

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Comunicado de prensa

3 de agosto de 2010

BMW Group registra un gran crecimiento en los beneficios del segundo trimestre

Los beneficios antes de impuestos del segundo trimestre crecen hasta 1.299 millones de euros

El EBIT del segmento Automóviles se incrementa hasta 1.317 millones de euros

Margen EBIT del 9,6% en el segmento Automóviles en el segundo trimestre

Margen EBIT del 6,6% en el segmento Automóviles en los seis primeros meses del año

Gran paso en 2010 hacia la consecución de los objetivos de rentabilidad

El objetivo es un crecimiento del volumen de ventas para todo el ejercicio en torno al 10%

BMW Group registró un significativo incremento del volumen de ventas, la facturación y los beneficios en el segundo trimestre de 2010. La facturación del grupo creció un 18,3%, hasta 15.348 millones de euros (2009: 12.971 millones de euros) mientras que el beneficio antes de resultados financieros (EBIT) creció hasta 1.717 millones de euros (2009: 169 millones de euros). Esto supone un margen EBIT del 11,2%. El beneficio antes de impuestos ascendió hasta 1.299 millones de euros (2009: 151 millones de euros), con un beneficio después de impuestos que mejora hasta 834 millones de euros (2009: 121 millones de euros). El número de vehículos vendidos durante el periodo desde abril hasta junio se incrementó un 12,5%, hasta 380.412 unidades (2009: 338.190).

“Un fuerte crecimiento de las ventas en los principales mercados y la venta de modelos de gran valor han sido las principales razones del gran rendimiento del segundo trimestre. También hemos empleado la crisis como una fuente de

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

oportunidades y hemos mejorado significativamente la eficiencia en todas las áreas de la compañía”, declaró el jueves en Múnich Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG. “Hemos hecho un gran progreso hacia la consecución de nuestros objetivos de rentabilidad para el año 2012. Pero no tenemos ninguna intención de dormirnos en los laureles. Estamos determinados a seguir en el camino de hacer que la compañía esté preparada de forma sostenible para el futuro”, continuó.

La facturación en los seis primeros meses del ejercicio se incrementó un 13,5%, hasta 27.791 millones de euros (2009: 24.480 millones de euros). El EBIT del periodo sumó 2.166 millones de euros (2009: 114 millones de euros) y el beneficio antes de impuestos fue 1.807 millones de euros (2009: pérdida antes de impuestos de 47 millones de euros). El margen EBIT del grupo fue, por tanto, un 7,8%. El beneficio después de impuestos fue 1.158 millones de euros (2009: pérdida de 31 millones de euros). El número total de vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce entregados a clientes durante los primeros seis meses del año creció un 13,1%, hasta 696.026 unidades (2009: 615.454).

Objetivo: margen EBIT de más del 5% en el segmento Automóviles en 2010

La fuerte demanda de nuevos modelos como el BMW Serie 5 y el BMW X1, junto con el fuerte crecimiento conseguido por otros modelos –incluyendo los BMW Serie 7– sugieren que los beneficios continuarán creciendo dinámicamente durante el resto del año. A la vista del éxito en el mercado del que disfrutaban nuestros productos y del mejor ambiente que en general se respira en los mercados automovilísticos internacionales, a mediados de julio BMW Group elevó su previsión de beneficios y volumen de ventas para todo el ejercicio.

La compañía ahora espera conseguir una mejora aún mayor en los beneficios antes de impuestos de lo que se previó originalmente. “Tenemos como objetivo conseguir unos beneficios en el grupo significativamente superiores en 2010 que en 2009, dando así un importante paso hacia la consecución de los objetivos que nos pusimos para 2012”, declaró Reithofer. El objetivo es conseguir un margen de

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

más del 5% en el segmento Automóviles, así como un gran crecimiento de los beneficios antes de impuestos y un rendimiento del capital de más del 18% en el segmento Servicios Financieros.

Los atractivos productos y la recuperación económica mundial ayudará a aumentar los volúmenes de ventas en 2010: “Pretendemos, como fabricante líder a nivel mundial de automóviles *premium*, incrementar el volumen de ventas en el presente ejercicio en torno al 10%, hasta más de 1,4 millones de vehículos”, explicó Reithofer.

“Dicho esto, es necesario que sigamos teniendo *in mente* que algunos peligros económicos pueden persistir durante la segunda mitad del año”, continuó Reithofer. Por esta razón, la previsión está hecha partiendo de la base de que la recuperación económica continúe y que las condiciones generales para el desarrollo de los negocios no se vean significativamente lastradas.

En 2012 BMW Group tiene como objetivo –como parte de su Estrategia *Number ONE*– conseguir un margen EBIT invariado de entre el 8 y el 10% en el segmento Automóviles y un rendimiento del capital de al menos un 18% en el segmento Servicios Financieros.

Fuerte mejora en el margen EBIT del segmento Automóviles

El segmento Automóviles ha conseguido en el segundo trimestre un rendimiento extremadamente dinámico. El beneficio del segmento mejoró fuertemente gracias a los mayores volúmenes de ventas en todo el mundo, a la venta de modelos de gran valor y a los mejores precios de venta. También se están obteniendo las ventajas del aumento de la utilización de componentes modulares.

