

Comunicado de prensa

5 de mayo de 2010

## **BMW Group registra un gran crecimiento en los beneficios**

508 millones de euros de beneficio antes de impuestos en el primer trimestre

El EBIT del segmento Automóviles crece hasta 291 millones de euros

Se prevé que siga el dinámico crecimiento en los beneficios  
Reithofer: los beneficios del Grupo van a tener un gran incremento en 2010

El objetivo del crecimiento de las ventas se sitúa en el rango porcentual de un dígito

Tanto la facturación como el volumen de ventas y los beneficios de BMW Group en el primer trimestre han mejorado notablemente con respecto a los del año pasado. La facturación del Grupo creció un 8,1% hasta 12.443 millones de euros (primer trimestre de 2009: 11.509 millones de euros). El beneficio antes de impuestos creció hasta 508 millones de euros (primer trimestre de 2009: pérdida de 198 millones de euros), mientras que el beneficio después de impuestos mejoró hasta 324 millones de euros (primer trimestre de 2009: pérdida de 152 millones de euros). El beneficio antes de resultados financieros (EBIT) fue de 449 millones de euros (primer trimestre de 2009: pérdida de 55 millones de euros). El número total de vehículos vendidos de las marcas BMW, MINI y Rolls Royce se incrementó un 13,8% hasta 315.614 unidades (primer trimestre de 2009: 277.264 unidades).

“BMW Group ha protagonizado un buen comienzo en 2010. Hemos incrementado significativamente los beneficios en el primer trimestre y ahora estamos de nuevo en la trayectoria del crecimiento en casi todos los mercados automovilísticos”, declaró Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

Administración de BMW AG el miércoles en Múnich. “BMW Group continúa haciendo grandes progresos con su estrategia *Number ONE*”, añadió.

Con la demanda de vehículos *premium* en aumento y el lanzamiento de los nuevos BMW Serie 5, que añadirá impulso a partir del segundo trimestre, la compañía puede enfrentarse al resto del año con cierto optimismo: “Esperamos que los beneficios crezcan dinámicamente a lo largo del año”, apuntó Reithofer.

#### **Reithofer: 2010 como escalón hacia la consecución de los objetivos de rentabilidad**

BMW Group está en una buena posición de cara a la consecución de los objetivos del ejercicio: “En 2010 tenemos como objetivo lograr unos beneficios significativamente mayores que en 2009, dando así un gran paso adelante para conseguir los objetivos que nos propusimos para 2012”, declaró Reithofer. Para el año 2012, BMW Group tiene como objetivo conseguir un margen de EBIT para su segmento Automóviles en un rango invariado de entre el 8 y el 10%.

Nuestros atractivos productos y una gradual recuperación de la economía global contribuirán al crecimiento de los volúmenes de ventas de BMW Group: “Prevedemos seguir siendo el proveedor de automóviles *premium* líder mundial en 2010 y planeamos incrementar nuestro volumen de ventas en el rango porcentual de un dígito, para llegar a más de 1,3 millones de vehículos”, subrayó Reithofer.

Como se había informado previamente, se espera que los Segmentos de Automóviles, Motocicletas y Servicios Financieros registren mayores beneficios en 2010. Se prevé que el margen de EBIT del Segmento Automóviles crezca en el rango porcentual de un dígito.

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

#### **El segmento Automóviles registra un EBIT de 291 millones de euros en el primer trimestre**

El segmento Automóviles tuvo un buen rendimiento en el primer trimestre. El beneficio del segmento mejoró notablemente debido al mayor volumen de ventas en todo el mundo, al mayor valor de los vehículos vendidos y a los mejores precios de venta. El EBIT positivo del segmento, 291 millones de euros (primer trimestre de 2009: EBIT negativo de 251 millones de euros) se multiplicó por más de tres respecto al cuarto trimestre de 2009 (cuarto trimestre de 2009: 93 millones de euros). El beneficio después de impuestos del segmento se incrementó hasta 220 millones de euros (primer trimestre de 2009: pérdida después de impuestos de 471 millones de euros), mientras que la facturación creció un 11,1% hasta 10.672 millones de euros (primer trimestre de 2009: 9.605 millones de euros).

Los volúmenes de ventas crecieron en casi todos los mercados europeos y asiáticos, así como en los EE.UU. Los ratios de crecimiento fueron particularmente altos en Asia, donde las ventas han subido un 55,7%, hasta 58.918 unidades. En China (incluyendo a Hong Kong y Taiwan), BMW Group multiplicó por más de dos el número de automóviles vendidos, hasta 36.607 unidades (+100,5%).

