

Inicio sólido del año: BMW Group logra un margen EBT del Grupo al nivel del año completo anterior.

- Retorno sobre ventas antes de impuestos del Grupo en 7.6%, en línea con el año fiscal 2025.
- Margen EBIT del segmento automotriz del 5.0%, dentro del rango previsto para el año completo.
- Costos, inversiones y gastos en investigación y desarrollo reducidos aún más según lo planeado.
- Perspectivas para todo el año 2026 confirmadas.
- Desarrollo positivo del flujo de caja libre en el segmento automotriz.
- Zipse: "La estrategia consistente de apertura tecnológica, excelencia operativa y alto grado de flexibilidad da sus frutos".

Múnich. Paralelamente al despliegue de la Neue Klasse, BMW Group ha presentado sólidos resultados financieros en el primer trimestre: el fabricante premium con sede en Múnich reportó un beneficio antes de impuestos (EBT) de 2,348 millones de euros, superando los dos trimestres anteriores (Q3/Q4 2025). El margen EBT del Grupo fue del 7.6 %, prácticamente igual al del año completo 2025 (7.7 %). El flujo de caja libre en el segmento automotriz alcanzó los 777 millones de euros, significativamente por encima del mismo trimestre del año anterior (+88.1 %).

De esta manera, BMW Group ha mantenido su impulso positivo del año anterior en el primer trimestre de 2026. El atractivo portafolio de productos de la compañía, su enfoque abierto a la tecnología y su resiliencia en regiones clave a nivel global aseguran que mantenga su trayectoria exitosa.

"Una vez más, nuestros resultados del primer trimestre demuestran el valor de la consistencia estratégica, la fortaleza operativa y un alto grado de flexibilidad. Estamos bien posicionados para seguir entregando éxito, a pesar de las condiciones desafiantes," dijo Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

La captación de pedidos en Europa alcanza niveles récord

La marca BMW logró su mayor cifra histórica de captación de pedidos en un solo trimestre en la región de ventas Europa. De enero a marzo, los pedidos de vehículos totalmente eléctricos aumentaron más del 60 % en Europa en comparación con el año anterior. Solo el BMW iX3 aseguró más de 50,000 pedidos desde su estreno de diseño en septiembre hasta finales de marzo.

"Durante los primeros tres meses del año, recibimos más pedidos en Europa que en cualquier otro trimestre en la historia de la Compañía. La clave de nuestro éxito radica en nuestra amplia gama de productos: con nuestras marcas fuertes, atendemos segmentos clave y permitimos que los clientes elijan entre toda la gama de trenes motrices", dijo Zipse. "El exitoso

lanzamiento del BMW iX3 y la retroalimentación positiva sobre el BMW i3 confirman que tomamos las decisiones correctas con la Neue Klasse. Cada futuro modelo BMW contará con los nuevos grupos tecnológicos y utilizará el nuevo lenguaje de diseño, independientemente del tren motriz. Así, estamos elevando nuestro portafolio de productos a un nivel completamente nuevo."

BMW Group entregó un total de 565,780 vehículos a clientes en todo el mundo en el primer trimestre. Esto representa una ligera disminución del -3.5 % en comparación con el mismo período del año anterior. La marca BMW entregó un total de 496,006 vehículos a clientes en todo el mundo en el primer trimestre de 2026 (-4.6%). Uno de cada diez vehículos BMW entregados fue un modelo BMW M.

MINI mantiene su trayectoria de crecimiento

La marca MINI incrementó sus ventas globales por quinto trimestre consecutivo, entregando 68,503 vehículos, un crecimiento del +6.0%. Los vehículos eléctricos de batería (BEV) representaron el 35.1% de todas las entregas de MINI.

La marca Rolls-Royce entregó un total de 1,271 vehículos a clientes en el primer trimestre (-8.0%). BMW Motorrad entregó 42,735 motocicletas y scooters a clientes durante el mismo período (-4.2%).

Crecimiento de la demanda de BEV en Europa

Las entregas de vehículos de BMW Group aumentaron un 3.1% en todos los tipos de tren motriz en Europa, su región de ventas más grande. Los vehículos eléctricos de batería representaron el 25.3% de todas las ventas en Europa (global: 15.5%). BMW Group mantiene la confianza de que cumplirá con los objetivos de reducción de CO₂ de la UE (27 + 2) para 2026. En la región de ventas de las Américas, que tuvo una ligera disminución del -4.0%, la caída en las entregas de automóviles BMW totalmente eléctricos fue compensada en gran medida por un aumento en las entregas de vehículos con motor de combustión. En China, donde el mercado total se contrajo abruptamente en un -17.5%, las entregas de BMW Group tuvieron un desempeño algo mejor, con una caída del -10.0% durante el período reportado.

