

Declaración del Dr. Nicolas Peter, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG.

Conferencia de Prensa Anual sobre la Contabilidad Financiera para el Ejercicio Fiscal 2019.

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

Señoras y señores:

¡Buenos días! Como ya lo mencionó Oliver Zipse: Nos encontramos en una situación altamente inusual. Aunque vamos por buen camino en muchos aspectos operacionales, las medidas en relación con el coronavirus (COVID-19) tendrán un impacto significativo en nuestra empresa este año. A corto plazo, nos estamos enfocando especialmente en estabilizar la liquidez y nuestros resultados. Hablaré más acerca de esto en las proyecciones al final de mi discurso. Básicamente, se aplica lo siguiente: Estamos en una compañía adaptable. Nuestras acciones rápidas y consistentes son lo que nos distingue. Nuestros objetivos estratégicos a largo plazo para un ambiente empresarial estable no han cambiado: Estamos apuntando a un margen de EBIT de entre el 8 y el 10% en el segmento automotriz y un flujo de efectivo libre de más de tres mil millones de euros.

Por ahora, comencemos con el ejercicio fiscal anterior. En un ambiente empresarial desafiante, BMW Group está conduciendo de manera activa la transformación de la industria. En el ejercicio financiero de 2019, demostramos una vez más que podemos generar un rendimiento sólido. Con nuevos modelos importantes, mejoramos cada trimestre, como lo habíamos prometido. Los nuevos BMW X7 y BMW Serie 8 tuvieron un buen comienzo. El lanzamiento del BMW Serie 3 en China y en México en la primavera de 2019 nos da una base de producción aún más amplia en este segmento clave. También tuvimos un aumento exitoso con el nuevo BMW Serie 1. Como se tenía planeado, expandimos de manera significativa nuestra participación en el mercado en el segmento de lujo. Esto nos da una base financiera sólida para el financiamiento de nuestra ofensiva eléctrica. Al mismo tiempo, continuamos utilizando todas las oportunidades de manera consistente y sistemática mientras nos esforzamos por cumplir nuestras ambiciosas metas de rentabilidad a largo plazo.

Nuestra mejora constante en términos de rendimiento durante el ejercicio fiscal 2019 demuestra que vamos por buen camino. Como se tenía esperado, el cuarto trimestre de 2019 fue más fuerte que el tercer trimestre. De hecho, en términos de ingresos, fue el trimestre más sólido en nuestra historia. En el segmento automotriz continuamos mejorando tanto nuestro resultado operativo como nuestra rentabilidad. Varios factores contribuyeron a esto: Primero, las ventas de vehículos significaron otro incremento. Segundo, la expansión de nuestra cartera en el segmento de lujo mejoró de manera significativa nuestra mezcla de vehículos. La cartera de productos jóvenes y muy atractivos también se ve reflejada en una mejor fijación de precios. Y, por último, nuestras mejoras continuas de eficiencia también están teniendo un impacto significativo. A pesar de los continuos gastos elevados para investigación y desarrollo, así como el incremento de costos de fabricación debido a los requerimientos regulatorios, el margen de EBIT en el segmento automotriz fue del 6.8%.

Señoras y señores: Como se anunció previamente, tuvimos una mejora constante de nuestro rendimiento después de un primer semestre que fue desafiante, como se tenía previsto. Los ingresos del Grupo aumentaron 7.6% en 2019 a más de 104 mil millones de euros y excedieron los 100 mil millones de euros por primera vez. Este incremento fue conducido, en particular, por mejorías en los volúmenes, las mezclas, y la fijación de precios. Teniendo en cuenta los efectos de los cambios monetarios, los ingresos aumentaron 6.1%. Como se anunció previamente, las ganancias antes de impuestos fueron significativamente menores que el año anterior, en 7.12 mil millones de euros. En abril, la Comisión Europea nos proporcionó un Pliego de Cargos en relación con sus acusaciones de antimonopolio. De conformidad con los estándares de IFRS, reconocimos una disposición de casi 1.4 mil millones de euros en relación con los procedimientos en el primer trimestre del año. Esto tuvo un importante impacto negativo en las ganancias. Como consecuencia, el margen de EBIT para el ejercicio financiero de 2019 fue del 6.8%.

