

Declaración de Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

Conferencia de Prensa Anual de Contabilidad para el Ejercicio Fiscal 2019.

Múnich, 18 de marzo de 2020, 10:00 a.m.

Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

¡Buenos días, señoras y señores!

En tiempos como éstos, necesitamos tener un comportamiento responsable en la sociedad. Nos encontramos en una época altamente inusual. Todos estamos personalmente afectados. Los científicos y expertos médicos están dando indicaciones claras sobre qué necesitamos hacer para frenar y contener la propagación de la pandemia del coronavirus (COVID-19). Las siguientes semanas serán cruciales. Muchos países han tomado medidas significativas, las cuales apoyamos.

En esta situación, como compañía tenemos diversas responsabilidades:

- Proteger a nuestros empleados y a sus familias de la mejor manera posible.
- Apoyar a nuestra sociedad en su lucha contra el virus.
- Y, al mismo tiempo, mantener nuestras capacidades operacionales y prepararnos para lo que viene “después del virus”.

Hemos tomado decisiones trascendentales que afectan nuestros negocios diarios. Muchas personas se están enfocando en su salud, en su bienestar y en lo que es más esencial en este momento. En vista de esta situación, hemos cerrado de manera temporal las primeras concesionarias en Europa. Las demandas de vehículos, al igual que de muchos otros productos, disminuirán de manera significativa.

Nuestra producción está dirigida hacia los pronósticos del desarrollo de ventas – y estamos ajustando la flexibilidad de nuestros volúmenes de producción en línea con la demanda. Desde el día de ayer: Comenzamos a detener nuestras plantas automotrices de Europa y Rosslyn, las cuales se cerrarán a finales de la semana. Actualmente se tiene planeado que la interrupción de la producción de las plantas mencionadas se extienda hasta el 19 de abril.

BMW Group tiene opciones de horarios laborales altamente flexibles y eficientes. Esto se aplica para las áreas directas, como producción, así como también para las áreas indirectas, tales como administración. Ahora, cosecharemos los beneficios de esto. Continuaremos asegurando nuestra capacidad de operar como compañía. Al mismo tiempo, queremos reducir el riesgo de contagio de nuestros empleados. Por

consiguiente, hemos puesto en marcha un paquete comprensivo de medidas. Por ejemplo, los empleados podrán trabajar desde casa, cuando sea posible y razonable. Me gustaría agradecer a nuestros socios, porque pudimos encontrar soluciones rápidas con afinidad a las prácticas de BMW. Y también me gustaría agradecer a todos los empleados por ayudarnos a pasar por esta situación. Gracias también a nuestros expertos y socios de adquisición y logística por su flexibilidad. Y, por supuesto, quiero agradecer a nuestro equipo competente del coronavirus (COVID-19).

BMW Group sabe cómo controlar situaciones difíciles. Hemos demostrado esto muchas veces en el pasado:

- Abrimos nuestra planta en Dingolfing a principios de la década de 1970, en medio de la crisis del petróleo. El próximo año, nuestra nueva insignia de tecnología, el BMW iNEXT, comenzará su producción en 2021.
- Durante la crisis económica y financiera global de 2008/2009, obtuvimos beneficios y pusimos en marcha el primer vehículo de producción eléctrico completamente sustentable. Hoy en día, el BMW i3 es uno de los vehículos eléctricos más vendidos en el mundo.

Incluso en la situación actual, tenemos confianza. Habrá una situación durante el coronavirus (COVID-19). Y habrá una después del coronavirus (COVID-19). Es por esto que hemos decidido, el día de hoy, brindarles un panorama de todo lo que hemos planeado.

La situación actual requiere de un gran esfuerzo conjunto. Pero somos fuertes, y lucharemos juntos. Eso es todo lo que quiero decir por el momento.

Ahora, Nicolas Peter les presentará las cifras del ejercicio fiscal 2019, así como nuestros pronósticos para este año 2020, los cuales hemos ajustado con poca antelación en vista de la situación actual.

Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

Señoras y señores:

El tema del coronavirus (COVID-19) está dominando en la actualidad todas las áreas de nuestras vidas. Sin embargo, también debemos pensar a futuro en los tiempos que vendrán después.

BMW Group es una compañía que piensa a largo plazo y actúa de manera responsable.

Creo firmemente que: La transformación tecnológica trascendental y los cambios sociales que están sucediendo en la actualidad en realidad fortalecerán nuestro modelo empresarial.

