

Declaración de Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG, 105^a Junta General Anual de BMW AG el 14 de mayo de 2025.

- Declaración de Oliver Zipse HV 2025

Robusto. Fiable. Con un enfoque claro en el futuro.

El camino de BMW – para el éxito de su empresa.

Estimados accionistas:

Nuestras vidas son cada vez más digitales, y en los negocios globales, los formatos virtuales ofrecen muchas ventajas. Pero no olvidemos: las personas no son digitales. Todos seguimos valorando el encuentro cara a cara. Queremos mirarnos a los ojos.

¡Esta es la 105^a Junta General Anual de BMW Group!

El corazón de BMW late en todo el mundo. BMW es un equipo global, unido por un fuerte sentido de comunidad. 159,000 personas: altamente motivadas. De alto rendimiento. Innovadoras. Juntos, somos BMW Group.

Por supuesto, también se podría decir: BMW, eso es solo una empresa que cotiza en el DAX. Un empleador fiable; en su núcleo, sigue siendo un constructo abstracto.

Pero todos en la empresa saben que BMW es mucho más que eso. ¡Por eso estamos juntos! Una y otra vez, hemos demostrado que aprovechamos las oportunidades, actuamos con rapidez y nos adaptamos con una flexibilidad notable. Aprendemos de lo inesperado, que es lo que realmente importa. Luego salimos más fuertes que antes, tal como lo hicimos después de la crisis financiera global y la pandemia de Covid.

Tomamos decisiones con una perspectiva a largo plazo.

Esta mentalidad se remonta al empresario Herbert Quandt, cuya familia continúa su legado, al igual que lo hacemos aquí en BMW.

Ustedes, nuestros accionistas, permanecen a nuestro lado en esto. Nos brindan libertad empresarial, y ese es un privilegio que valoramos, especialmente en tiempos turbulentos.

Hoy, nuestro entorno es más dinámico que nunca.

Enfrentamos desafíos altamente complejos, moldeados por prioridades conflictivas y paradojas. Sobre todo, nos enfrentamos a nuevas realidades geopolíticas que afectan directamente nuestro negocio.

Al mismo tiempo, nuestra industria está experimentando un cambio significativo. La transición hacia la movilidad eléctrica es solo una faceta de un proceso más amplio y abarcador: una carrera tecnológica que culmina en la eliminación de algunos actores.

Cuando las cosas son inciertas, muchos se quedan en "neutral", esperando. ¡No su empresa! Ahora estamos cambiando a "modo deportivo": manos en el volante, ojos en la carretera. Aquí en el escenario está el BMW Vision Neue Klasse que ya conocen. Más adelante, incluso les mostraré los primeros dos modelos de producción de la NEUE KLASSE. Nuestra visión se está convirtiendo en realidad, mientras alcanzamos los próximos hitos para BMW y para toda la empresa.

Al anticipar las tendencias en el mercado con anticipación, logramos consistentemente dar grandes saltos tecnológicos en el momento justo. Invertimos proactivamente en electrificación, digitalización, nuestra red de producción, nuestros productos y la NEUE KLASSE. Para 2024, habremos alcanzado el pico de nuestras actividades de inversión e Investigación y Desarrollo (I+D), con gastos en cada área que superan los nueve mil millones de euros. Este es un pico, no una meseta.

Hemos invertido una cantidad considerable de dinero.

En los próximos años, el impacto total de estas inversiones iniciales se hará evidente, tal como prometí. Estamos realizando nuestros planes para el futuro teniendo en cuenta sus mejores intereses. Ustedes, nuestros accionistas, deberían beneficiarse del continuo éxito de su empresa, junto con nuestros empleados.

Por eso seguimos firmemente comprometidos con nuestra estrategia de retorno para los accionistas: estamos proponiendo un pago de dividendos del 36.7 por ciento de nuestras ganancias no distribuidas, lo que equivaldría a un total de 2.6 mil millones de euros. Si aprueban nuestro dividendo propuesto, esta será nuestra relación de pago más alta de la historia.

