

BMW Group mira adelante el 2014 con confianza

Se espera un fuerte crecimiento en el volumen de ventas mundiales

El margen objetivo del Beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAll): 8 -10% en el segmento automotriz

Se prevé que las ganancias antes de impuestos también incrementen considerablemente

Múnich. BMW Group puede mirar con confianza hacia el ejercicio fiscal actual. Se espera que tanto las ganancias antes de impuestos, como el volumen de ventas de la empresa lleguen a nuevos niveles altos.

“Estamos seguros de alcanzar un incremento significativo en el volumen de ventas en 2014, lo que nos colocaría en una situación sin precedentes con ventas de más de dos millones de vehículos,” afirmó Norbert Reithofer, presidente del Consejo de Administración de BMW AG, en la Conferencia de Prensa de Resultados Anual que se realizó este miércoles en Múnich, Alemania.

El crecimiento planeado en volumen de ventas también debe reflejarse en las ganancias antes de impuestos de la empresa (2013: 7,913 millones de euros); al respecto, Reithofer agregó “Esperamos que las ganancias antes de impuestos de la empresa incrementen significativamente en el ejercicio actual, a pesar de las volátiles condiciones actuales de los negocios”. La velocidad a la que se incrementan las ganancias se verá afectada por los altos niveles de egresos en nuevas tecnologías y por los crecientes costos de personal.

A pesar de los niveles sustanciales de inversión en nuevas tecnologías, el segmento automotriz trabajará una vez más en 2014 para alcanzar un margen de BAll entre el 8 y el 10% (2013: 9.4%). Este crecimiento se verá beneficiado con el lanzamiento de 16 nuevos modelos, y las renovaciones a otros más, que BMW Group planea lanzar en este año.

Considerando las desafiantes condiciones en los mercados internacionales de motocicletas, se prevé que las ventas del segmento de Motocicletas sean ligeramente superiores que el año anterior (2013: 115,215 unidades), en particular debido a la participación de las nuevas motocicletas presentadas en las exposiciones de otoño (BMW R nineT, BMW S 1000 R, BMW R 1200 RT, BMW R 1200 GS Adventure y BMW K 1600 GTL Exclusive).

Se espera que el segmento de Servicios Financieros mantenga un crecimiento constante en 2014. Como consecuencia de las inversiones relacionadas con el crecimiento, es probable que el rendimiento de los fondos disminuya ligeramente (2013: 20.2%), pero continuará superando el nivel mínimo requerido de BMW Group del 18%.

El pronóstico para el año actual está basado en el supuesto que la política y las condiciones económicas se mantengan estables en el 2014.

BMW Group alcanzó cifras récord en 2013 por cuarto año consecutivo.

BMW Group continuó desempeñándose bien el año pasado dentro de un ambiente económico retador a nivel mundial y mantuvo exitosamente su posición líder como fabricante Premium a nivel mundial. “Hemos registrado nuestro mayor volumen de ventas, así como cifras de ganancias en 2013 y alcanzamos todas las metas que nos establecimos durante todo el año,” enfatizó Reithofer.

Compañía
BMW de México, S.A. de C.V.

Dirección
Paseo de los Tamarindos No.100 Piso 5
Col. Bosques de las Lomas
05120 México D.F.

Teléfonos
52 (55) 9140 8700
Fax:+ 52 (55) 9140 8761

Email
Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx

Internet
www.bmw.com.mx

Los ingresos totales de BMW Group fueron de 76,058 millones de euros, resultados ligeramente inferiores al año anterior (2012: 76,848 millones de euros; -1.0%). Esta diferencia se debió a los movimientos en el tipo de cambio. Las ganancias de la empresa antes de impuestos incrementaron 1.4% a 7,913 millones de euros (2012: 7,803 millones de euros) a pesar del incremento en la inversión de nuevas tecnologías, una mayor competencia, y mayores costos de personal. La ganancia neta de BMW Group aumentó 4.5% a 5,340 millones de euros (2012: 5,111 millones de euros), registrando también una nueva cifra récord para la empresa.

Los gastos de capital incrementaron año tras año 27.6% a 6,687 millones de euros (2012: 5,240 millones de euros), dando una proporción de gastos de capital del 8.8%. El objetivo principal en 2013 fueron en inversiones de producto para inicios de producción (incluido el BMW Serie 2 Active Tourer), así como las inversiones relacionadas con la infraestructura para permitir un mayor crecimiento.

Los gastos de investigación y desarrollo aumentaron 21.3% a 4 mil 792 millones de euros (2012: 3,952 millones de euros) como resultado de un incremento en la proporción de estos aspectos del 6.3% (2012: 5.1%). Importantes áreas de inversión fueron la renovación y expansión de productos, tecnologías alternativas de conducción, construcción ligera y conectividad para vehículos.