¿Por qué digo esto?

- Porque estamos materializando los deseos y las expectativas de nuestros clientes con soluciones inteligentes y estamos abriendo posibilidades nuevas para ellos.
- Porque nuestras innovaciones dan un rostro al progreso tecnológico y, de esta manera, también podemos cambiar a nuestra sociedad y hacer que progrese.
- Y porque somos eficaces en lo que hacemos.
- A pesar del coronavirus (COVID-19), nuestra ambición está clara: ¡Surgir como un ganador y un conductor de la transformación!

La rentabilidad continúa siendo esencial para capitalizar las oportunidades futuras. ¡Y esto es lo que vamos a hacer! Invertiremos más de 30 mil millones de euros en investigación y desarrollo para 2025. Creemos firmemente que podemos continuar conduciendo la transformación y ofreciendo soluciones apropiadas.

Asumí el puesto de Presidente del Consejo de Administración hace siete meses. He hablado con mucha gente desde entonces: Asociados, compañeros y colegas dentro de la industria, inversionistas, periodistas y representantes políticos. Muchas personas tienen incertidumbre acerca de los prospectos futuros en nuestra industria. Y, de hecho, los desafíos son inmensos. En primer lugar, porque cada uno de estos desafíos son inmensos por sí mismos.

Y, también, porque se debe controlar bien al mismo tiempo una amplia gama de demandas diferentes. El tener éxito no sólo se trata de dominar a la perfección las tecnologías individuales. Otro aspecto que es crucial para el éxito a largo plazo en el más alto nivel – por sobre todo lo demás – es que: nuestro enfoque no puede estar en una única visión. Necesitamos cumplir con requerimientos diversos y complejos al mismo tiempo bajo condiciones que cambian de manera constante. Esto, si así desean, es el principal desafío de gestión del siglo XXI.

Un buen ejemplo de esto es la manera en la que determinamos nuestra estrategia. Por un lado, las tendencias estables son lo que le da forma a nuestro ambiente empresarial.

- El pronóstico de crecimiento para el segmento Premium global hasta 2030,
- Una aceptación más rápida de la movilidad eléctrica,
- Y conductores históricamente importantes para la posesión de un vehículo, como el tamaño de la vivienda, los ingresos y la ubicación.

Por el otro lado, existen desarrollos inciertos en el mundo, los cuales requieren de respuestas rápidas, tales como: Conflictos comerciales, Brexit, el impacto del coronavirus.

La definición de nuestra estrategia es una tarea actual y constante para nosotros.

El Consejo de Administración ha dirigido la estrategia de BMW Group hacia las áreas relevantes de importancia futura y ha hecho ajustes a algunos de los elementos principales. Hemos definido una posición clara para nosotros mismos. ¿Qué es lo que distingue a BMW Group? Nosotros asumimos desafíos empresariales, ambientales y sociales.

Nos hacemos responsables de la movilidad de hoy y del mañana, con ofertas convincentes y mediante una gestión sustentable. Esto se aplica a todos los factores a los que podemos dar forma y en los que podemos influir. También definimos lo siguiente: ¿Cómo podemos lograr esto? Nuestros valores continúan siendo la base para esto. Porque son los correctos y se ajustan a la perfección con nuestra cultura corporativa. En BMW Group, continuamos marcando nuestro propio trayecto.

Hacemos las cosas de la manera en la que pensamos que se deben hacer – con base en nuestros análisis y conclusiones. Y afrontamos los desafíos de manera temprana: ¡Porque creemos en las acciones más que en sólo las palabras!

¿Cuáles son las preguntas dominantes a las que se enfrenta nuestra industria – y qué es lo que distingue a BMW Group?

Primero, ¿cómo podemos seguir siendo líderes en un mercado automotriz fuertemente competitivo? Nuestros vehículos tienen más demanda que nunca. En 2019, logramos un récord de ventas por noveno año consecutivo – sin precedentes para nuestras marcas BMW, Rolls-Royce y BMW Motorrad.

Segundo, ¿cómo podemos cumplir con las estrictas metas de CO₂?