La empresa se encuentra en una posición sólida, enfocada en el futuro:

Estamos digitalizando nuestros vehículos y aprovechando clústeres tecnológicos y arquitecturas con un enorme potencial de escalado. Estamos utilizando inteligencia artificial en toda nuestra cadena de valor. Muy pronto, casi todos los procesos de la empresa estarán respaldados por IA, haciéndonos aún más rápidos y precisos, y no solo en producción y logística. En su empresa, las estructuras de costos eficientes son la norma: siempre pueden contar con eso.

La industria automotriz ha pasado por muchas convulsiones, en respuesta al auge de la industrialización, el progreso tecnológico, nuevos procesos y mercados en evolución, así como regulaciones cambiantes y expectativas sociales.

El camino de BMW está marcado por la confianza, porque proporcionamos respuestas significativas. Me gustaría mostrarles hoy cómo lo hacemos a través de:

- Nuestra estrategia: que es impulsada por el mercado y abierta a la tecnología.
- Nuestros objetivos: cumplimos nuestras metas ajustadas para 2024 y estamos apuntando al crecimiento este año.
- Nuestra huella global: un factor diferenciador y ventaja competitiva en un mundo fragmentado.
- Nuestro proyecto enfocado en el futuro para el liderazgo tecnológico: BMW es la NEUE KLASSE – y la NEUE KLASSE es BMW.

Permítanme comenzar con mi primer punto: nuestra estrategia.

La apertura tecnológica significa seguir los mercados, porque los mercados evolucionan, pero no todos al mismo ritmo. Nos posicionamos claramente en esto, incluso frente a fuertes vientos en contra. Ahora, el viento ha cambiado a nuestro favor:

- "BMW, ganador tardío de la transición del tren motriz".
- "Cómo BMW pasó de rezagado a mago".
- "El verdadero campeón de los coches eléctricos de Alemania".

Estos titulares fueron tomados de la revista especializada "Auto, Motor und Sport"; la revista semanal "Wirtschaftswoche"; y el periódico "Die Welt".

Nuestros modelos y el diverso portafolio de trenes motrices también están ganando premios, incluido el "Goldene Lenkrad" (Volante de Oro). Acepté tres trofeos en Berlín, un momento muy especial.

Nuestras marcas y productos están siendo recibidos de manera extremadamente positiva. El premio al Coche del Año en Alemania, presentado al Serie 5 y al i5, es la primera victoria para una serie de modelos abierta a la tecnología.

Mientras otros fabricantes están retrocediendo o ajustando su estrategia, nosotros estamos en el camino correcto. Incluso los responsables políticos están comenzando a cambiar de opinión: el nuevo gobierno federal alemán apoya un enfoque amplio hacia la tecnología, mientras que la **Comisión Europea busca hacer que Europa sea más competitiva. El "Green Industrial Deal" finalmente considera la protección del clima y la economía "en tandem". Eso es algo bueno.**

Desde los trenes motrices eléctricos y los híbridos enchufables hasta las tecnologías de tren motriz convencionales altamente eficientes: nadie domina este nivel de variedad mejor que su empresa. Como se anunció anteriormente, agregaremos un modelo de producción con un tren motriz de hidrógeno en 2028. Todo esto beneficia a nuestros clientes, al mismo tiempo que contribuye de manera medible a la protección del clima. Y, sí, tenemos los hechos y cifras que respaldan esto:

En 2024, BMW Group superó significativamente su objetivo de CO2 para la flota europea por más de 30 gramos. Ese es un gran avance, que no se puede dar por sentado. Según cálculos internos,

nuestros números se situaron por debajo de los 100 gramos por primera vez, en 99.5 gramos por kilómetro. Los datos oficiales serán publicados por la Comisión Europea a finales de año. También nos estamos preparando para cumplir con los objetivos mucho más estrictos para este año, como ustedes esperarían de nosotros.