Los efectos cambiarios impactan en los ingresos

Los ingresos del Grupo totalizaron 31,007 millones de euros (2025: 33,758 millones de euros; -8.1%; ajustado por efectos de traducción cambiaria: -4.3%), lo que destaca la intensa competencia persistente en el sector automotriz – particularmente en China – así como la ligera disminución en las ventas. Además, los efectos cambiarios adversos tuvieron un impacto negativo, principalmente del renminbi chino y el dólar estadounidense.

La gestión disciplinada de costos continúa dando resultados

BMW Group logró con éxito reducciones nominales de costos en el primer trimestre para enfrentar desafíos externos. El costo de ventas disminuyó un -6.4%, mientras que los gastos administrativos y de ventas cayeron un -5.1% en todo el Grupo. Según lo planeado, la compañía redujo sus gastos en investigación y desarrollo desde el pico de 2024 a 1,755 millones de euros (Q1/2025: 1,984 millones de euros; -11.5%). La proporción de gasto en investigación y desarrollo (Código Comercial Alemán) descendió a 5.7% (Q1/2025: 5.9%). Las inversiones también disminuyeron en el primer trimestre a 1,723 millones de euros, en línea con la planificación (Q1/2025: 2,819 millones de euros; -38.9%). La proporción de gastos de capital fue del 2.0% (Q1/2025: 3.6%).

"Flexibilidad y rapidez en la ejecución son dos de las fortalezas de BMW Group. Esto queda claramente demostrado con la Neue Klasse, una renovación rigurosa y completa de todo nuestro portafolio de vehículos en tiempo récord. Las innovaciones automotrices que llegarán al mercado fortalecerán nuestra posición competitiva y mejorarán nuestra rentabilidad," dijo Walter Mertl, Director Financiero. "En un entorno económico exigente, seguimos muy enfocados en los costos, aprovechando múltiples oportunidades en toda la compañía con un enfoque diseñado para entregar resultados sostenidos."

Programa de recompra de acciones en curso

La Asamblea General Anual de mayo de 2025 autorizó al Consejo de Administración a recomprar hasta el 10% del capital social de BMW AG durante los próximos cinco años. Basándose en esta nueva autorización, el Consejo de Administración aprobó un tercer programa de recompra de acciones por un volumen de hasta 2 mil millones de euros, que debe completarse a más tardar el 30 de abril de 2027. La primera tanda de acciones por un valor de 750 millones de euros fue recomprada en diciembre de 2025. La segunda tanda, por un monto de 625 millones de euros, está en camino de ser adquirida antes del 31 de agosto de 2026. Al 31 de marzo de 2026, BMW AG poseía acciones con un valor nominal de 12,225,269 euros, lo que corresponde al 1.99% del capital social en esa fecha.

EBT del Grupo por encima de los 2 mil millones de euros a pesar de la carga arancelaria

El Grupo alcanzó un beneficio antes de impuestos (EBT) de 2,348 millones de euros en los primeros tres meses del año (Q1/2025: 3,113 millones de euros; -24.6%). Así, la compañía entregó nuevamente ganancias por encima de los 2 mil millones de euros en un entorno económico desafiante. El margen EBT para el período fue del 7.6% (Q1/2025: 9.2%). El beneficio neto del Grupo ascendió a 1,672 millones de euros (Q1/2025: 2,173 millones de euros; -23.1%).

Margen EBIT dentro del rango previsto de 4 a 6%

El segmento automotriz logró un EBIT de 1,345 millones de euros (Q1/2025: 2,024 millones de euros; -33.5%) y un margen EBIT del 5.0% (Q1/2025: 6.9%; -1.9 puntos porcentuales), ubicándose en el centro del rango anual previsto de 4 a 6%. Los aranceles adicionales

representaron una reducción de 1.25 puntos porcentuales en el margen EBIT durante el trimestre. Este impacto fue significativamente mayor que en el mismo trimestre del año anterior, en el que solo se aplicaron aranceles de la UE a vehículos eléctricos de batería procedentes de China. El margen EBIT también se vio afectado por la depreciación y amortización derivadas de la asignación del precio de compra de BBA, que sumaron 1.2 puntos porcentuales.