Como se tenía esperado, el resultado financiero también fue testigo de una disminución importante. La contribución de ganancias de nuestra empresa conjunta china, BBA, incrementó de manera significativa casi 180 millones de euros a 918 millones de euros.

Eso se compensó con las ganancias de la compañía YOUR NOW, los ajustes de valor en relación con su realineamiento y un resultado de interés neto que fue cerca de 330 millones de euros menor, debido a los efectos únicos positivos en el año anterior. En 2018, la adquisición de las acciones de DriveNow de Sixt tuvo un efecto positivo de 209 millones de euros. El beneficio neto de BMW Group para 2019 sumó en total 5.02 mil millones de euros.

Señoras y señores: BMW Group es reconocido por su fuerza innovadora. Año tras año, hacemos inversiones especializadas y enfocadas de varios miles de millones de euros. En años recientes, hemos equipado de manera sistemática todas nuestras principales plantas para la movilidad eléctrica. Nuevas e inteligentes arquitecturas vehiculares comenzarán a aumentar el próximo año. Esto nos dará una flexibilidad máxima en un ambiente volátil.

Los gastos de capital – principalmente para propiedad, planta y equipo – aumentaron a 5.65 mil millones de euros en 2019. Esto refleja el reconocimiento de los activos de derecho de uso en el balance general por primera vez, de acuerdo con IFRS 16. También hicimos las inversiones iniciales necesarias en nuestros modelos de volumen elevado – en particular, en los nuevos BMW Serie 1 y BMW Serie 3. Un punto de enfoque importante fue el desarrollo de nuestros trenes motrices: Hemos invertido cantidades de tres dígitos de millones de euros en nuestras plantas para nuevos motores eléctricos y la generación más reciente de nuestros altamente eficientes motores de combustión. La proporción de gastos de capital general para el ejercicio fiscal 2019 fue del 5.4%. Esto fue ligeramente mayor a comparación del año anterior debido a la transición a IFRS 16.

Nuestros gastos en investigación y desarrollo también están claramente enfocados en llevar a BMW Group hacia el futuro. Para nosotros, la transformación no acaba de empezar- ya estamos a la mitad del camino. En 2019, los costos de I+D de acuerdo con IFRS incrementaron aproximadamente 630 millones de euros a casi 6 mil millones de euros – debido, en particular, a la mayor amortización y a una menor

proporción de costos de desarrollo capitalizados. La proporción de I+D, de acuerdo con el Código Comercial alemán, fue del 6.2%. Esto fue menor a comparación del año anterior, como ya se había anunciado.

Señoras y señores: A pesar de las adversidades y de un resultado financiero más bajo, BMW Group generó ganancias muy sólidas para 2019. Por consiguiente, el Consejo de Administración y el Consejo de Supervisión propondrán un dividendo de 2.50 euros por acción de capital común y 2.52 euros por acción de capital preferente. Esto representa una utilidad del 32.8% - la cual es mayor que la del año pasado y permanece dentro de nuestro rango meta de 30 a 40%. Sujeto a la aprobación de la Asamblea General Anual, el dividendo será de un total de 1.65 mil millones de euros.

Ahora hablemos de los desarrollos en los segmentos individuales, comenzando con el segmento automotriz. Los ingresos del segmento aumentaron 6.8%, alcanzando 91.68 mil millones de euros, beneficiándose de los efectos positivos de la mezcla de modelos y de un fuerte negocio en China. Las entregas a los clientes llegaron a 2.5 millones de vehículos por primera vez. Como se tenía previsto, el resultado operativo disminuyó a menos de 4.5 mil millones de euros – principalmente debido a la disposición que mencioné. El margen de EBIT de 4.9% estuvo dentro de nuestro rango meta ajustado. Sin el efecto de la disposición, el margen sería de 6.4%.

