

BMW Group se enfoca en continuar sus éxitos durante 2015

Se planean nuevos récords en el volumen de ventas y en las cifras de ingresos.

Se espera un incremento sólido en el volumen de ventas y en la ganancia antes de impuestos.

Objetivo de margen EBIT de 8 a 10% para el segmento automotriz.

Múnich.- BMW Group está determinada a continuar su historia de éxitos en 2015 a pesar del ambiente volátil actual. “Apuntamos a un crecimiento sólido, y con ello, a nuevas cifras récord para el **volumen de ventas** y en la **ganancia del grupo antes de impuestos** para el presente año financiero”, declaró Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG en la Conferencia de Prensa del Informe Anual que tuvo lugar el miércoles 18 de marzo en Múnich.

El impulso de 2015 será el resultado de los atractivos modelos de BMW Group, del lanzamiento al mercado de 15 nuevos modelos y actualizaciones de modelos, así como del desarrollo positivo que se espera de los mercados automotrices internacionales. En contraste, los costos de personal continuarán elevándose y el gasto directo para las nuevas tecnologías permanecerá en un nivel elevado. También se espera que el ambiente político y económico permanezca volátil.

Se pronostica que el **segmento automotriz** logrará un crecimiento sólido en el volumen de ventas de 2015. Éste tendrá el impulso de los nuevos modelos, incluyendo el BMW Serie 1, del nuevo y espacioso BMW Serie 2 Gran Tourer de siete plazas presentado en el Motor Show de Ginebra; así como del nuevo BMW Serie 7, cuyos preparativos ya están muy avanzados en la planta de Dingolfing. BMW Group pronostica que en 2015 seguirá siendo la compañía de autos Premium líder en el mundo.

También se espera un crecimiento sólido en los ingresos del segmento automotriz, en línea con el incremento en el volumen de ventas. Se pronostica que el margen de EBIT en 2015 permanecerá dentro del rango objetivo de entre 8 y 10%.

BMW Group considera que el **segmento de Motocicletas** continuará su tendencia a la alza en este año, con buenas aportaciones provenientes de los nuevos modelos (BMW R1200 R y BMW R 1200 RS; BMW S 1000 RR y BMW S 1000 XR; BMW F 800 R). Se pronostica que las ventas totales de motocicletas durante el año tendrán un crecimiento sólido.

También se pronostica que el **segmento de Servicios Financieros** continuará su éxito en 2015. A pesar de que los requisitos de capital social en el mundo son cada vez más elevados, BMW Group espera una rentabilidad de la inversión (RoE, por sus siglas en inglés) en el nivel del año anterior (2014: 19.4%), permaneciendo así por arriba del objetivo de por lo menos 18%.

Otro año récord para BMW Group en 2014

BMW Group logró su quinto año récord sucesivo en 2014. “Continuamos con un buen desempeño durante el año pasado, logrando nuevos éxitos para el volumen de ventas, ingresos y utilidades del grupo”, declaró Reithofer.

Los **ingresos del grupo** crecieron 5.7% en 2014 con € 80,401 millones (2013: € 76,059 millones). Las **utilidades antes del resultado financiero** (EBIT) se elevaron en 14.3% con € 9,118 millones (2013: € 7,978 millones), gracias principalmente al crecimiento en el volumen de ventas y a una mezcla de modelos de alto valor. Las **utilidades del Grupo antes de impuestos** (EBT) se incrementaron en 10.3% hasta un nuevo y alto nivel de € 8,707 millones

(2013: € 7,893 millones). La **utilidad neta** mejoró en 9.2% con € 5,817 millones (2013: € 5,329 millones), lo que también es un nuevo récord histórico para BMW Group.

El **volumen de ventas** rebasó la marca de dos millones por primera vez en la historia de BMW Group, ascendiendo en 7.9% con un total de 2,117,965 unidades (2013: 1,963,798 unidades).

Dividendo de € 2.90 por acción de las acciones ordinarias propuestas

El Consejo de Administración y el Consejo de Supervisión propondrán a los accionistas en la Asamblea General Anual del 13 de mayo de 2015 que se incremente el dividendo a un nuevo nivel de € 2.90 (2013: € 2.60) por acción de las acciones ordinarias y € 2.92 (2013: € 2.62) por acción de las acciones preferentes, lo que corresponde a una proporción de distribución de 32.7% (2013: 32.0%).

“Nuestra propuesta de pagar un dividendo récord refleja claramente nuestra intención de incluir a los accionistas en el exitoso rendimiento de BMW Group. La tasa de distribución de aproximadamente 33% se encuentra claramente dentro del rango objetivo de BMW Group de 30 a 40%”, comentó Friedrich Eichner, miembro del Consejo de Administración responsable de Finanzas.