Hoy en día, somos una de las compañías de vehículos líderes del mundo en el área de la electrificación. En 2019, entregamos más de 146 mil vehículos eléctricos e híbridos conectables a los clientes. Para finales del año, teníamos más de medio millón de vehículos electrificados en las calles. Ahora, estamos ganando más clientes con nuevos modelos atractivos. El nuevo MINI Cooper SE fue presentado tan sólo hace unos días. Ya hemos recibido más de 8 mil pedidos. La mayoría de las personas que realizaron esta solicitud no habían conducido nunca un MINI. Esto demuestra que el MINI eléctrico ha captado el carácter de los tiempos y es perfecto para las áreas urbanas.

Tercero, ¿cómo podemos gestionar la coexistencia de diferentes tecnologías de propulsión de manera eficiente e inteligente?

Instalamos arquitecturas modulares, escalables e inteligentes en nuestras plantas. Gracias a esto, somos capaces de aumentar la producción de manera rápida y flexible para cumplir con la demanda. Actualmente, construimos vehículos electrificados en 11 de nuestras plantas. Los clientes siempre obtienen un

verdadero BMW o MINI, con cualquier sistema de propulsión que elijan, y pueden confiar en todas las características típicas de BMW en el mejor paquete general.

Cuarto, ¿cuál es la manera correcta de dirigir la cantidad de empleados a través de la transformación?

Mantendremos estable nuestra cantidad de empleados. Estamos capacitando al personal para tareas nuevas de manera continua. Tan solo en 2019, invertimos aproximadamente 370 millones de euros en educación vocacional y de otros tipos. Esto es igual al presupuesto de un club de fútbol de primer nivel. Uno de cada tres empleados ha recibido capacitación acerca de la movilidad eléctrica. Esto genera una total de más de 46 mil. Tenemos la más elevada integración vertical entre nuestros competidores, debido a que fabricamos motores eléctricos y baterías de alto voltaje de manera interna. Estamos expandiendo rápidamente la producción de componentes del tren de propulsión eléctrica en nuestra Planta Dingolfing en Baviera, la cual contratará a 2 mil personas a mediano plazo. Al mismo tiempo, también es importante para nuestros clientes que habilitemos nuestra organización minorista: Más de 100 mil miembros del personal ya han recibido capacitación acerca de la movilidad eléctrica.

Quinto, ¿en dónde podemos encontrar talentos de TI y conocimiento de software?

BMW Group es uno de los más grandes empleadores de TI en Alemania. Aproximadamente 7 mil 200 empleados trabajan sólo en TI y software. Otros 5 mil 300 empleados en la compañía recibieron capacitación acerca del análisis de datos. En 2018, establecimos la empresa conjunta Critical Techworks en Portugal con más de 600 empleados para asegurar exactamente estas habilidades. Esta empresa emergente está creando plataformas de servicios digitales, ventas y servicios de posventa.

Sexto, ¿cómo mantenemos la rentabilidad a largo plazo?

Lanzamos el programa Performance > NEXT desde 2017. Esto movilizará por lo menos 12 mil millones de euros en potencial de eficiencia para finales de 2022. Nicolas Peter puede responder más preguntas acerca de esto. BMW Group aún tiene las mejores calificaciones a largo plazo de cualquier empresa automotriz europea.

Séptimo, ¿cómo podemos compensar las fluctuaciones regionales y continuar siendo eficientes?

Nuestra red de producción de 31 ubicaciones en 15 países es altamente flexible. Estamos ubicados cerca de los clientes y podemos aprovechar el potencial de crecimiento en mercados en poco tiempo. Nuestra planta en México también ha sido parte de esto, desde el verano de 2019. Están en curso las preparaciones de nuestra nueva planta en Hungría.

Y octavo, ¿de dónde obtenemos las celdas de batería?

¿Y cómo aseguramos las materias primas necesarias para la movilidad eléctrica? Tenemos contratos de suministro a largo plazo con CATL y Samsung SDI. Comenzando este año, estaremos produciendo las materias primas clave – cobalto y litio – nosotros mismos y las pondremos a disposición de nuestros proveedores. Andreas Wendt es la persona responsable en nuestro Consejo de Administración. Tenemos nuestro propio centro de competencia para celdas de batería en Múnich, en donde hemos agrupado todo el conocimiento en la química, la mecánica y la física de las celdas de batería. El objetivo es duplicar la gama de nuestras celdas de batería, en comparación con las del actual BMW i3, para el año 2030.