Ahora observemos el puente de EBIT del año anterior. La extensa mezcla de productos tuvo un impacto positivo en 2019. Específicamente, los nuevos BMW X7 y BMW Serie 8, y el renovado BMW X5, están demostrando ser muy populares entre los clientes. También pudimos mejorar ligeramente la fijación de precios en los mercados principales. Los gastos de investigación y desarrollo fueron de más de 600 millones de euros más que el año anterior. Los elevados costos de fabricación como resultado de los requerimientos regulatorios también mitigaron las ganancias – al igual que el incremento planeado en la depreciación y la amortización. También experimentamos vientos en contra, como se tenía esperado, por el desempeño negativo de aproximadamente 650 millones de euros en el efecto de la moneda y los precios de las materias primas.

Fuimos capaces de compensar muchos de estos vientos en contra con medidas eficientes y con la optimización de nuestras actividades de ventas. Sin embargo, esto se contrarrestó con la disposición para las acusaciones antimonopolio incluidas en otros gastos e ingresos operativos.

Señoras y señores: Una vez más establecimos metas claras para 2020: El flujo de efectivo libre y la rentabilidad son prioridades principales para dirigir a la compañía. Todas las medidas e iniciativas bajo nuestro actual programa Performance > NEXT están dirigidas en esta dirección. En el lado de las ventas, con costos materiales y en adquisiciones indirectas, continuaremos activando todas las palancas. En lo que se refiere a costos personales, hemos tomado medidas de manera temprana con éxito y, en meses recientes, acordamos un paquete de medidas a largo plazo con el Consejo Laboral.

En relación con el flujo de efectivo libre, nos estamos concentrando de manera específica en los gastos de capital y en la gestión consistente de todos los aspectos

del capital circulante. Estamos haciendo inversiones especializadas, consideradas con precaución. Cuando se trata de las medidas estructurales necesarias en nuestras plantas, estamos confiando en soluciones estandarizadas que se pueden implementar a nivel mundial.

Señoras y señores: A pesar del continuo nivel elevado de inversiones en tecnologías futuras y de una menor ganancia neta, el flujo de efectivo libre en el segmento automotriz continúa dentro de un nivel sólido casi a la par con el del año pasado, en 2.57 mil millones de euros. Nuestra liquidez también se desarrolló de manera muy favorable en 2019. Las reservas de liquidez adecuadas aseguran que siempre seamos capaces de tomar acciones y de salvaguardar nuestra independencia como compañía. Al final del año, nuestra liquidez fue en total de 17.4 mil millones de euros. Esto envía un mensaje claro a nuestros inversionistas y establece una base sólida para un mayor crecimiento en nuestros negocios de servicios financieros.

Señoras y señores: Ahora hablemos del segmento de Servicios Financieros, el cual una vez más tuvo un fuerte rendimiento en 2019. Por primera vez, se celebraron más de dos millones de nuevos contratos con clientes minoristas. La tasa de penetración del 52.2% es 2.1 puntos porcentuales mayor que el año pasado – en particular gracias al crecimiento en China y en los Estados Unidos. Tanto nuestros negocios de arrendamiento como nuestros financiamientos crediticios reportaron ligeros incrementos en la tasa de penetración. Las ganancias antes de impuestos reflejaron un desarrollo positivo y aumentaron 6.0% para llegar a un nuevo récord histórico de 2.27 mil millones de euros.

Nuestro rendimiento de capital del 15.0% estuvo a la par con el año pasado, como se tenía previsto – y una vez más excedió nuestro requerimiento mínimo de por lo menos el 14%. A pesar de la incertidumbre política y económica sostenida, la situación de riesgo en el segmento permaneció estable durante todo el año pasado. La tasa de pérdida de crédito permanece casi sin modificaciones en una tasa muy baja de casi 0.26%. El desarrollo de precios en los mercados de vehículos usados en el segmento Premium estuvo dentro del rango habitual, como se tenía esperado. Hacemos disposiciones comprehensivas para nuestros riesgos comerciales principales de manera continua. Los desarrollos actuales en relación con el coronavirus (COVID-19), según nuestros cálculos, probablemente tendrán un impacto en la situación de riesgo en 2020. Con base en las evaluaciones actuales, seguiremos cubiertos de manera apropiada contra el valor residual y los riesgos de crédito.