Mayor rentabilidad del segmento automotriz

Los **ingresos** del segmento automotriz se incrementaron 6.4% con € 75,173 millones (2013: € 70,630 millones). El **EBIT** se incrementó en 8.9% con € 7,244 millones (2013: € 6,649 millones). El **margen de EBIT** mejoró en 9.6% (2013: 9.4%) y con ello se ubicó en la mitad superior del rango objetivo del segmento de 8 a 10%. La **utilidad del segmento antes de impuestos** se incrementó en 5.0% con € 6,886 millones (2013: € 6,561 millones).

La marca **BMW** mantuvo su posición de liderazgo en el segmento Premium en 2014 apuntalando una nueva cifra récord del volumen de ventas. Las ventas ascendieron en 9.5% con 1,811,719 unidades (2013: 1,655,138 unidades), impulsadas en particular por los excelentes desempeños del BMW Serie 3, 4 y 5 y del BMW X5, cada uno de los cuales fue líder del mercado mundial en su respectivo segmento.

El **BMW Serie 2** registró un volumen de ventas total de 41,038 unidades en 2014. Las ventas del **BMW Serie 3** mantuvieron un nivel alto en 2014 con 480,214 unidades vendidas (2013: 500,332 unidades). Desde finales de 2013 se incorporaron los modelos Convertible y Coupé al BMW Serie 4. El **BMW Serie 4** tuvo un desempeño bastante bueno, con un volumen de ventas de 119,580 unidades (2013: 14,763 unidades). El **BMW Serie 5** también continuó su historia de éxitos, con ventas cada vez mayores de 373,053 unidades (2013: 366,992 unidades; +1.7%). Las ventas del tan popular **BMW X5** ascendieron abruptamente (en 37.4%) con 147,381 unidades (2013: 107,231 unidades).

Los vehículos **BMW i** también se encuentran en el camino del éxito, registrando un volumen total de ventas de 17,793 unidades en el año que se reporta. Las ventas mundiales del **BMW i3** sumaron 16,052 unidades, donde una gran parte de las mismas se elevaron durante el segundo semestre del año, después del lanzamiento del modelo en varios mercados principales, incluyendo el de Estados Unidos. El **BMW i8** logró ventas de 1,741 unidades, desde su lanzamiento al mercado en el verano de 2014.

Con un volumen de ventas de 302,183 unidades, el **MINI** mantuvo sus ventas en el nivel alto del año anterior, a pesar del cambio del modelo central de la marca a su tercera generación (2013: 305,030 unidades; -0.9%). Las ventas del **MINI Hatch** tuvieron un incremento de 9.0% en las ventas respecto al año anterior con 140,051 unidades (2013: 128,498 unidades). El número de

autos **MINI Countryman** vendidos tuvo un incremento interanual en 5.0% con 106,995 unidades (2013: 101,897 unidades).

Rolls-Royce Motor Cars consolidó su posición como líder del mercado en el segmento de ultra lujo en 2014, rebasando por primera vez el umbral de volumen de ventas de 4,000 unidades. En general, el número de vehículos vendidos durante el año se elevó en 11.9% con 4,063 unidades (2013: 3,630 unidades), incluyendo 1,906 unidades (2013: 492 unidades) del Wraith, que tuvo su lanzamiento en el otoño de 2013.

De manera congruente con su estrategia de lograr una distribución balanceada de ventas mundiales, BMW Group registró un crecimiento en el volumen de ventas en **todas las regiones principales**. Los cuatro mercados de ventas más grandes para BMW Group durante el año pasado fueron China, Estados Unidos, Alemania y Gran Bretaña.

Dentro de un ambiente de mercado más estable, las ventas en **Europa** tuvieron un incremento interanual de 6.4% con un total de 914,587 unidades (2013: 859,546 unidades). El volumen de ventas fue el más alto en Alemania en 5.1%, con 272,345 unidades (2013: 259,219 unidades) y el más alto en Gran Bretaña en 8.4% con 205,071 unidades (2013: 189,121 unidades).

Los mercados en **Asia** continuaron su dinámico desarrollo en 2014. BMW Group vendió 658,384 unidades (2013: 578,678 unidades) en esta región, 13.8% más que el año anterior. Las ventas en China crecieron en 16.6% con 456,732 unidades (2013: 391,713 unidades).

BMW Group también incrementó su volumen de ventas en la región del **Continente Americano**, con un incremento de vehículos vendidos de 4.0% con 482,257 unidades (2013: 463,822 unidades), incluyendo 396,961 unidades (2013: 376,636) vendidas en Estados Unidos (+5.4%).

Mercado incremento en las ganancias para el segmento de Motocicletas

Los ingresos del segmento de Motocicletas tuvieron un incremento interanual de 11.6% con € 1,679 millones (2013: € 1,504 millones). **EBIT** saltó en 41.8% con € 112 millones (2013: € 79 millones), mientras que las **utilidades antes de impuestos** avanzaron en 40.8% con € 107 millones (2013: € 76 millones). El **volumen de ventas** se incrementó en 7.2% con 123,495 unidades (2013: 115,215 unidades), superando el mercado en su conjunto. Los cinco grandes mercados de BMW Motorrad fueron Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia y Brasil.