El negocio también creció significativamente en América del Norte, con un volumen de ventas de 60.734 unidades (+9,2%). El número de automóviles vendidos en los EE.UU. creció un 7,5%, hasta 55.141 unidades. Los distintos mercados europeos evolucionaron de forma desigual, con un crecimiento global de las ventas del 4,4%, hasta 177.031 unidades.

En el primer trimestre la marca BMW registró un crecimiento del 13,8% en todo el mundo, con unas ventas de 265.809 unidades (primer trimestre de 2009: 233.498 unidades). Los BMW Serie 7 registraron un gran crecimiento (+54,1%), con un volumen de ventas de 14.245 unidades (primer trimestre de 2009: 9.246 unidades). Así, el BMW Serie 7 es la gama de modelos más vendida en su segmento. El BMW ActiveHybrid7 también está recibiendo una respuesta muy

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

positiva por parte de los clientes. Ya se han entregado a sus propietarios los primeros vehículos y el modelo estará disponible en todo el mundo a lo largo del verano de 2010. El BMW X1, presentado a finales de octubre de 2009, también está teniendo un buen rendimiento con 19.657 unidades vendidas durante el primer trimestre de 2010. En ese mismo periodo se han vendido 4.484 unidades del BMW Serie 5 Gran Turismo.

El volumen de ventas del BMW X5 se incrementó un 4,8%, hasta 22.897 unidades (primer trimestre de 2009: 21.853 unidades) y el del X6 un 21,2%, hasta 10.826 unidades (primer trimestre de 2009: 8.931 unidades). El BMW Z4 se está vendiendo muy bien, cuadruplicando el volumen de ventas hasta las 6.461 unidades (primer trimestre de 2009: 1.563 unidades). El BMW Serie 1 (47.909 unidades) y el BMW Serie 3 (91.619 unidades) registraron un ratio de crecimiento del 2,4%, mientras que las ventas del BMW X3 (que decrecieron un 9,3%, hasta las 11.693 unidades) y las del BMW Serie 6 (con un descenso del 39,1% hasta 1.340 unidades) bajaron debido a los factores de los ciclos de vida de los modelos.

También ese fue el caso de los BMW Serie 5 Berlina y Touring, cuyas ventas bajaron un 3,4% hasta las 39.162 unidades como resultado del cambio del modelo. El nuevo BMW Serie 5 Berlina ha estado en el mercado desde finales de marzo y el nuevo BMW Serie 5 Touring le seguirá a mediados de septiembre. “El número de pedidos del nuevo Serie 5 es excelente”, comentó Reithofer.

El número de automóviles de marca MINI vendidos se incrementó un 13,6%, hasta 49.526 unidades (primer trimestre de 2009: 43.592 unidades) incluyendo el MINI Cabrio (5.954 unidades), el Clubman (7.404 unidades) y el MINI (36.168 unidades). El MINI Countryman saldrá a la venta en la segunda mitad de 2010, lo que estimulará aún más las ventas.

La marca Rolls-Royce registró su mejor rendimiento en volumen de ventas en un primer trimestre hasta la fecha, con unas ventas que crecieron un 60,3% hasta las 279 unidades (primer trimestre de 2009: 174 unidades). El nuevo

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

Rolls-Royce Ghost, del que se han vendido 158 unidades en este periodo, ha tenido un éxito extraordinario.

Los inventarios se incrementaron como resultado del gran crecimiento en China y la introducción en el mercado del nuevo Serie 5 Berlina. El mayor tiempo que se tarda en transportar los vehículos a los mercados emergentes, particularmente a Asia, requiere anticipar la producción. Esto incrementa los inventarios, lo que produjo un aumento del capital circulante de 445 millones de euros en el segmento Automóviles. Éste fue el principal factor que ha hecho descender el *free cash flow* en el primer trimestre (323 millones de euros). La liquidez siguió estando a un alto nivel en el primer trimestre, terminando el periodo en 9.700 millones de euros.

#### **BMW Motorrad registra mayores beneficios en el primer trimestre**

BMW Motorrad registró mayor facturación y beneficios en el primer trimestre gracias al mayor volumen de ventas, haciendo frente así a la tendencia mundial en los mercados de motocicletas. La facturación del segmento creció un 21,0%, hasta los 351 millones de euros (primer trimestre de 2009: 290 millones de euros). El EBIT del segmento se incrementó un 14,3%, hasta 32 millones de euros (primer trimestre de 2009: 28 millones de euros) y el beneficio antes de impuestos mejoró un 15,4% hasta 30 millones de euros (primer trimestre de 2009: 26 millones de euros).

Las ventas de motocicletas de marca BMW en el primer trimestre se incrementaron un 20,9%, hasta las 20.840 unidades (primer trimestre de 2009: 17.232 unidades). La S 1000 RR, que se presentó en diciembre de 2009, ahora está disponible en todo el mundo. La actualización técnica de la R 1200 GS y la revisada R 1200 RT han estado disponibles desde febrero de 2010.