En resumidas cuentas: Estamos proporcionando soluciones viables, a largo plazo. Sabemos lo que estamos haciendo y por qué lo estamos haciendo. Creo que el factor decisivo para asegurar nuestro futuro es: Ser capaces de desarrollar aún más el vehículo altamente complejo y digitalmente conectado para beneficiar a los clientes y para cumplir con las demandas de la sociedad.

A esto le llamamos integración del sistema. Un vehículo es el sistema general técnico más complejo que puedes comprar como cliente hoy en día. A diferencia de los productos electrónicos del consumidor, un vehículo debe ser capaz de funcionar de manera segura y confiable durante 10 a 20 años. No hay nada que se pueda comparar, con interacciones tan complejas relacionadas con la seguridad, en las manos de los clientes individuales.

La fabricación de vehículos hoy en día se trata menos de “doblar láminas de metal” y más acerca de integrar hardware y software para crear una experiencia de conducción general armoniosa. Para lograr esto, integramos los requerimientos del mercado, las regulaciones, las peticiones del cliente y las tecnologías. Primero, industrializamos y después, escalamos.

¿Qué implica esto?

- Un elevado nivel de integración vertical.
- Desarrollo de vinculación y producción industrial.
- Capacidades de entrega a nivel mundial.
- Productos personalizados fabricados por miles cada día.
- Una fuerte huella regional.
- Un profundo entendimiento de los clientes y del desarrollo tecnológico y social en 150 países.

Todas estas capacidades deben encajar a la perfección, de manera fluida y precisa. Y la complejidad sólo continúa creciendo.

La transformación en la industria automotriz se está llevando a cabo en medio de requerimientos crecientes y concurrentes. Tenemos la experiencia que se necesita para dominar esta complejidad. Observamos esto como un límite competitivo definitivo para nosotros.

Todo esto beneficiará a los clientes. El vehículo permite una movilidad individual, así como una esfera de privacidad como ningún otro medio de transporte. Las demandas de movilidad de los clientes varían cada vez más entre las diferentes regiones del mundo y entre los diferentes países y, también, entre áreas urbanas y rurales.

Esto significa que el enfoque de “un modelo para el mundo” ya no funciona. Las diferentes tecnologías de propulsión existirán de manera vinculada una junto a otra a largo plazo. Estamos firmemente convencidos de esto. Depende de nosotros crear y ofrecer una gama correspondiente de productos. Los clientes siempre decidirán para ellos mismos lo que se ajusta a sus necesidades, naturalmente con base en un marco político determinado. No queremos decir a nuestros clientes lo que tienen que hacer – lo que queremos es realmente convencerlos. De esto es de lo que se trata, El Poder de Elección.

Las nuevas metas establecidas por los legisladores en Europa significan – más o menos – que los vehículos electrificados deben representar aproximadamente el 40 por ciento de las ventas para 2030.

Las opciones atractivas para los clientes serán más importantes que nunca.

El popular BMW X3 es un buen ejemplo. Comenzando este año, habrá disponibles cuatro diferentes variantes del tren motriz: eficientes motores diésel y de gasolina, híbridos conectables, y como el totalmente eléctrico BMW iX3. Estamos produciendo el BMW iX3 en China y lo estamos exportando desde ahí. También ofreceremos futuras series de modelos con diferentes trenes de transmisión.

Y el día de hoy les puedo decir oficialmente: Que nuestro vehículo insignia BMW Serie 7 será uno de ellos. La siguiente generación del BMW Serie 7 estará disponible con cuatro variantes del tren motriz: gasolina, diésel, híbrido conectable y totalmente eléctrico. Todos los trenes motrices estarán basados en una única arquitectura. ¡Y el mejor y más potente BMW Serie 7 será completamente eléctrico!

El vehículo prototipo BMW i4 está justo aquí en el escenario. Estamos muy complacidos con los excelentes comentarios de los medios y la respuesta de las redes sociales sobre la premier mundial de hace dos semanas. Hoy, una vez más, puedo confirmar: El diseño es muy cercano al modelo de producción que sacaremos al mercado el próximo año. Estamos poniendo a la movilidad eléctrica justo en el corazón de la marca BMW. El BMW i4 es movilidad eléctrica sin compromisos: Con un rango de hasta 600 km de conformidad con WLTP y hasta 530 caballos de fuerza, es un verdadero BMW, el modelo BMW i4 será construido en nuestra planta principal en Múnich.