Tomamos en serio los ambiciosos objetivos políticos, pero no creemos en regulaciones técnicamente unilaterales que limiten la oferta. El mismo principio se aplica a la economía circular. Aquí también, solo un enfoque integral puede permitir y estimular la inversión. Porque, como tecnología independiente, la movilidad eléctrica conduce a un callejón sin salida, eso está claro ahora. Las diferencias son simplemente demasiado grandes, incluso dentro de Europa.

Bélgica, por ejemplo, ofrece incentivos: los modelos eléctricos e híbridos se convirtieron rápidamente en los coches nuevos más populares, alcanzando una cuota de mercado de más del 60 por ciento en 2024. En contraste, en Italia, los coches eléctricos representaron solo alrededor del cuatro por ciento de las ventas totales el año pasado.

¿Es culpa de los productos? Ciertamente no. ¿Es por culpa de los clientes? Definitivamente no. La pregunta crucial es más bien:

¿Cómo reducimos efectivamente el CO2? Ciertamente no pensando en blanco y negro. Apoyar una solución no significa necesariamente oponerse a otra. Nuestro enfoque lo demuestra una y otra vez, y sigue siendo efectivo. Todos necesitamos ser mucho más impulsados por las oportunidades, guiados por estrategias de entrada, no de salida.

Los objetivos políticos deben reflejar las realidades del mercado y también ser viables para las empresas. La inversión global ya está mirando hacia 2030, y especialmente hacia 2035. Por eso la próxima revisión de los objetivos de la UE será tan decisiva. Es nuestra oportunidad para mejorar el sistema. Europa necesita una industria automotriz y de proveedores de alto rendimiento. Estamos luchando por esto y resistiendo desarrollos negativos.

Para nuestros clientes, seguiremos siendo ampliamente diversificados, y para ustedes, nuestros accionistas, estamos asegurando el éxito de su empresa. No queremos perder ninguna oportunidad de mercado. Continuaremos manteniéndonos firmes, pero siempre abiertos al diálogo con los tomadores de decisiones de todo el mundo. Explicamos los complejos mecanismos de nuestra industria, preguntando: ¿Qué significará la legislación propuesta en la práctica? La Junta de Administración y yo estamos personalmente comprometidos con este trabajo.

En su empresa, principalmente dejamos que nuestras acciones hablen por sí mismas: tal como les prometí el año pasado, ya tenemos más de 15 modelos totalmente eléctricos en el mercado. Nuestro BMW iX* ha sido recientemente actualizado, por lo que ahora cuenta con una autonomía eléctrica de hasta 701 kilómetros en el ciclo WLTP. En 2024, los vehículos eléctricos de batería (BEVs, por sus siglas en inglés) fueron nuevamente motores clave de crecimiento para nosotros. Al final del año, más del 17 por ciento de nuestras ventas totales fueron completamente

eléctricas. Esto es significativamente más alto que en muchos otros fabricantes. También les complace saber que esta tendencia positiva se aceleró en 2025. En el primer trimestre, nuestras ventas globales de BEVs aumentaron más del 30 por ciento. Europa lideró el camino, con un crecimiento de más del 60 por ciento.

El mercado estadounidense también creció más del 20 por ciento.

Si incluimos tanto los BEVs como los híbridos enchufables, más de uno de cada cuatro de nuestros vehículos ahora está electrificado, mientras que casi uno de cada cinco ya es completamente eléctrico. Estamos avanzando bien. Estamos cumpliendo y manteniendo nuestra credibilidad.

Mi segundo tema para hoy son nuestros objetivos.

Como siempre, son ambiciosos. Incluso en condiciones difíciles, no todos los mercados se contraen. Siempre hay regiones donde el crecimiento es posible, y la empresa aprovechó este potencial al máximo en 2024: en tres de nuestras cuatro principales regiones de ventas, aumentamos las entregas y, a menudo, ganamos cuota de mercado.