Competencia intensa en principales mercados automotrices, especialmente en China

La fuerte competencia afectó los precios y volúmenes de venta, lo que repercutió en el EBIT. Como se anticipaba, los efectos de las divisas y del precio de las materias primas también limitaron el desempeño de ganancias del primer trimestre.

Flujo de caja libre en el segmento automotriz aumenta significativamente

El flujo de caja libre en el segmento automotriz aumentó notablemente a 777 millones de euros en los primeros tres meses del año (Q1/2025: 413 millones de euros). La marcada reducción en los gastos de capital en comparación con el año anterior tuvo un impacto positivo en el flujo de caja libre. Por otro lado, el típico aumento estacional de inventarios pesó sobre el capital de trabajo. Se espera que el flujo de caja libre del segmento supere los 4.5 mil millones de euros para el año completo.

Servicios Financieros: ligero crecimiento en nuevos contratos con clientes finales

El segmento de Servicios Financieros aseguró 420,212 nuevos contratos de financiamiento y arrendamiento con clientes finales en el primer trimestre. El crecimiento del 4.3% en comparación con el mismo trimestre del año anterior se debe en gran parte a los cambios en el panorama competitivo del mercado chino desde mediados de 2025. La tasa de penetración — la proporción de vehículos BMW Group que son financiados o arrendados a través del segmento de Servicios Financieros — aumentó al 51.6% en el período reportado (Q1/2025: 43.0%; +8.6%).

El segmento generó un beneficio antes de impuestos (PBT) de 381 millones de euros en los primeros tres meses del año (Q1/2025: 650 millones de euros; -41.4%). La disminución se debió principalmente al aumento de la provisión de riesgo existente para los esquemas de compensación cruzada para clientes de financiamiento automotriz en el Reino Unido.

Además, los ingresos por la reventa de vehículos al final del contrato de arrendamiento fueron menores.

Perspectivas para el año financiero 2026 confirmadas

BMW Group confirma su pronóstico para todo el año tras el primer trimestre, en un entorno económico que se deteriora. Las previsiones para la economía global y los mercados

automotrices han sido revisadas a la baja en las últimas semanas. Se espera ahora una ligera disminución en el mercado automotriz mundial.

Para el año financiero 2026, BMW Group continúa anticipando un mayor nivel de volatilidad relacionada con aranceles. La empresa prevé un impacto negativo de aranceles más altos que reducirán en aproximadamente 1.25 puntos porcentuales el margen EBIT del segmento Automotriz.

La situación geopolítica en Medio Oriente se caracteriza actualmente por un alto grado de incertidumbre debido al conflicto en la región. El pronóstico asume que el conflicto no será prolongado.

BMW Group sigue viendo potencial general de crecimiento en Europa y Estados Unidos. En China, la compañía busca equilibrar el volumen de ventas, los precios de transacción y la rentabilidad de los concesionarios.

A nivel global, la empresa pronostica que las entregas estarán a la par con el año anterior y que los vehículos totalmente eléctricos representarán la misma proporción de ventas que en 2025.

BMW Group mantiene una gestión disciplinada de costos. En el año financiero 2026, la empresa reducirá aún más los gastos de capital, costos de fabricación, gastos de investigación y desarrollo, así como gastos administrativos y de ventas. En comparación con el año anterior, BMW Group espera una menor carga adicional por aranceles que la prevista anteriormente. Esto se compensará con el aumento de la depreciación debido a inversiones y la capitalización de costos de desarrollo de años anteriores. Además, las ganancias se verán afectadas negativamente por efectos adversos de divisas y materias primas, por medidas de precios y producto para estabilizar los precios de transacción en China, por una tasa de capitalización significativamente menor debido a la estructura del portafolio de desarrollo y por ingresos globales más bajos relacionados con el mercado de autos usados. BMW Group compensará parcialmente estas mayores cargas mediante las reducciones de costos mencionadas.