Las entregas a clientes de BMW Group incrementaron 6.4% a 1, 963,798 unidades (2012: 1, 845,186 unidades) registrando cifras sin precedentes en las tres marcas.

Récord por dividendo de 2.60 euros por acción de tipo ordinaria

BMW AG está comprometido en compartir sus éxitos con sus accionistas. El Consejo de Administración y el Consejo de Supervisión propondrán a los accionistas en la Asamblea General Anual, que se realizará el 15 de mayo próximo, que el dividendo incremente a un nuevo nivel de 2.60 euros (2012: 2.50 euros) por acción de tipo ordinaria y de 2.62 euros (2012: 2.52 euros) por acción de tipo preferente. Con base en estas cifras, la distribución total aumentará a 1,707 millones de euros (2012: 1,640 millones de euros). La tasa de dividendos permanece sin cambios en 32.0% y se encuentra dentro del rango meta de BMW Group del 30 al 40%.

Segmento automotriz: margen de BAI en 9.4% en 2013

Los ingresos del segmento automotriz incrementaron 0.6% a 70,629 millones de euros (2012: 70,208 millones de euros). Influenciados por los factores arriba mencionados – altos costos en nuevas tecnologías, expansión de la gama de productos y costos de lanzamiento al mercado, así como incremento de competencia – el BAI disminuyó a 6 mil 657 millones de euros (2012: 7,599 millones de euros; -12.4%). El margen de BAI fue del 9.4% y, por consiguiente, estuvo en la mitad superior de la meta entre el 8 y el 10%. Las ganancias del segmento antes de impuestos llegaron a 6,561 millones de euros (2012: 7,170 millones de euros; -8.5%).

La marca **BMW** mantuvo una posición ventajosa en el segmento Premium en 2013, con un incremento en las ventas a nivel mundial del 7.5% a 1, 655,138 unidades (2012: 1, 540,085 unidades). El BMW X1 así como los BMW Serie 3, BMW Serie 5 y BMW Serie 6 afirmaron sus posiciones como líderes del mercado en sus propios segmentos.

Se registró un crecimiento sólido una vez más para el BMW X1, con un incremento en el volumen de ventas del 9.2% a 161,353 unidades (2012: 147,776 unidades). El BMW X3 volvió a tener un buen desempeño y registró un incremento del 5.0% a 157,303 unidades (2012: 149,853 unidades). Las ventas del BMW X5 fueron ligeramente inferiores a las del año anterior con 107,231 unidades (2012: 108,544 unidades: -1.2%) a pesar del cambio de modelo (el nuevo BMW X5 está disponible desde mediados de noviembre).

El año pasado, el BMW Serie 3 continuó siendo una fuente principal de crecimiento, cuyas ventas aumentaron 23.0% a 500,332 unidades (2012: 406,752 unidades). La historia de éxito del BMW Serie 5 continuó durante el periodo de doce meses, al venderse 366,992 unidades (2012: 359,016 unidades; +2.2%). El BMW Serie 6 también logró un progreso significativo, con un incremento del 19.4% en sus ventas a 27,687 unidades (2012: 23,193 unidades).

De manera similar, en 2013 **MINI** estableció un nuevo récord de volumen de ventas con un aumento en todo el mundo del 1.2% a 305,030 unidades (2012: 301,526 unidades). La nueva generación del MINI aparecerá en las agencias a partir de la primavera de 2014. El MINI Hatch, al final de su ciclo de vida, logró alcanzar un volumen de ventas de 128,498 unidades (2012: 131,569 unidades; -2.3%). Las ventas del MINI Countryman tuvieron aproximadamente el mismo nivel que el año anterior, con un total de 101,897 unidades vendidas (2012: 102,271 unidades: -0.4%). A partir de su lanzamiento a mediados de marzo y hasta el término de 2013, el MINI Paceman logró un volumen de ventas de 14,687 unidades.

Rolls-Royce Motor Cars mantuvo su posición líder en el mercado en el segmento de súper lujo en 2013 y, con ventas de 3,630 unidades (2012: 3,575 unidades; +1.5%), logró un nuevo récord de volumen de ventas por cuarto año consecutivo.

BMW Group registró el año pasado un crecimiento en su volumen de ventas en la mayoría de los continentes. "La estrategia de ventas de BMW Group está destinada a alcanzar una distribución uniforme y balanceada de ventas mundiales en las tres regiones principales del mundo para evitar una dependencia excesiva en un único mercado", comentó Reithofer.

Con 859,546 unidades, las ventas en **Europa** – la región más grande en ventas de BMW Group – estuvieron casi al mismo nivel del año anterior a pesar de las retadoras condiciones empresariales (-0.7%).