La alegría está en el corazón de nuestra marca BMW, generando emociones positivas a su alrededor. Cada una de las cuatro marcas de nuestra empresa – BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad – tiene su propio carácter y fortalezas únicas. BMW sigue siendo número uno en el segmento premium. BMW M también reportó un crecimiento dinámico, logrando ventas récord por 13º año consecutivo. Casi uno de cada diez BMW vendidos el año pasado fue un modelo M rentable. La nueva familia MINI ahora está completa: con cinco modelos, tres de los cuales son totalmente eléctricos. La marca MINI no solo tiene un impacto positivo en nuestra huella de carbono, sino que también cuenta con una sólida base de seguidores. En el segmento de lujo, Rolls-Royce sigue marcando el estándar. Con el Black Badge Spectre, ahora está disponible un segundo Rolls-Royce totalmente eléctrico. El Phantom es el vehículo más icónico de la marca y este año celebra su 100º aniversario. Todas buenas razones para expandir la fábrica de Goodwood. Con más de 300 millones de libras, esta será nuestra mayor inversión en la planta desde su apertura en 2003. BMW Motorrad impresionó una vez más. Nuestra marca de motocicletas sigue siendo la número uno indiscutible a nivel mundial en el segmento de motocicletas premium, alcanzando nuevamente un nuevo récord histórico, con 210.000 motocicletas y scooters vendidos. La GS representa casi un tercio de esas ventas. Más adelante este año, se unirá a la familia de modelos la nueva serie 1300. A mí me gusta montar en moto, así que puedo asegurarles que nuestra gama es la más fuerte de todas.

Logramos todo esto en 2024, a pesar de que muchas cosas se desarrollaron de manera diferente a lo esperado a medida que avanzaba el año. Las paradas de entrega y los retiros asociados con un componente del Sistema de Frenos Integrado (IBS) de uno de nuestros proveedores tuvieron un impacto financiero, pero respondimos rápidamente, manteniendo nuestras comunicaciones transparentes.

Al mismo tiempo, el mercado chino se mantuvo débil y la demanda de vehículos eléctricos disminuyó en varios mercados. A la luz de esto, en septiembre de 2024, ajustamos nuestra guía. A partir de ese momento, nos esforzamos aún más para mantener a su empresa en el camino correcto. Esa es otra cosa que nos distingue. Cumplimos nuestros objetivos actualizados, con más de 2.45 millones de vehículos entregados a clientes y un margen EBT del Grupo del 7.7 por ciento.

Ya saben que vendimos menos vehículos en China, donde la competencia es intensa y los precios están cada vez más bajo presión. No debería sorprender que los fabricantes nacionales estén ampliando su cuota de mercado. Sin embargo, BMW sigue siendo número uno en su segmento. China sigue siendo nuestro mayor mercado individual para vehículos eléctricos, con más de 100,000 BEVs entregados a clientes allí en 2024. No olvidemos que hemos disfrutado de un éxito superior al promedio en el mercado chino durante muchos años.

Lo que también es importante: su empresa ha ganado una excelente reputación en China, construida sobre años de presencia en el mercado y una inversión sostenida. Desde 2010, hemos invertido alrededor de 116 mil millones de renminbi solo en nuestra base de producción en Shenyang. También tenemos una sólida red de I+D en China, solo superada por Alemania. He visitado China varias veces en los últimos meses, incluyendo la participación en el "China Development Forum", donde BMW fue el socio exclusivo de movilidad, proporcionando 30 BMW i7 y i5 totalmente eléctricos para el evento. Todos nosotros en la Junta de Administración estamos regularmente en el terreno para hablar directamente con nuestro "Equipo BMW China". Nuestra estrategia en China se basa en el principio "en China para China". Lo mismo se aplica a la NEUE KLASSE. Los primeros modelos producidos para la NEUE KLASSE en China saldrán de la línea de ensamblaje de Shenyang a partir de 2026. Nuestro equipo de diseño en Shanghái lideró el desarrollo de todos los modelos específicos para China de la NEUE KLASSE. Como resultado, nuestro BMW iX3 local estará adaptado a las necesidades de los clientes chinos, en otras palabras, "de China para China".

