

Comunicado de prensa

11 de marzo de 2010

## **BMW Group registra beneficios en 2009**

El beneficio antes de impuestos sube un 17,7%, hasta 413 millones de euros

Se propone el mismo dividendo de 0,30 euros por acción

Reithofer: el objetivo de 2010 es un crecimiento rentable de la cifra de ventas

BMW Group registró un beneficio positivo en el ejercicio 2009 como estaba previsto, a pesar de la continuada crisis mundial financiera y económica. El beneficio antes de impuestos creció un 17,7%, hasta 413 millones de euros (2008: 351 millones de euros). El beneficio neto sumó 210 millones de euros (2008: 330 millones de euros / -36,4%), debido al mayor porcentaje impositivo. La facturación descendió moderadamente, un 4,7%, hasta 50.681 millones de euros (2008: 53.197 millones de euros). Siguiendo la propuesta del Consejo de Administración y la Junta de Supervisión, el dividendo permanecerá inalterado con respecto al año anterior, con 0,30 euros por acción corriente y 0,32 por acción preferente.

“Conseguimos un gran rendimiento en 2009 a pesar de las difíciles condiciones del mercado en todo el mundo. Nuestra gestión de los costes y las medidas para mejorar la eficiencia tuvieron un impacto positivo, aunque los efectos de la crisis financiera y económica mundial todavía se hicieron sentir”, declaró el jueves en Múnich Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG. “Estamos proponiendo un dividendo para 2009 a pesar del difícil ambiente económico, lo que demuestra la confianza que tenemos en nuestra fortaleza operativa y que queremos que nuestros accionistas participen del rendimiento de la compañía”, continuó Reithofer.

**El Segmento Automóviles registra en el cuarto trimestre un EBIT de 93 millones de euros**

Los beneficios del Segmento Automóviles decrecieron en 2009 debido al descenso de las ventas que trajo consigo la debilidad económica mundial. Sin embargo, debido a la mayor estabilidad de los mercados hacia finales de año, este segmento consiguió generar un beneficio antes de resultados financieros (EBIT) de 93 millones de euros. Para el año completo, este segmento registró un EBIT negativo de 265 millones de euros (2008: EBIT positivo de 690 millones de euros) y una pérdida antes de impuestos de 588 millones de euros (2008: beneficio antes de impuestos de 318 millones de euros). La facturación decreció hasta 43.737 millones de euros (2008: 48.782 millones de euros).

En total, BMW Group vendió 1.286.310 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce en 2009 (2008: 1.435.876 unidades / -10,4%). Este rendimiento hizo que BMW Group incrementara su participación en el mercado del segmento *premium* y que, como ya se ha anunciado anteriormente, que mantuviera su posición como fabricante *premium* líder mundial.

En 2009 se vendieron un total de 1.068.770 automóviles de marca BMW (2008: 1.202.239 unidades / -11,1%), lo que hizo que BMW estuviera bien por delante de sus competidores relevantes del segmento *premium*. El BMW Serie 7 (52.680 unidades / +35.7%), el BMW X6 (41.667 unidades / +56.8%) y el BMW Z4 (22.761 unidades / +26.4%) registraron grandes incrementos en sus ventas. En Alemania, tanto el Serie 7 (7.439 unidades / +74,8%) como el BMW X5 (10.933 unidades / -31,9%) y el X6 (4.940 unidades / +51,0%) terminaron como los líderes destacados de sus correspondientes segmentos. Desde su lanzamiento a finales de octubre de 2009 y hasta finales de año, se han vendido en todo el mundo 8.499 unidades del BMW X1 y 3.052 unidades del Serie 5 Gran Turismo.

En 2009 la marca MINI vendió 216.538 unidades en todo el mundo (2008: 232.425 unidades / -6,8%). El valor de los productos vendidos permaneció a gran nivel: más de la mitad de los clientes de la marca (53,6%) optaron por el

## **BMW Group** **España** **Comunicación y RR.PP.**

MINI Cooper, mientras que el 26,2% se decidió por el Cooper S y el 20,2% por el MINI One.