El totalmente eléctrico BMW i4 y el convencionalmente impulsado BMW Serie 4 Gran Coupé saldrán de la misma línea de producción. Esto significa que utilizarán las mismas estructuras en la planta de prensa, en los talleres de carrocería y pintura, y en el área de ensamble. El BMW i4 demuestra que no podemos dividir a nuestra

industria en vehículos eléctricos y vehículos con motores convencionales. Ambos tienen su lugar. El BMW i4 es impulsado por la quinta generación de nuestro tren motriz eléctrico, el cual es una unidad completamente nueva que desarrollamos nosotros mismos. Nuestros motores eléctricos están diseñados de forma que ya no necesiten tierras raras.

El BMW i4 es tan sólo un adelanto de lo que está por venir. En 2021 lanzaremos el BMW iNEXT, el cual será construido en nuestra planta en Dingolfing. Se trata del siguiente hito – totalmente eléctrico y, al mismo tiempo, habilitado para una conducción altamente automatizada con funciones de Nivel 3 para las carreteras.

BMW ya tiene 14 millones de vehículos conectados en las calles, haciendo que la conducción sea aún más segura. Nuestros sistemas de Nivel Activo 2 ya han reducido la cantidad de accidentes en un 35 por ciento. La confiabilidad de los sistemas involucrados y los beneficios para los clientes son nuestra prioridad máxima. Esto no cambiará.

Ya están familiarizados con nuestro programa eléctrico: Tenemos el objetivo de tener una cuarta parte de nuestra nueva flota de vehículos electrificados de Europa en 2021; una tercera parte en 2025, y la mitad en 2030. Los primeros meses de este año han sido muy alentadores: Hasta finales de febrero, las ventas globales de nuestros vehículos electrificados aumentaron más del 26 por ciento. Aproximadamente uno de cada diez vehículos que vendimos en Europa en enero y febrero era electrificado.

Un estudio reciente realizado por McKinsey se refiere a Europa como un “punto de acceso de la movilidad eléctrica”. La aceptación aquí es particularmente dinámica. En 2019, Europa incrementó su participación en el mercado global a más de un cuarto. BMW claramente es el líder del mercado para vehículos electrificados en Alemania, con una participación del 21 por ciento. En 2019, la participación promedio de vehículos eléctricos de batería y de híbridos conectables en la Unión Europea y en Noruega fue del tres por ciento. La cifra de BMW Group fue de más del doble. Para finales de 2019, habíamos entregado un total de más de 330 mil híbridos conectables a los clientes.

A éstos ahora se les unirán más modelos BMW: Los BMW X1, BMW X2 y BMW Serie 3 Touring después del BMW Serie 3 Sedán. Los híbridos conectables pueden hacer una contribución importante para la protección climática. Estos vehículos ya están ayudando a disminuir las emisiones de CO₂ y a ahorrar combustibles fósiles, así como a mejorar la calidad del aire de nuestras ciudades. También son facilitadores clave para el objetivo político de una movilidad neutral en cuanto a emisiones de carbono para el año 2050. Estamos facilitando todo para que nuestros clientes los utilicen de manera eficaz.

Las BMW eDrive Zones se pusieron en marcha el 12 de marzo en los primeros seis países, y se añadirán más ciudades y países durante el transcurso del año.

Nuestros híbridos conectables cambian de manera automática al modo eléctrico cuando pasan por una zona verde o por el centro de la ciudad. De esta manera,

somos capaces de maximizar la conducción eléctrica y, por consiguiente, la conducción libre de emisiones locales – en los centros de las ciudades, precisamente en donde esto tiene el mayor impacto. El software correspondiente también se puede descargar retroactivamente de manera inalámbrica. Hemos programado aproximadamente 80 ciudades para el inicio: incluyendo todas las ciudades principales con zonas verdes en Alemania, así como ciudades en los Países Bajos, Bélgica, Francia, Austria y Suiza. Y nos hará felices incluir a más ciudades. ¡Estamos extendiendo esta invitación a más alcaldes!

La movilidad eléctrica continúa ganando terreno. Sin embargo, el motor convencional continúa siendo la mejor opción de tren de propulsión para las necesidades de movilidad de muchas personas en muchas regiones del mundo. Cualquier otra cosa estaría fuera de la realidad. Es por esto que tiene mucho sentido continuar mejorando la eficiencia de nuestros motores de combustión.