El segmento de servicios financieros permanece en el curso de crecimiento

El segmento de Servicios Financieros continuó su buen desempeño en 2014. Los **ingresos del segmento** fueron de 3.6% más altos con € 20,599 millones (2013: € 19,874 millones), mientras que la **utilidad antes de impuestos** se incrementó en 6.4% con € 1,723 millones (2013: € 1,619 millones).

En total se firmaron 1,509,113 (2013: 1,471,385) **nuevos contratos** en relación con el negocio del financiamiento y arrendamiento, 2.6% más que en 2013. La **cartera de contratos de arrendamiento y financiamiento** celebrados con los distribuidores y clientes de menudeo al 31 de diciembre de 2014 se elevó en 5.6% con un total de 4,359,572 contratos (2013: 4,130,002 contratos).

Incremento en la fuerza de trabajo y en el número de practicantes

La **fuerza de trabajo** se incrementó en 5.4% en comparación con el año anterior. En general, BMW Group tuvo una fuerza de trabajo mundial de 116,324 empleados al final del periodo que se reporta (2013: 110,351 empleados). El incremento reflejó principalmente la necesidad de

ingenieros y empleados capacitados para mantener el paso con la creciente demanda de vehículos, por una parte, y alcanzar las innovaciones y el desarrollo de nuevas tecnologías, por otra.

BMW Group ha ampliado sus actividades de practicantes en todo el mundo. Durante el año pasado, aproximadamente 1,500 **jóvenes** iniciaron un empleo como practicantes dentro de la organización, incluyendo 1,200 en Alemania. Al final del periodo que se reporta, 4,595 jóvenes en el mundo estuvieron en capacitación profesional y en programas de capacitación para jóvenes talentos dentro de BMW Group.

BMW Group: un panorama general		2014	2013*	Cambio en %
Volumen de ventas				
Automotriz	unidades	2,117,965	1,963,798	7.9
De lo cual:				
BMW	unidades	1,811,719	1,655,138	9.5
MINI	unidades	302,183	305,030	-0.9
Rolls-Royce	unidades	4,063	3,630	11.9
Motocicletas	unidades	123,495	115,215	7.2
Fuerza de trabajo¹		116,324	110,351	5.4
Flujo de efectivo operativo				
Segmento automotriz	€ millones	9,423	9,964	-5.4
Ingresos	€ millones	80,401	76,059	5.7
De lo cual:				
Automotriz	€ millones	75,173	70,630	6.4
Motocicletas	€ millones	1,679	1,504	11.6
Servicios Financieros	€ millones	20,599	19,874	3.6
Otras entidades	€ millones	7	6	16.7
Eliminaciones	€ millones	-17,057	-15,955	6.9
Utilidad antes del resultado financiero (EBIT)	€ millones	9,118	7,978	14.3
De lo cual:				
Automotriz	€ millones	7,244	6,649	8.9
Motocicletas	€ millones	112	79	41.8
Servicios Financieros	€ millones	1,756	1,643	6.9
Otras entidades	€ millones	71	44	61.4
Eliminaciones	€ millones	-65	-437	85.1
Utilidad antes de impuestos (EBT)	€ millones	8,707	7,893	10.3
De lo cual:				
Automotriz	€ millones	6,886	6,561	5.0
Motocicletas	€ millones	107	76	40.8
Servicios Financieros	€ millones	1,723	1,619	6.4
Otras entidades	€ millones	154	164	-6.1
Eliminaciones	€ millones	-163	-527	69.1
Impuesto sobre la renta	€ millones	-2,890	-2,564	-12.7
Utilidad neta	€ millones	5,817	5,329	9.2
Ganancias por acción²	€	8.83/8.85	8.08/8.10	9.3/9.3

* Cifras del año anterior parcialmente ajustadas de acuerdo con IAS 8

¹ Las cifras excluyen los contratos de empleo inactivos, los empleados en las fases de obra y no obra de los contratos de trabajo pre-retiro y tiempo parcial, así como a los jornaleros de salario bajo.

² Ganancias por acción de las acciones comunes / acciones preferentes

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, 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 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2014, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 118 mil vehículos y más de 123 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2014 fue de aproximadamente 8 mil 71 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 80 mil 40 millones de euros. El 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 116,324 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.

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 México

BMW Group México inició sus actividades a finales de noviembre de 1994 y celebró en 2014 su 20 aniversario de presencia en México. Actualmente comercializa las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. Cuenta con 35 distribuidores BMW, 26 ofrecen la marca MINI y 20 BMW Motorrad. Todos ellos localizados tanto en el D.F. como en las principales ciudades de la República: Aguascalientes, Cancún, Chihuahua, 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:

Juan Bernardo Vázquez Mellado Urrutia
BMW Group México
Tel.: (0155) 9140-8747

Allan Díaz / Rocío Pavón
Porter Novelli
Tel.: (0155) 5010-3246/ 5010-3270

www.press.bmwgroup.com/mx.html

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

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

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

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

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: http://www.youtube.com/user/BMW_