Rolls-Royce vendió 1.002 automóviles (2008: 1.212 unidades / -17,3%) durante el año, permaneciendo así como el líder destacado del segmento de máximo lujo. El nuevo Rolls-Royce Ghost tuvo un buen comienzo, con 167 vehículos entregados a clientes en diciembre de 2009.

BMW Group creció de forma robusta en 2009 en los mercados emergentes de China (90.536 unidades / +37,5%), Brasil (6.398 unidades / +118,8%) y la India (3.619 unidades / +24,4%), alcanzando así nuevos récords de ventas en esos tres mercados. “Este año prevemos que nuestras ventas crecerán de nuevo en China, Brasil y la India”, declaró Reithofer. Alemania fue el mayor mercado para la compañía en 2009 en las marcas BMW y MINI, con un total de 258.012 unidades (2008: 284.786 unidades / -9,4%) vendidas. Con 33.517 automóviles entregados a clientes, la marca MINI registro su año con mayor éxito en Alemania hasta la fecha. BMW Group también prevé incrementar sus ventas en el mercado alemán durante 2010, y por tanto incrementar su participación de mercado en el segmento *premium*.

En los EE.UU. BMW Group vendió 241.727 vehículos (2008: 303.190 unidades / -20,3%) durante el año pasado. La marca BMW, con 196.502 unidades vendidas, siguió siendo la marca *premium* europea con mejor rendimiento en los EE.UU. BMW Group prevé que las ventas en el mercado estadounidense se incrementarán durante este año.

### **Un EBIT de 19 millones de euros para el Segmento Motocicletas en 2009**

En 2009, el rendimiento en beneficios del Segmento Motocicletas también se vio afectado adversamente por las difíciles condiciones para el desarrollo del negocio. El EBIT descendió hasta 19 millones de euros, (2008: 60 millones de euros). La facturación de este segmento sumó 1.069 millones de euros (2008: 1.230 millones de euros). Con 87.306 unidades (2008: 101.685 unidades / -

## **BMW Group** **España** **Comunicación y RR.PP.**

14,1%) vendidas en todo el mundo, Motocicletas BMW registró un descenso moderado en las ventas, comparado con el mercado global.

### **Gran crecimiento de los beneficios del Segmento Servicios Financieros**

Los beneficios del Segmento Servicios Financieros crecieron considerablemente en 2009, después del notable lastre que el año pasado supusieron los cargos adicionales por los valores residuales y los riesgos de los créditos. El EBIT creció hasta 355 millones de euros (2008: EBIT negativo de 216 millones de euros). La facturación del segmento sumó 15.798 millones de euros (2008: 15.725 millones de euros). El incremento del ratio de pérdidas relacionadas con créditos, hasta el 0,84% (2008: 0,59%), estuvo dentro de las previsiones.

El volumen de nuevos contratos con clientes en concesionarios bajó un 15,8%, hasta 24.709 millones de euros. La proporción de automóviles nuevos de marcas BMW y MINI financiados por el segmento Servicios Financieros fue un 49,0%, lo que representa una subida de 0,5 puntos porcentuales respecto a la del año anterior.

### **Una plantilla de aproximadamente 96.000 empleados a finales de 2009**

La plantilla de BMW Group decreció en el pasado año como resultado de la rotación natural, de la disposición de jornadas a tiempo parcial en prejubilaciones y los acuerdos voluntarios de rescisión de contrato. La plantilla de BMW Group en todo el mundo eran 96.230 empleados a finales de año (31 de diciembre de 2008: 100.041 / -3,8%). El número de aprendices siguió siendo elevado, concretamente 3.915; un año antes esta cifra era de 4.102 personas.

### **BMW Group, optimista con cautela para 2010**

La crisis económica y financiera mundial continuará teniendo impacto en la industria del automóvil durante el presente año. BMW Group, sin embargo,

## **BMW Group** **España** **Comunicación y RR.PP.**

crecerá de forma rentable gracias a los nuevos modelos y a la prevista recuperación gradual de la economía en 2010. “Nos enfrentamos a este nuevo año de forma optimista pero con cautela. Nuestros nuevos modelos nos proporcionarán un buen impulso a lo largo del año. Estamos decididos a seguir siendo el fabricante líder mundial de automóviles *premium* en 2010 y prevemos incrementar nuestras ventas en el rango porcentual de un dígito, hasta 1,3 millones de vehículos”, añadió Reithofer.