Nuestro enfoque específico para el mercado ha demostrado ser efectivo durante muchos años. La carrera tecnológica en nuestra industria se decidirá en China, ¿dónde más? – donde la IA se adopta ampliamente. Por eso estamos estableciendo asociaciones de IA con las principales empresas tecnológicas chinas, para integrar estas innovaciones directamente en nuestros vehículos en China. Por ejemplo, estamos colaborando con Alibaba para desarrollar la siguiente etapa en la interacción por voz entre humanos y vehículos. DeepSeek también será parte de esto.

Comenzaremos a integrar las capacidades de IA de DeepSeek en nuestros modelos más nuevos en China a finales de este año. Estos ejemplos muestran que, incluso en lo que respecta a las aplicaciones digitales, operamos "en China, para China" – y a "la velocidad de China". Como nuestro mayor mercado individual, volver a la senda del crecimiento en China es claramente una prioridad. Por eso actualmente estamos consolidando nuestra red de ventas.

Lo que más les importa a ustedes, como accionistas, es:

¿Cuáles son nuestros planes para 2025?

En una palabra: crecimiento. Se prevé que nuestras ventas aumenten ligeramente. ¿Qué nos hace tan confiados? Nuestros productos. Entre ahora y 2027, BMW lanzará más de 40 vehículos nuevos o actualizados en todos los variantes de tren motriz. Este año, uno de nuestros modelos más exitosos celebrará su 50º aniversario: el BMW Serie 3. La más reciente versión de nuestro extremadamente popular BMW X3 está recién en el mercado. Fabricamos el X3 en todo el mundo: en Spartanburg, Carolina del Sur, en EE. UU.; Shenyang, China; y Rosslyn, Sudáfrica. Este es un claro ejemplo de cómo estamos respondiendo de manera flexible en un entorno cada vez más proteccionista.

También estamos reorientando nuestras ventas y marketing para satisfacer las demandas del futuro. En algunos mercados, un modelo de agencia permite a los clientes moverse sin problemas entre canales en línea y fuera de línea. MINI ya ha realizado la transición en 15 mercados en Europa. El proceso para nuestra marca principal BMW será significativamente más completo, aprendiendo de nuestra experiencia con MINI. Estamos utilizando este año y el próximo para prepararnos para el lanzamiento de la marca BMW. Estoy seguro de que muchos de ustedes se preguntan: ¿Qué pasa con nuestros minoristas? Ellos siguen a nuestro lado, por supuesto. Toda la transición se lleva a cabo en colaboración con ellos. Cualquier otra cosa no sería el camino de BMW. Los minoristas y nuestras sucursales de BMW siguen siendo importantes para nuestro éxito en ventas y, sobre todo, para la experiencia de marca de nuestros clientes.

En tiempos inciertos, hacer pronósticos fiables no es fácil. En nuestra guía para el año fiscal 2025, respondimos rápidamente a los desarrollos actuales, ya teniendo en cuenta los impactos arancelarios conocidos, a partir del 12 de marzo de 2025. Estos efectos representan aproximadamente un punto porcentual en el margen EBIT en el Segmento Automotriz, que ahora esperamos que esté dentro del rango del cinco al siete por ciento.

Las condiciones globales siguen siendo dinámicas e inciertas. Por eso muchos OEMs – no solo en nuestra industria – no están emitiendo pronósticos en este momento. No nosotros. Después del primer trimestre, confirmamos nuestra guía.

Nuestras suposiciones se basan en premisas fundamentales. Esperamos desarrollos en el debate arancelario para el verano. Confiamos en que se pueda alcanzar un buen compromiso en las negociaciones con EE. UU. este año. Estamos monitoreando de cerca los desarrollos y preparándonos activamente para una variedad de escenarios. A largo plazo, seguimos comprometidos a lograr un margen EBIT Automotriz con nuestro rango objetivo del ocho al diez por ciento.

Un factor clave para esto es reducir los costos operativos, que esperamos que disminuyan en términos nominales a lo largo del año.

Para mi tercer punto, me gustaría hablar sobre nuestra huella global.

