia la creación de arquitecturas de vehículos mejoradas e inteligentes, a favor de mecánicas electrificadas adicionales. Es en esta área donde el impacto total de estas medidas entrará en vigor, particularmente en los años posteriores a 2022.

Además, la gama de modelos se evalúa periódicamente con miras a encontrar otras posibles formas de reducir su complejidad. También se está aprovechando en todo el Grupo el potencial de una mayor sinergia y eficiencia en las compras indirectas, así como en lo que respecta a los costos de material y producción. El Grupo BMW también está fortaleciendo el rendimiento con una serie de nuevos modelos, especialmente en los segmentos en los que el rendimiento es más alto. Uno de los objetivos del Grupo es duplicar su volumen de ventas en el segmento de lujo de 2018 a 2020.

Un innegable compromiso para alcanzar los objetivos de CO2.

El Grupo BMW trabaja constantemente para reducir las emisiones de CO2 de su nueva gama de vehículos. La compañía siempre ha cumplido voluntariamente con su compromiso y alcanzará el objetivo de CO2 en su flota en las matriculaciones de vehículos europeos también este año. Esto supone alrededor de un 20% por debajo del objetivo del año pasado. Un tercio de ese progreso puede lograrse mediante mejoras en los sistemas de propulsión convencionales y dos tercios por el crecimiento en el campo de los vehículos electrificados. Los esfuerzos del Grupo BMW para cumplir con los futuros límites obligatorios de CO2 y de consumo de combustible se basan, por lo tanto, en el impacto combinado de las tecnologías Efficient Dynamics –que han sido implantadas por el Grupo BMW desde 2007- y la electrificación de los vehículos que se está llevando a cabo.

Como pionero en la movilidad eléctrica, el Grupo BMW es ya hoy en día uno de los principales fabricantes y proveedores de vehículos electrificados y actualmente está ampliando su gama de forma significativa. Para finales de

2021, la compañía pretende tener en las carreteras más de un millón de vehículos con sistemas de tracción totalmente eléctricos o híbridos enchufables. En ese momento, el Grupo BMW ofrecerá cinco vehículos totalmente eléctricos de producción en serie. Junto al BMW i3, cuya demanda aumentó por sexto año consecutivo, y el MINI Cooper SE*, totalmente eléctrico, cuya producción comenzó en la planta de Oxford (Reino Unido) a finales de 2019. El BMW iX3 entrará en producción este año en la planta de Shenyang (China), seguido en 2021 por el BMW iNEXT en Dingolfing (Alemania) y el BMW i4 en la planta de Munich; y todos ellos estarán equipados con tecnología de propulsión eléctrica de quinta generación.

La próxima generación de BMW Serie 7 incluirá una versión totalmente eléctrica.

La próxima generación del BMW Serie 7 marcará un nuevo hito en la historia. El vehículo insignia de BMW también ofrecerá a los clientes el “Power of choice” y estará disponible con cuatro tipos diferentes de sistemas de propulsión: como un vehículo de alta eficiencia con motor diésel o de gasolina, un híbrido enchufable y, por primera vez, como un modelo totalmente eléctrico (BEV), que también estará equipado con un sistema de propulsión eléctrico de quinta generación. Ofrecer una gama tan amplia es una clara expresión de la aspiración del Grupo BMW de permitir a cada cliente elegir la tecnología más adecuada para realizar una movilidad sostenible.

Un gran desembolso inicial para la movilidad del futuro.

Para allanar el camino hacia la movilidad del futuro, durante el período analizado se volvió a necesitar un importante desembolso inicial. Los gastos de investigación y desarrollo para el año 2019 de conformidad con las NIIF ascendieron a un total de 5.952 millones de euros, lo que supone un aumento considerable con respecto al período anterior (2018: 5.320 millones de euros; +11,9%). La creciente proporción de vehículos electrificados también está elevando los costes de fabricación. Los factores del cambio de divisas y el aumento de los precios de las materias primas también ejercen una presión a la baja sobre los beneficios. Las inversiones en activos fijos y otros activos intangibles aumentaron un 12,3% hasta alcanzar los 5.650 millones de euros interanuales (2018: 5.029 millones de euros) debido a la aplicación por primera vez de la NIIF 16. Las inversiones se realizaron principalmente en relación con la continuación de la iniciativa del nuevo modelo, así como con la modernización y flexibilización de las estructuras de las plantas existentes.

Mejora constante de la rentabilidad y el EBIT en el ejercicio económico de 2019.

La rentabilidad y el beneficio del Grupo BMW antes del resultado financiero mejoraron cada trimestre del curso 2019. El primer trimestre se vio afectado por el reconocimiento de una provisión de 1.400 millones de euros tras la recepción de un pliego de cargos de la Comisión de la Unión Europea en relación con los procedimientos antimonopolio en curso. El beneficio del grupo antes de los impuestos para el segundo semestre de 2019 creció entonces de manera significativa con respecto al año anterior (4.300 millones de euros; +18,8%).

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 2019, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 175.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2019 fueron de aproximadamente 7.118 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 104.210 mil millones. A 31 de diciembre de 2019, el Grupo BMW tenía 133.778 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

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 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 133,778 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor,

responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

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.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

gonzalo.rodino@bmw.com.ar
tania.silva@partner.bmw.com.ar