Señoras y señores: Ahora vayamos al segmento de las motocicletas. Las entregas vieron un crecimiento sólido, como se tenía planeado, con más de 175 mil unidades vendidas. Éste fue nuestro noveno récord consecutivo de ventas. Las ganancias del segmento antes de impuestos fueron en total de 187 millones de euros – un incremento de 18 millones de euros a comparación del año anterior. El margen de EBIT fue del 8.2% y una vez más estuvo dentro de nuestro rango meta del 8 al 10%. Finalmente, observemos las ganancias en el Segmento de otras entidades y en las eliminaciones entre segmentos. El resultado combinado fue de aproximadamente 146 millones de euros menos que el año pasado. Este desarrollo es en parte resultado de las fluctuaciones en el valor del mercado de los derivados de las tasas de interés que utilizamos para cubrir nuestra cartera de servicios financieros. Las eliminaciones entre segmentos también se vieron afectadas por el crecimiento en nuestro nuevo negocio de arrendamiento.

Señoras y señores: Mediante la optimización continua de nuestros negocios principales, estamos solidificando de manera sistemática nuestra fortaleza financiera. Estamos creciendo en los segmentos correctos, estableciendo prioridades claras y financiando el aumento continuo de la movilidad libre de emisiones. En 2020, volveremos a hacer elevadas inversiones iniciales para un mayor desarrollo de la movilidad eléctrica, de la conducción autónoma y de la conectividad del vehículo.

También estamos implementando las medidas necesarias para cumplir con las regulaciones europeas del CO₂. La actual incertidumbre alrededor de los desarrollos futuros a nivel mundial impactados por el coronavirus (COVID-19) dificulta proporcionar una proyección exacta para 2020. De acuerdo con los desarrollos más recientes, nuestra orientación para el año en su totalidad asume que la situación de las ventas se verá deteriorada en todos los mercados principales. Aquí está la suposición de que la situación de las ventas en todos los mercados volverá a normalizarse después de unas cuantas semanas. Los posibles impactos a largo plazo como consecuencia de la propagación del coronavirus (COVID-19) y de una resultante volatilidad de los mercados financieros no se pueden calcular en la actualidad y, por consiguiente, no se incluyen en nuestros pronósticos.

Señoras y señores: Ahora echemos un vistazo al pronóstico para los KPI individuales. Con nuestra alineación de modelos muy jóvenes y atractivos, estamos en una excelente posición para 2020. Nuestros esfuerzos actuales para mejorar – tanto el costo como el rendimiento – harán una contribución importante para las ganancias. Introdujimos varias medidas de manera temprana para impulsar nuestro rendimiento. Una gran cantidad de iniciativas en todas las áreas de la compañía han generado contribuciones valiosas durante casi tres años. Nuestro enfoque consistente, sistemático, basado en datos, asegura un impacto máximo. Debido a que el año pasado tuvo la carga de la disposición antimonopolio, habrá un efecto positivo este año, a comparación de 2019. Previo al coronavirus (COVID-19), esperábamos que las ganancias del Grupo antes de impuestos incrementaran de manera significativa. Sin embargo, debido al impacto de la propagación mundial del virus, ahora esperamos que las ganancias del Grupo antes de impuestos disminuyan de manera significativa.

La cantidad de empleados de este año permanecerá a la par de 2019. Para el informe del 2020, sólo los empleados de planta y los colaboradores con contratos limitados serán incluidos en las cifras reportadas. Los grupos de empleados como aprendices, pasantes, y doctorandos ya no serán incluidos, debido a que estas actividades están principalmente relacionadas con la promoción de la capacitación vocacional para la contratación de talentos y personas jóvenes.