Por primera vez, la cantidad de vehículos que vendió BMW Group en **Asia** excedió la marca del medio millón. Las ventas en la región aumentaron 17.3% a 578,678 unidades con la ayuda de un incremento del 19.7% en la China continental a 391,713 unidades.

BMW Group continuó con un buen desempeño en la región de **América**, con un incremento en las entregas a clientes del 9.0% a 463,822 unidades, incluidas las 376,636 unidades vendidas en Estados Unidos (+8.1%).

El segmento de motocicletas también establece un nuevo récord en volumen de ventas

El volumen, los ingresos y las ganancias de las ventas del segmento de motocicletas aumentaron en 2013. Los ingresos aumentaron 0.9% a 1,504 millones de euros (2012: 1,490 millones de euros). El BAll aumentó a 79 millones de euros (2012: 9 millones de euros) y las ganancias antes de impuestos a 76 millones de euros (2012: 6 millones de euros).

euros). Las ganancias del segmento en 2012 tuvieron un impacto por los gastos relacionados con el reajuste del sector de motocicletas. A pesar de las desafiantes condiciones del mercado, se estableció un nuevo record del volumen de ventas en 2013, en donde la cantidad de motocicletas BMW entregadas a los clientes alcanzó un nuevo nivel de 115,215 unidades (2012: 106,358 unidades; +8.3%).

Buen progreso efectuado por el segmento de Servicios Financieros

El segmento de Servicios Financieros continuó con un buen desarrollo durante el año pasado. Los ingresos incrementaron 1.7% a 19,874 millones de euros (2012: 19,550 millones de euros). Las ganancias antes de impuestos alcanzaron 1,639 millones de euros (2012: 1,561 millones de euros), 5.0% superior al año anterior.

La cantidad de **contratos nuevos** dentro de las líneas de crédito financiero y arrendamiento de la empresa creció a nivel mundial 9.7% a 1,471,385 contratos (2012: 1,341,296 contratos). El portafolio de contratos financieros y de arrendamiento a cargo de distribuidores y clientes finales al 31 de diciembre de 2013 aumentó 7.4% para llegar a un total de 4,130,002 contratos (2012: 3,846,364 contratos).

Incremento de la fuerza laboral – número récord de practicantes

En 2013, BMW Group capacitó a más gente joven que nunca, empleando a un total de 4,445 practicantes en todo el mundo. Reithofer comentó al respecto: "Consideramos la capacitación como una inversión en el futuro de la empresa y de la sociedad."

El tamaño de la **fuerza laboral** incrementó 4.2% en el 2013, reflejando tanto un crecimiento dinámico en los volúmenes empresariales y una gran velocidad de innovación. Al final del periodo examinado, BMW Group contaba con una fuerza laboral a nivel mundial de 110,351 empleados (31 de diciembre de 2012: 105,876 empleados). El incremento se debe a la creciente necesidad de ingenieros y trabajadores calificados a fin de mantener el ritmo con la continua fuerte demanda por un lado y, por el otro, impulsar innovaciones y desarrollar nuevas tecnologías.

BMW Group en el cuarto trimestre de 2013

Las ganancias de BMW Group en el último trimestre de 2013 alcanzaron un total de 20,210 millones de euros, que fueron ligeramente inferiores a las cifras del año previo (2012: 20,536 millones de euros; -1.6%). El BAIl del periodo de tres meses incrementó 4.2% a 1,951 millones de euros (2012: 1,872 millones de euros), mientras que las ganancias antes de impuestos aumentaron 7.3% a 1,889 millones de euros (2012: 1,760 millones de euros). Las ganancias después de impuestos aumentaron 9.5% a 1,306 millones de euros (2012: 1,193 millones de euros). La cantidad total de vehículos BMW, MINI y Rolls-Royce entregados a los clientes en el periodo de octubre a diciembre aumentó 3.5% a 527,620 unidades (2012: 509,684 unidades).

Las ganancias del segmento automotriz en el cuarto trimestre permanecieron prácticamente sin cambios en 19,325 millones de euros (2012: 19,496 millones de euros; -0.9%). El BAIl sumó 1,770 millones de euros (2012: 2,054 millones de euros; +13.8%) y las ganancias antes de impuestos sumaron 1,766 millones de euros (2012: 1,889 millones de euros; -7.0%). El margen de BAIl llegó a 9.2%.

En el cuarto trimestre **las ganancias del segmento de motocicletas** alcanzaron un total de 269 millones de euros (2012: 274 millones de euros; -1.8%). El segmento reportó un BAI negativo de 14 millones de euros (2012: negativas de 73 millones de euros) y una pérdida antes de impuestos de 14 millones de euros (2014: pérdida de 74 millones de euros).