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

#### **Gran crecimiento de los beneficios en el segmento Servicios Financieros**

El segmento Servicios Financieros tuvo un buen rendimiento en el primer trimestre, continuando la evolución positiva de los últimos meses. Con 4.004 millones de euros (primer trimestre de 2009: 4.003 millones de euros), la facturación del segmento ha sido prácticamente igual a la del año anterior. El beneficio antes de impuestos mejoró hasta los 222 millones de euros (primer trimestre de 2009: 72 millones de euros), debido a nuevos negocios con mayores márgenes y a unos costes de refinanciación significativamente inferiores. El EBIT del segmento en el primer trimestre se incrementó hasta los 213 millones de euros (primer trimestre de 2009: 70 millones de euros)

A 31 de marzo de 2010, el segmento Servicios Financieros gestionaba una cartera de 3.107.568 contratos de leasing, renting y financiación, un 3,3% más que el año anterior. Los negocios de leasing, renting y financiación a crédito crecieron perceptiblemente durante el primer trimestre. El número de contratos nuevos creció un 7,4% hasta un total de 243.343 contratos en todo el mundo. El crecimiento de la financiación a crédito, un 11,0% con respecto al primer trimestre del año anterior, contribuyó especialmente a este rendimiento. Los volúmenes de leasing y renting estuvieron a un nivel similar a los del año anterior (-0,5%). Los contratos de leasing, renting supusieron un 28,9% del crecimiento del negocio, y los de financiación a crédito un 71,1%. La proporción de automóviles nuevos de BMW Group financiados por el segmento de Servicios Financieros fue de un 46,8%, 1,1 puntos porcentuales por debajo de la proporción registrada el año anterior.

#### **Plantilla de 95.787 empleados al final del trimestre**

BMW Group tenía una plantilla de 95.787 empleados a finales del primer trimestre (31 de marzo de 2009: 99.112 empleados), un 3,4% menor que un

# **BMW Group**

## **España**

### **Comunicación y RR.PP.**

año antes. Con respecto a finales de 2009 (96,230 empleados), la plantilla ha permanecido prácticamente invariada (-0,5%).

\* \* \*

El Informe Trimestral Completo a 31 de marzo de 2010 puede descargarse desde [www.bmwgroup.com/ir](http://www.bmwgroup.com/ir). Como fabricante de automóviles más sostenible del mundo, BMW Group ha decidido no proporcionar copias impresas del informe trimestral.

# BMW Group España Comunicación y RR.PP.

## BMW Group - información general

		Primer trimestre 2010	Primer trimestre 2009	Evolución en %
<b>Producción de vehículos</b>				
Automóviles	unidades	320.061	267.637	19,6
Motocicletas <sup>1</sup>	unidades	30.222	29.111	3,8
<b>Entregas a clientes</b>				
Automóviles	unidades	315.614	277.264	13,8
De ellas:				
BMW	unidades	265.809	233.498	13,8
MINI	unidades	49.526	43.592	13,6
Rolls-Royce	unidades	279	174	60,3
Motocicletas <sup>2</sup>	unidades	20.840	17.232	20,9
<b>Plantilla al final del trimestre</b>				
		95.787	99.112	-3,4
<b>Cash flow operativo<sup>3</sup></b>				
		297	1.122	-73,5
<b>Facturación</b>				
	millones de euros	12.443	11.509	8,1
<b>Beneficio antes de resultados financieros (EBIT)</b>				
	millones de euros	449	-55	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	291	-251	-
Motocicletas	millones de euros	32	28	14,3
Servicios Financieros	millones de euros	213	70	-
Otras entidades	millones de euros	7	12	-41,7
Eliminaciones	millones de euros	-9,4	86	-
<b>Beneficios antes de impuestos</b>				
	millones de euros	508	-198	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	220	-471	-
Motocicletas	millones de euros	30	26	15,4
Servicios Financieros	millones de euros	222	72	-
Otras entidades	millones de euros	-3	24	-
Eliminaciones	millones de euros	39	151	-74,2
<b>Impuestos</b>				
	millones de euros	-184	46	-
<b>Beneficio neto</b>				
	millones de euros	324	-152	-
<b>Beneficio por acción<sup>4</sup></b>				
	euros	0,49/0,49	-0,23/-0,23	-

<sup>1</sup> Excluyendo motocicletas Husqvarna (1.919 unidades)

<sup>2</sup> Excluyendo motocicletas Husqvarna (1.639 unidades)

<sup>3</sup> Segmento Automóviles

<sup>4</sup> 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.