No se presta la atención suficiente a estos efectos – aunque tienen un rápido impacto. En otras palabras: Todo aquel que no continúe invirtiendo en esta área está aceptando el statu quo y no está actuando en los intereses de la protección climática.

Hemos estado implementando EfficientDynamics en nuestra flota desde 2007, con toda una gama de medidas. ¡Les puedo asegurar que EfficientDynamics está vivo y está bien! Por ejemplo, el BMW Serie 1: Hemos reducido las emisiones de CO₂ en hasta un 15 por ciento a comparación de los modelos anteriores, dependiendo de la variante.

Esto demuestra que estamos implementando la protección climática en todos los segmentos de vehículos y con todos los trenes motrices. Es así como estamos definiendo la responsabilidad. Ahora estamos aumentando la electrificación al introducir un componente adicional: Estaremos implementando de manera sistemática nuestros sistemas híbridos de 48 voltios en toda nuestra flota de motores de combustión. Estamos comenzando de manera intencional con nuestras variantes de motores con los volúmenes más elevados. Esto ahorra hasta 0.4 litros por cada 100 km, lo que equivale a 9 gramos menos de CO₂ por km (correlacionado con NEDC), dependiendo del vehículo y de la variante del motor.

Todas estas medidas demuestran que tomamos la protección climática con mucha seriedad. Hemos accionado todas las palancas de manera simultánea para tener un impacto real. Y queremos cumplir con las metas de CO₂ de Europa para 2020 y 2021. En términos sencillos, es así como queremos cumplir con la meta de la flota de CO₂ en 2020: Con medidas de vehículos convencionales que contribuyen con una tercera parte, y dos terceras partes que provienen de la movilidad eléctrica.

La protección climática tiene el mayor impacto cuando se implementa de manera real – y de forma rápida. Y cuando los clientes así lo quieren y utilizan las tecnologías que se ofrecen. Nuestro entendimiento de responsabilidad siempre ha sido acerca de toda la cadena de valor.

Por consiguiente, no es nada nuevo para nosotros. Ya hemos logrado casi todos los objetivos de sustentabilidad para 2020 que nos establecimos a nosotros mismos en 2012. Permítanme darles cuatro ejemplos:

Uno: Tan sólo el año pasado, redujimos las emisiones de CO₂ de la producción en un 25 por ciento a comparación del año anterior.

Dos: La “huella” de cada híbrido conectable nuevo está certificada: desde la adquisición de materias primas, pasando por la cadena de suministro, la fase de producción y uso, hasta el reciclaje.

Tres: Nuestro consumo de agua por vehículo es el más bajo en nuestra industria. Esto nos convierte en un punto de referencia en la industria.

Y cuatro: Para finales de este año, todas nuestras ubicaciones en todo el mundo obtendrán su electricidad adquirida de manera externa exclusivamente de fuentes renovables.

Estamos claramente comprometidos con el Acuerdo Climático de París. Actualmente, estamos discutiendo los siguientes pasos en el Consejo de Administración, enfocándonos en las decisiones que nosotros, en el Consejo de Administración, podemos tomar hoy en día y en las áreas en donde se puede medir nuestro éxito. Y no en lo que nuestros sucesores pueden, o no, responder. Eso sería demasiado fácil. No estamos pasando la responsabilidad a las generaciones futuras. Estamos tomando acciones hoy. Nuestro pensamiento está dirigido en esta dirección: Nos involucraremos mucho más en las cadenas de suministro ascendentes y observaremos muy de cerca nuestros procesos de licitación en términos de sustentabilidad.

Por supuesto, continuaremos trabajando juntos en asociación con nuestros proveedores de todo el mundo de manera justa.

Se aplica el mismo enfoque a nuestra estrategia de sustentabilidad, así como a nuestra estrategia de TI: Ambas están ancladas en nuestra estrategia corporativa. Esto significa que las acciones sustentables y TI están canalizadas de manera automática en todas las áreas de la compañía. Ya desde la actualidad, BMW Group es una compañía digital. Nos apoyamos en una organización de TI profundamente integrada dentro de la compañía. Ésta identifica las necesidades de manera temprana, junto con los departamentos comerciales, y desarrolla de manera oportuna soluciones flexibles.