La economía global está profundamente interconectada, con cadenas de suministro estrechamente entrelazadas. ¿Se puede deshacer esto? No lo creemos. Lo que sabemos es que el proteccionismo conduce a un callejón sin salida. Tomemos los semiconductores modernos, por ejemplo, que utilizan 60 elementos de la tabla periódica. Ningún país tiene todos estos elementos. Al final, todos pierden:

Los productos se vuelven más caros y menos innovadores. ¿Y quién termina "pagando la cuenta"? El cliente, por supuesto.

Aranceles punitivos, creciente aislamiento regional, desacoplamiento tecnológico:

¿Cómo podemos seguir teniendo éxito y manteniernos al margen de la geopolítica en un entorno así? Estos son también sus principales problemas como accionistas, que nos han compartido. Hoy en día, el alcance y el atractivo global ya no son suficientes. Solo las empresas que están firmemente establecidas localmente en las regiones permanecerán "en el juego". Esto se está convirtiendo en una condición para el éxito económico.

Su empresa ha construido esta presencia en las principales regiones del mundo a lo largo de décadas, con producción, I+D, ventas y marketing y proveedores. Generamos valor añadido localmente. Como resultado, somos uno de los pocos actores verdaderamente globales en nuestra industria hoy en día, y eso nos da una ventaja competitiva real. Su empresa ya ha evolucionado al siguiente nivel, equilibrando ventas y producción dentro de nuestra red de creación de valor global. En otras palabras: en Europa, EE. UU. y China, vendimos aproximadamente el mismo número de vehículos, en términos absolutos, en 2024, que producimos en cada una de estas regiones: alrededor de un millón de coches en Europa, poco menos de 400,000 en EE. UU. y alrededor de 700,000 en China. Nadie podrá replicar esto en el corto plazo.

Otro activo importante es nuestro enfoque "local-para-local", que estamos expandiendo sistemáticamente a medida que las cadenas de suministro y colaboraciones locales se vuelven más importantes. Tomemos nuestras plantas de ensamblaje para baterías de alta tensión: cinco nuevas instalaciones están actualmente en construcción, todas ellas cerca de nuestra producción en Europa, América y China. Aquí, fabricaremos la próxima generación de baterías de alta tensión para nuestros vehículos eléctricos.

Una de estas nuevas instalaciones se está construyendo justo a la vuelta de la esquina, en Irlbach-Straßkirchen. La revista especializada "Auto Motor und Sport" informó sobre esto bajo el titular: "BMW construye más rápido que BYD". ¡No se puede expresar de manera más sucinta! En otras palabras, "velocidad de China", también en Baja Baviera.

A pesar de nuestra distribución equilibrada de ventas y producción, seguiremos siendo un gran exportador, especialmente desde nuestro mercado nacional de Alemania y nuestra "segunda casa", EE. UU.

Nuestras raíces están en Múnich y Baviera, y los orígenes conllevan una responsabilidad. En 2024, produjimos más de un millón de vehículos en nuestras plantas alemanas. Eso representa aproximadamente una cuarta parte de la producción total de automóviles del país. Más de la mitad de estos vehículos se vendieron fuera de la Unión Europea. Estamos haciendo una contribución importante, en Alemania y para Alemania como ubicación de fabricación. Como dije: los orígenes conllevan una responsabilidad.

Estamos llevando este principio hacia la próxima generación. En este momento, en los terrenos de la planta en Múnich, estamos construyendo un Talent Campus. Ese nombre es una promesa: un nuevo centro para el desarrollo de habilidades, que atenderá a los 40,000 empleados en la ubicación de Múnich. Los talentos con diversas perspectivas nos hacen más fuertes e innovadores. Esa es, y siempre será, nuestra cultura en BMW.

Este año, estamos celebrando "50 años de BMW Norteamérica". Estuve en Spartanburg en enero para recibir un premio del gobernador republicano Henry McMaster, en honor al compromiso de 30 años de BMW con Carolina del Sur. Sus representantes políticos reconocen y aprecian que, sin BMW, la región y el estado habrían tomado un camino muy diferente.