Debido a la disponibilidad de nuevos modelos como el Serie 8, BMW X5, BMW X6, BMW X7, los nuevos BMW Serie 3 y BMW Serie 1, esperábamos originalmente que las entregas a clientes en el segmento automotriz aumentara ligeramente con relación al año pasado. Sin embargo, la propagación del coronavirus (COVID-19) detuvo el crecimiento en las ventas de vehículos a nivel mundial. Debido a que el número de personas contagiadas continúa incrementando en todas las regiones del mundo – en la actualidad especialmente en Europa y Norteamérica – estimamos que nuestras entregas a nivel mundial disminuyan de manera significativa con

relación al año pasado. Nuestra planeación original era de un margen de EBIT de entre el 6 y el 8% en el segmento de automóviles para 2020.

Debido al deterioro en la situación de ventas en China y a un, ya visible desarrollo similar en otras regiones del mundo, anticipamos un efecto de adeudo especialmente en el primer semestre. Por consiguiente, esto tendrá un impacto en el margen de EBIT para el año en su totalidad de aproximadamente cuatro puntos porcentuales. Como resultado, en nuestra planeación actual ahora esperamos que el margen de EBIT esté dentro del rango del 2 al 4%.

Las expectativas de las ganancias revisadas también tendrán un efecto en el flujo de efectivo libre en el año actual. Originalmente, esperábamos un flujo de efectivo libre de más de 3 mil millones de euros. Nuestra evaluación actual para 2020 indica una generación positiva de flujo de efectivo libre. En esta evaluación no se incluye un posible egreso de caja en relación con las acusaciones antimonopolio de la Comisión Europea.

En el segmento de motocicletas, estamos planeando una ligera disminución de entregas. Esperamos que el margen de EBIT esté dentro de un rango del 6 al 8%. En el segmento de Servicios Financieros, ahora esperamos una ligera disminución del rendimiento de capital, principalmente debido a una mayor provisión por riesgo.

Señoras y señores: Estamos monitoreando la situación en relación con el coronavirus (COVID-19) muy de cerca y continuaremos actualizándolos acerca del impacto preciso en nuestras operaciones. En particular, en luz de los desafíos que mencioné, continuaremos enfocándonos en una estricta gestión del capital circulante y en la rentabilidad. Ambos aspectos son clave para poder invertir de manera independiente en nuevas tecnologías y oportunidades. Con esto, permítanme dejarlos con nuestro Presidente del Consejo de Dirección. Oliver, ¡el escenario es tuyo! 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 la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i

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 | zolveing.zuniga@bmw.com.mx |
| Édgar Téllez | edgar.tellez@bmw.com.mx |
| Tania Gómora | tania.gomora@bmw.com.mx |

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

| | |
|--------------------|--|
| Christine Graeber | christine.graeber@bmwgroup.com |
| Elizabeth Arreguín | elizabeth.arreguin@bmw.com.mx |

Comunicación Corporativa - Argentina

| | |
|----------------|--|
| Gonzalo Rodiño | gonzalo.rodino@bmw.com.ar |
| onzalo Rodiño | tania.silva@partner.bmw.com.ar |

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

| | |
|---------------------|--|
| Adriana Olmedo | aolmedo@jeffreygroup.com |
| Vanessa Angulo | vangulo@jeffreygroup.com |
| Antonio Domínguez | adominguez@jeffreygroup.com |
| Angela Del Castillo | adelcastillo@jeffreygroup.com |
| Federico Martínez | fmartinez@jeffreygroup.com |
| Guillermo García | ggarcia@jeffreygroup.com |

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

| | |
|------------------|--|
| Denys Méndez | dmendez@jeffreygroup.com |
| Marisol Borbolla | mborbolla@jeffreygroup.com |
| Arturo Tobias | atobias@jeffreygroup.com |
| Zaira Nolasco | znolasco@jeffreygroup.com |

www.press.bmwgroup.com/mx.html

BMW Youtube channel: <http://www.youtube.com/user/BMW>