Ponemos a todos nuestros empleados – desde el trabajador en la línea de ensamble hasta los miembros de nuestro Consejo de Administración – en una posición de tomar decisiones con base en datos en los intereses de nuestros clientes y de la compañía. Quiero darles cuatro ejemplos acerca de esto:

Primero, en Adquisición, la tecnología Blockchain permite un intercambio de datos inalterable con nuestros proveedores. Estamos utilizando esta tecnología para

rastrear componentes en la cadena de suministro de terceras partes con sólo presionar un botón. Ahora estamos implementando esta tecnología con más proveedores.

Segundo, en Servicios Financieros, los procesos digitalizados darán a nuestros clientes la opción de completar todo el proceso de financiamiento online. Esto ya es posible en Alemania – desde seleccionar el producto de financiamiento correcto, hasta el procesamiento del contrato.

Tercero, con Inteligencia Artificial. La producción de un vehículo genera cantidades sustanciales de datos. Al utilizar IA y un análisis inteligente de datos, podemos analizar y gestionar los procesos de producción de manera inteligente. En el ensamble de vehículos, utilizamos la IA para un reconocimiento automatizado de imágenes para comparar las imágenes de componentes en milisegundos e identificar desviaciones de la norma en tiempo real.

Y cuarto, con la digitalización “en el vehículo”: Las actualizaciones inalámbricas aseguran que un vehículo siempre esté actualizado. Estas actualizaciones también se utilizarán en el futuro para expandir la funcionalidad del vehículo.

Ya podemos “readaptar de manera digital” el asistente de las luces delanteras altas en tan sólo unos minutos. Android Auto también estará disponible en los vehículos BMW a partir de julio, al igual que Apple Car Play. Las pantallas de los teléfonos inteligentes están integradas en la pantalla central de información y, de forma modificada, en la pantalla de Información y en el Head-up Display.

Los servicios mejoran nuestra oferta de movilidad. Nuestra admiración de la movilidad YOUR NOW se creó en 2019. En colaboración con Daimler Group, queremos tener una participación principal en este mercado altamente dinámico. Se formaron tres unidades empresariales bajo el grupo financiero YOUR NOW para maximizar las sinergias. Esta consolidación prepara el camino para una mayor expansión de la movilidad sustentable en áreas urbanas.

Seguimos totalmente convencidos del potencial de YOUR NOW. Es por esto que estamos haciendo inversiones para expandir nuestras ofertas de productos y servicios en el área de los servicios de movilidad. Los servicios YOUR NOW están ahora disponibles para clientes en más de 1 mil 300 ciudades. 90 millones de personas ya los están utilizando. En el futuro, nos enfocaremos en las ciudades que prometen un crecimiento rentable a largo plazo. YOUR NOW está abierto para otros socios e inversionistas, de manera que podamos continuar expandiendo de manera exitosa este segmento.

Señoras y Señores:

En BMW Group, el cliente es el enfoque de todo lo que hacemos. Hemos actualizado casi todas las series durante los últimos dos años. A éstas se les unirán este año modelos nuevos como el BMW Serie 2 Gran Coupé, modelos BMW M

altamente rentables, nuevos modelos híbridos conectables y eléctricos. Existe algo para cada cliente, estamos desafiando a la competencia en cada segmento.

En este momento, para todos nosotros, nuestra prioridad máxima como una sociedad es superar la pandemia del coronavirus (COVID-19) y posteriormente encontrar nuestro camino de regreso a la vida normal.

Sinceramente deseo que ustedes y sus familias se mantengan sanos. ¡Gracias!

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.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

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:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello

vladimir.mello@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com

Zolveing Zúñiga
Édgar Téllez
Tania Gómora

zolveing.zuniga@bmw.com.mx
edgar.tellez@bmw.com.mx
tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graeber
Elizabeth Arreguín

christine.graeber@bmwgroup.com
elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

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

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo
Vanessa Angulo
Antonio Domínguez
Angela Del Castillo
Federico Martínez
Guillermo García

aolmedo@jeffreygroup.com
vangulo@jeffreygroup.com
adominguez@jeffreygroup.com
adelcastillo@jeffreygroup.com
fmartinez@jeffreygroup.com
ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez
Marisol Borbolla
Arturo Tobias
Zaira Nolasco

dmendez@jeffreygroup.com
mborbolla@jeffreygroup.com
atobias@jeffreygroup.com
znolasco@jeffreygroup.com

BMW Group pressclub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
<http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es>
www.press.bmwgroup.com/argentina/