Las cifras hablan por sí mismas: proporcionamos 43,000 empleos en Carolina del Sur, tanto directa como indirectamente. Cada segundo vehículo construido en nuestra planta de Spartanburg es exportado, generando un valor de exportación de más de diez mil millones de dólares en 2024. Una vez más, esto convirtió a su empresa en el mayor exportador automotriz en los Estados Unidos por valor. En los últimos diez años, nuestro valor total de exportación ha superado los 100 mil millones de dólares. Ahora, estamos invirtiendo más de 1.7 mil millones de dólares para poner al día Spartanburg para la movilidad eléctrica. El primer modelo eléctrico de Spartanburg ya saldrá de la línea de ensamblaje el próximo año.

Todas estas cifras subrayan el impacto económico de BMW en los Estados Unidos. Somos los únicos con una producción tan extensa en EE. UU. Nuestra creación de valor es integral. Estos son argumentos sólidos que jugarán un papel clave en las negociaciones arancelarias en curso.

Mirando el panorama global: con los aranceles, actualmente es todos contra todos. Abogamos por eliminar los aranceles por completo: para nuestra industria, basándonos en negociaciones justas. Por eso presentamos una propuesta ampliamente respetada hace algún tiempo, pidiendo una tasa arancelaria uniforme del 2.5 por ciento entre Europa y EE. UU. Todo esto subraya claramente que su empresa se encuentra en una posición de negociación muy fuerte, no solo en EE. UU., sino en todas las regiones. Esto distingue a BMW de otros OEMs. Estamos en diálogo continuo con los tomadores de decisiones en todas partes: en Bruselas, Berlín, Washington D.C. y Pekín.

En la Unión Europea, estamos adoptando una postura firme. Esto incluye los aranceles adicionales de la UE sobre las importaciones de BEV desde China. Desde octubre de 2024, esto también ha afectado a nuestros modelos eléctricos de BMW y MINI producidos en China. Estamos

defendiendo nuestra posición y hemos presentado una demanda contra la Unión Europea, buscando una revisión judicial de esta medida anti-subsidio.

Su empresa se beneficia de una economía global integrada. Eso es seguro. Nuestra posición sigue siendo la misma: defendemos mercados abiertos y libre comercio. ¡El crecimiento prospera en la apertura, no en el aislamiento! Punto.

Mi cuarto punto es sobre nuestro proyecto enfocado en el futuro para el liderazgo tecnológico:

BMW es la NEUE KLASSE – y la NEUE KLASSE es BMW.

Los años 60 fueron hace mucho tiempo. Fue entonces cuando la original Neue Klasse entró por primera vez en el mercado, generando un fuerte impulso para el crecimiento a largo plazo de BMW. Hoy, una vez más, estamos marcando el rumbo para el éxito de su empresa en la próxima década, guiados por el principio:

BMW es la NEUE KLASSE – y la NEUE KLASSE es BMW.

No trazamos una línea entre los mundos de la tecnología "vieja" y "nueva". Cada futuro modelo de BMW se beneficiará de nuestros clústeres tecnológicos. El nuevo lenguaje de diseño también se implementará en toda la gama de productos.

La NEUE KLASSE es un enorme kit tecnológico que permite todo lo demás.

Estamos buscando ventajas económicas a través de altos niveles de homogeneidad y economías de escala. Nuestros clientes obtienen la última tecnología en sus vehículos, independientemente de qué tren motriz elijan. Ahora, tengan paciencia, se va a poner un poco técnico: en la NEUE KLASSE, el Placer de Conducción Puro también se trata de software, como nuestro BMW Panoramic iDrive. Esto incluye un sistema de visualización completamente nuevo que proyecta contenido a lo largo de todo el ancho del parabrisas. Cuatro computadoras de alto rendimiento controlan las funcionalidades más importantes del vehículo. Estos "super cerebros" ofrecen hasta 20 veces más potencia de computación en el vehículo. También hemos simplificado el nuevo sistema eléctrico, con 600 metros menos de cableado, reduciendo peso y aumentando la eficiencia energética. Así es como lo hacemos en la NEUE KLASSE.