Las ganancias del segmento de Servicios Financieros incrementó 0.5% en el último trimestre de 2013 a 4,992 millones de euros (2012: 4,968 millones de euros). El BAI aumentó 25.5% a 335 millones de euros (2012: 267 millones de euros) y las ganancias antes de impuestos aumentaron 19.9% a 325 millones de euros (2012: 271 millones de euros).

BMW Group – resumen		2013	2012*	Cambio en %
Entregas a los clientes		1,963,798	1,845,186	6.4
Automotrices				
De las cuales:				
BMW	unidades	1,655,138	1,540,085	7.5
MINI	unidades	305,030	301,526	1.2
Rolls-Royce	unidades	3,630	3,575	1.5
Motocicletas	unidades	115,215	106,358	8.3
Fuerza laboral¹		110,351	105,876	4.2
Ingresos	millones de euros	76,058	76,848	-1.0
De los cuales:				
Automotriz	millones de euros	70,629	70,208	0.6
Motocicletas	millones de euros	1,504	1,490	0.9
Servicios Financieros	millones de euros	19,874	19,550	1.7
Otras entidades	millones de euros	6	5	20.0
Eliminaciones	millones de euros	-15,955	-14,405	-10.8
Utilidades antes del resultado financiero	millones de euros	7,986	8,275	-3.5
De las cuales:				
Automotriz	millones de euros	6,657	7,599	-12.4
Motocicletas	millones de euros	79	9	-
Servicios Financieros	millones de euros	1,643	1,558	5.5
Otras entidades	millones de euros	44	58	-24.1
Eliminaciones	millones de euros	-437	-949	54.0
Ganancias antes de impuestos	millones de euros	7,913	7,803	1.4
De las cuales:				
Automotriz	millones de euros	6,561	7,170	-8.5
Motocicletas	millones de euros	76	6	-
Servicios Financieros	millones de euros	1,639	1,561	5.0
Otras entidades	millones de euros	164	3	-
Eliminaciones	millones de euros	-527	-937	43.8
Impuesto sobre la renta	millones de euros	-2,573	-2,692	4.4
Ganancia neta	millones de euros	5,340	5,111	4.5
Ganancias por acción²	euros	8.10/8.12	7.75/7.77	4.5/4.5
ordinaria / preferente	euros	2.60/2.62	2.50/2.52	-

* Cantidadas del año anterior ajustadas parcialmente de conformidad con la NIC 1 revisada

¹ Las cifras no incluyen los contratos de trabajo inactivos, a los empleados en las fases laboral y no laboral de acuerdos de trabajo de medio tiempo de jubilación anticipada ni a los trabajadores con salarios bajos

² Ganancias por cada acción de tipo ordinaria / preferente

Acerca de BMW Group

BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo con sus marcas BMW, MINI, Rolls-Royce. Al ser una empresa global, BMW Group cuenta con 28 plantas de producción en 13 países y una red global de ventas en más de 140 países.

En 2013, el Grupo BMW vendió aproximadamente 1.963 millones de autos y más de 115,215 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos para el ejercicio 2013 fue de 7.91 mil millones de euros sobre ingresos que ascienden a 76.06 mil millones de euros. El 31 de diciembre de 2013, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 110,351 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y acción responsable. Por tanto, la compañía ha establecido como parte integral de su estrategia la sostenibilidad social y ecológica a lo largo de toda la cadena de valor, responsabilidad en todos los productos y un claro compromiso en la conservación de los recursos.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group Mexico

BMW Group Mexico inició sus actividades a finales de noviembre de 1994 y celebra en 2014 su 20 aniversario de presencia en México. Actualmente comercializa las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. Cuenta con 33 distribuidores BMW, 23 ofrecen la marca MINI y 18 BMW Motorrad. Todos ellos localizados tanto en el D.F. como en las principales ciudades de la República: Acapulco, Aguascalientes, Cancún, Chihuahua, Cuernavaca, Culiacán, Guadalajara, Hermosillo, León, Mérida, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Toluca, Torreón, Veracruz y Villahermosa.

Generando más de 1,500 empleos directos en toda la Red.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa en todo el país, que ofrece atención a clientes durante las 24 horas del día. Para mayor información de productos y servicios puede consultar www.bmw.com.mx, www.mini.com.mx y www.bmw-motorrad.com.mx.

Para mayores informes favor de contactar a:

Lilian Cortés

BMW Group Mexico

Tel.: (0155) 9140-8747

Alejandra Gaucín / Rocío Pavón

Porter Novelli

Tel.: (0155) 5010-3237/ 5010-3270

www.press.bmwgroup.com/mx.html

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

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Mexico>

Twitter: <https://twitter.com/#!/BMWMex>

Twitter: <https://twitter.com/#!/MINImexico>

BMW TV: <http://itunes.apple.com/podcast/bmw-tv/id116041847>