Respecto a los indicadores clave de desempeño (KPIs) pronosticados:

- El margen EBIT del Segmento Automotriz se pronostica dentro del rango del 4–6%.
- El Retorno sobre el Capital Empleado (RoCE) estará entre el 6–10%.
- En el Segmento de Servicios Financieros, el Retorno sobre el Patrimonio (RoE) se proyecta entre 13–16%.
- En el Segmento de Motocicletas, las entregas se pronostican a la par con el año anterior, con un margen EBIT dentro del rango de 4.0–6.0% y un RoCE de 10–14%.
- Se espera una disminución moderada en las ganancias antes de impuestos del Grupo para 2026.

El desempeño real del negocio de BMW Group puede desviarse de estas expectativas, por ejemplo, debido a cambios en las condiciones políticas y macroeconómicas.

BMW Group – una visión general: Q1 2026.

Concepto	Acumulado Q1 2026	Q1 2025	Diferencia %
Entregas a clientes	Unidades		
Automóviles ¹ (unidades)	565,780	586,117	-3.5
BMW	496,006	520,121	-4.6
MINI	68,503	64,615	6,0
Rolls Royce	1,271	1,381	-8.0
Motocicletas	42,735	44,609	-4.2

Empleados (al 31 de diciembre de 2025)	Personas	154,540	
	%	%	Diferencia %
	Q1 2026	Q1 2025	
Margen EBIT Segmento Automotriz	5.0%	6.9%	-1.9 puntos porcentuales
Margen EBIT Segmento Motocicletas	11.4%	9.4%	+2.0 puntos porcentuales
Margen EBT BMW Group	7.6%	9.2%	-1.6 puntos porcentuales
	Millones de €		
Flujo de caja libre Segmento Automotriz	777	413	+88.1%
Ingresos totales	31,007	33,758	-8.1%
- de los cuales: Segmento Automotriz	27,159	29,211	-7.0%
- Motocicletas	779	806	-3.3%
- Servicios Financieros	9,837	10,126	-2.9%
- Otras entidades	3	3	0.0%
- Eliminaciones	-6,771	-6,388	+6.0%
Beneficio antes de resultado financiero (EBIT)	2,004	3,142	-36.2%

- de los cuales: Automotriz	1,345	2,024	-33.5%
- Motocicletas	89	76	+17.1%
- Servicios Financieros	353	652	-45.9%
- Otras entidades	2	-6	
- Eliminaciones	214	396	-46.0%
Beneficio antes de impuestos (EBT)	2,348	3,113	-24.6%
- de los cuales: Automotriz	1,266	1,904	-33.5%
- Motocicletas	88	75	+17.3%
- Servicios Financieros	381	650	-41.4%
- Otras entidades	543	295	+84.1%
- Eliminaciones	70	189	-63.0%
Impuestos sobre la renta del grupo	-676	-940	+28.1%
Beneficio neto	1,672	2,173	-23.1%
Beneficio por acción (ordinaria/preferente)	2.68/2.68	3.38/3.38	-20.7%

1. Las entregas incluyen la empresa conjunta BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.
2. Relación entre las ganancias del Grupo antes de impuestos y los ingresos del Grupo.
3. Las ganancias por acción de las acciones preferentes se calculan distribuyendo las ganancias necesarias para cubrir el dividendo adicional de 0.02 € por acción preferente proporcionalmente a lo largo de los trimestres del año financiero correspondiente.

**** A partir del año financiero 2026, la tasa de penetración también incluirá los contratos de financiamiento y arrendamiento para vehículos usados jóvenes que se vendan a clientes finales por primera vez en el año de reporte.**

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 2025, BMW Group vendió más de 2.46 millones de vehículos de pasajeros y más de 202,500 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2025 fue de 10.2 mil millones de euros sobre unos ingresos de 133.5 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2025, BMW Group tenía una plantilla de 154,540 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 2025, BMW ha comercializado 45,930 unidades. MINI ha vendido 7,587 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,621 motocicletas en la región. BMW se consolidó como la marca preferida del segmento Premium en la región con 27 mercados donde tiene presencia en América Latina. 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 o de combustión. BMW Group ha entregado alrededor de 99 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 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En 2025, se inauguró BMW Group TechWorks Brazil en São Paulo, un nuevo hub tecnológico diseñado para impulsar soluciones digitales y servicios de TI en todo el continente americano. Además, la Oficina de Ingeniería de BMW Group en Brasil desarrolla y homologa especificaciones de blindaje para la región, consolidando el portafolio más grande de modelos blindados aprobados localmente.

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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joaó 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.arreguin@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

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/