Una de las cuatro computadoras de alto rendimiento es nuestro "Heart of Joy". Todas las funciones del tren motriz y de la dinámica de conducción están integradas en esta unidad de control electrónico. Periodistas internacionales lo probaron en la pista con nuestro piloto de fábrica, Jens Klingmann, en nuestra BMW Vision Driving Experience o VDX, para abreviar.

No se puede falsificar ese tipo de emoción. Ese es el Placer de Conducción Puro en su forma más auténtica, llevado a una nueva dimensión en nuestra BMW Vision Driving Experience. El VDX es el prototipo más potente que hemos construido jamás. Sus datos clave son realmente notables:

18,000 Newton metros de par, una carga aerodinámica de hasta 1.2 toneladas y fuerzas laterales de hasta 3 G. Es decir, tres veces la aceleración debida a la gravedad. Estas son las cifras que típicamente solo se ven en coches de carreras de primer nivel. Estamos probando los límites físicos de la conducción. ¿Por qué estamos haciendo esto? La respuesta es simple: un sistema que es capaz de gestionar fuerzas como estas puede, sin duda, manejar la conducción diaria con facilidad.

En el Auto Shanghái en abril, llevamos las cosas un paso más allá, construyendo nuestra propia pista de pruebas para mostrar el VDX, completa con una rampa masiva.

¡Fue espectacular! Nuestro VDX fue un éxito, y el alcance en redes sociales fue tremendo. Muchas de las tecnologías presentadas en el VDX también se utilizarán en la NEUE KLASSE.

Estamos entrando en la recta final, y tenemos la intención de demostrarlo aquí, hoy. Para aquellos de ustedes que están en la Olympiahalle, por favor permanezcan en sus asientos cuando los vehículos hagan su entrada en un momento.

Damas y caballeros, ¡los primeros dos modelos de producción de la NEUE KLASSE!

Como pueden ver, todavía están camuflados, para mantener la tensión un poco más. Todos ustedes son accionistas de BMW "practicados", así que estoy seguro de que reconocerán las proporciones de inmediato: este modelo es un sedán deportivo en el actual segmento del BMW Serie 3. El otro es un miembro típico de la familia X, nuestro BMW iX3, que será el primer representante de la NEUE KLASSE. Podrían incluso decir que está obteniendo su propia planta, ya que estamos produciendo el iX3 en nuestra nueva planta en Hungría. Abriremos el sitio de Debrecen este otoño. El sedán deportivo de la NEUE KLASSE tampoco simplemente saldrá de la línea de producción. A poca distancia de la Olympiahalle se encuentra nuestra planta principal de Múnich, que tiene más de 100 años. La estamos renovando completamente para la producción industrial moderna en el corazón de la ciudad.

El segundo modelo comenzará a producirse allí en 2026. Después de eso, la NEUE KLASSE se lanzará a nivel mundial a través de nuestra red de producción. Me gustaría invitarlos a todos a la IAA MOBILITY aquí en Múnich en septiembre para el estreno mundial del BMW iX3 ¡sin camuflaje, por supuesto, exactamente como estará disponible para nuestros clientes!

Estimados accionistas:

En BMW, el proverbial vaso nunca está medio vacío; siempre está al menos medio lleno. Nos enfocamos en las oportunidades y las perseguimos sistemáticamente, incluso en un entorno incierto. BMW cumplirá 110 años el próximo año.

La NEUE KLASSE es solo un ejemplo de cómo seguimos tomando acciones audaces y orientadas al futuro. El camino de BMW está marcado por la confianza.

Eso es lo que representa nuestro "Equipo BMW Group" en todas nuestras ubicaciones en todo el mundo. Nunca nos acomodamos en nuestros laureles. Juntos, nos aseguraremos de que su inversión siga siendo valiosa.

Todos nosotros en la empresa realmente apreciamos su continuo apoyo.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,9104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>.

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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado 42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y 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 El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, es la 1^a instalación que fabrica 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 manufactura del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la Planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arrequin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@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 - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp@inkpr.com.mx

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/