Uno de los más importantes desarrollos de modelos en 2010 es el nuevo BMW Serie 5, que se presentará al mercado a finales de marzo, lo que proporcionará fuerza adicional a partir del comienzo del segundo trimestre. Los nuevos modelos BMW X1 y BMW Serie 5 Gran Turismo –ambos lanzados con gran éxito a finales de 2009– también tendrán un impacto positivo en el rendimiento del volumen de ventas en 2010. El MINI Countryman también se presentará a los mercados durante este año.

\* \* \*

*Habrà más información disponible sobre los Informes Financieros del Grupo en 2009 en la Conferencia de Prensa Anual de Presentación de Resultados, que tendrá lugar el 17 de marzo de 2010 en Múnich.*

# BMW Group

## España

### Comunicación y RR.PP.

#### BMW Group - información general

		2009	2008	Evolución en %
<b>Producción de vehículos</b>				
Automóviles	unidades	1.258.417	1.439.918	-12,6
De ellas:				
BMW	unidades	1.043.829	1.203.482	-13,3
MINI	unidades	213.670	235.019	-9,1
Rolls-Royce	unidades	918	1.417	-35,2
Motocicletas	unidades	82.631	104.220	-20,7
<b>Entregas a clientes</b>				
Automóviles	unidades	1.286.310	1.435.876	-10,4
De ellas:				
BMW	unidades	1.068.770	1.202.239	-11,1
MINI	unidades	216.538	232.425	-6,8
Rolls-Royce	unidades	1.002	1.212	-17,3
Motocicletas	unidades	87.306	101.685	-14,1
<b>Plantilla al final del año<sup>1</sup></b>				
		96.230	100.041	-3,8
<b>Facturación</b>				
	millones de euros	50.681	53.197	-4,7
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	43.737	48.782	-10,3
Motocicletas	millones de euros	1.069	1.230	-13,1
Servicios Financieros	millones de euros	15.798	15.725	0,5
<b>Beneficios antes de resultados financieros (EBIT)</b>				
	millones de euros	289	921	-68,6
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	-265	690	-
Motocicletas	millones de euros	19	60	-
Servicios Financieros	millones de euros	355	-216	-68,3
<b>Beneficios antes de impuestos</b>				
	millones de euros	413	351	17,7
<b>Impuestos</b>				
	millones de euros	-203	-21	-
<b>Beneficio neto</b>				
	millones de euros	210	330	-36,4

# BMW Group

## España

### Comunicación y RR.PP.

<b>Beneficio por acción<sup>3</sup></b>	euros	0,31/0,33	0,49/0,51	-
<b>Dividendo por acción para acciones corrientes/preferentes</b>	euros	0,30/0,32	0,30/0,32	-

<sup>1</sup> Las cifras no incluyen contratos suspendidos, empleados en fases de trabajo o no trabajo en los acuerdos de prejubilaciones a tiempo parcial ni a los trabajadores con baja remuneración

<sup>2</sup> Beneficio por acción para acciones corrientes / preferentes según IAS 33

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

#### **BMW Group**

Con sus tres marcas –BMW, MINI y Rolls-Royce–, BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo. Opera internacionalmente con 24 instalaciones de producción en 13 países y una red de ventas global con representación en más de 140 países.

Durante el ejercicio financiero 2009, BMW Group vendió aproximadamente 1,29 millones de automóviles y más de 87.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en 2009 fueron 413 millones de euros y la facturación sumó 50.680 millones de euros. El 31 de diciembre de 2009 la compañía contaba con una plantilla de aproximadamente 96.000 personas.

El éxito de BMW Group desde hace mucho tiempo se basa en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. Por tanto, la compañía ha establecido como parte integrante de su estrategia la sostenibilidad ecológica y social a lo largo de la cadena de valor, una gran responsabilidad en los productos y un claro compromiso en la conservación de los recursos. Por estas razones, BMW Group ha sido el líder del sector en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en los últimos cinco años.