El EBIT del segundo trimestre creció hasta 1.317 millones de euros (2009: EBIT negativo de 31 millones de euros) sobre unas ventas de 13.669 millones de euros (2009: 10.827 millones de euros / +26,2%), lo que da un margen EBIT del 9,6%. El beneficio antes de impuestos del segundo trimestre creció hasta 938 millones de euros (2009: pérdida antes de impuestos de 158 millones de euros). La

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

facturación del segmento Automóviles en los seis primeros meses creció hasta 24.341 millones de euros (2009: 20.432 millones de euros / +19,1%). El EBIT del segmento en este periodo de seis meses mejoraron desde una pérdida de 282 millones de euros hasta un beneficio de 1.608 millones de euros, lo que corresponde a un margen EBIT de 6,6%. El beneficio antes de impuestos del segmento mejoró hasta 1.158 millones de euros (2009: pérdida antes de impuestos de 629 millones de euros). Una vez corregido con la mayor externalización de las obligaciones de las pensiones (410 millones de euros), el *free cash flow* generado por el segmento Automóviles sumó 1.199 millones de euros (2009: 623 millones de euros / +92,5%) en el periodo de los seis primeros meses del ejercicio.

El número total de automóviles vendidos por la marca BMW durante la primera mitad del año creció un 14,1% hasta 585.755 unidades (2009: 513.591 unidades). Los modelos que han contribuido a este crecimiento incluyen al BMW X1, el BMW X5 y X6, los BMW Serie 7 y el BMW Z4. El nuevo BMW Serie 5 Berlina también ha disfrutado de un gran comienzo: desde su introducción en los mercados europeos a mediados de marzo, se han vendido alrededor de 25.000 unidades. Este nuevo modelo está disponible en los EE.UU. desde junio y allí está recibiendo el mismo nivel de entusiasmo entre los clientes.

Otros atractivos nuevos modelos que saldrán a la venta en los próximos meses son el nuevo BMW Serie 5 Touring, la versión de batalla larga del BMW Serie 5 para el mercado chino, el BMW X3 y el MINI Countryman.

Durante la primera mitad del año, las ventas del BMW X1 y del BMW Serie 5 Gran Turismo sumaron 46.705 y 11.803 unidades, respectivamente. Los volúmenes de ventas de todos los BMW Serie 5 en conjunto crecieron un 10,8%, hasta 94.699 unidades (2009: 85.476 unidades), gracias –entre otros factores– al éxito en el inicio de la comercialización del nuevo Serie 5 Berlina.

Entre los modelos que registraron un buen crecimiento estuvieron los BMW Serie 7, con 30.711 unidades vendidas (2009: 20.479 unidades / +50,0%) y el BMW X5

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

y X6, con una suma total de 68.632 unidades vendidas (+7,1% / 2009: 64.078 unidades). Las ventas del BMW Z4 Roadster crecieron un 74,4%, hasta 14.236 unidades (2009: 8.148 unidades) en el periodo de los seis primeros meses. Como resultado, los BMW Serie 7, el BMW X5 y X6 y también el BMW Z4 conservaron el liderazgo en el mercado en sus respectivos segmentos. El que tradicionalmente es el modelo más vendido también incrementó su volumen de ventas durante el periodo objeto de este informe: las ventas de BMW Serie 3 en los seis primeros meses del año crecieron un 3,0%, hasta 199.027 unidades (2009: 193.186 unidades).

Las ventas de la marca MINI ascendieron un 7,6% en la primera mitad del año, hasta 109.301 unidades (2009: 101.534 unidades). Una vez que el MINI Countryman salga al mercado a partir de otoño, la marca MINI tendrá cuatro variantes. BMW Group confía en que el primer modelo Crossover de MINI, junto con las revisiones del resto de la gama de modelos, generará un buen impulso a las ventas a lo largo de la segunda mitad del año.

Rolls-Royce vendió más automóviles durante la primera mitad de 2010 que en cualquier periodo de seis meses desde que volvió al mercado en 2003. Con 970 unidades (2009: 329 unidades) entregadas a clientes, el volumen de ventas casi se ha triplicado en los seis primeros meses del ejercicio.

BMW Group ha registrado un aumento del volumen de ventas en prácticamente todos los mercados durante la primera mitad del año; China, los mercados americanos y Europa registraron los mayores ratios de crecimiento. En Europa, el número de automóviles vendidos creció un 4%, hasta 389.831 unidades. La compañía también siguió su trayectoria de crecimiento en sus mayores mercados internacionales durante el periodo objeto de este informe, con unas ventas de automóviles de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce que han crecido en los EE.UU. un 6,4%, hasta 121.912. Así, BMW Group siguió siendo el fabricante de automóviles *premium* europeo con más ventas en el mercado estadounidense.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Las ventas en Asia durante el periodo de enero hasta junio crecieron un 57,7%, hasta 128.845 unidades. El mercado chino continuó su dinámico crecimiento, con una cifra de automóviles vendidos en este periodo de seis meses que se multiplica por más de dos, hasta 75.615 unidades (2009: 37.627 unidades / +101,0%). El volumen de ventas, incluyendo a Hong Kong y Taiwan, fue 81.807 unidades (+99,5%).

BMW Motorrad registra un fuerte mejora en los beneficios del segundo trimestre

Los beneficios de BMW Motorrad registraron un fuerte incremento en el segundo trimestre, gracias al buen rendimiento del volumen de ventas, a pesar de que las condiciones del negocio no son favorables. La facturación del segmento en estos seis meses creció un 30,7%, hasta 439 millones de euros (2009: 336 millones de euros). El EBIT de periodo creció hasta 54 millones de euros (2009: 26 millones de euros) y el resultado antes de impuestos hasta 53 millones de euros (2009: 24 millones de euros). La facturación del periodo de los seis primeros meses se incrementó hasta 790 millones de euros (2009: 626 millones de euros / +26,2%). El segmento registró un EBIT en la primera mitad del año de 86 millones de euros (2009: 54 millones de euros) y un beneficio antes de impuestos de 83 millones de euros (2009: 50 millones de euros).

Las ventas de motocicletas de marca BMW en el segundo trimestre se incrementaron un 21,6%, hasta 36.175 unidades (2009: 29.742 unidades). Durante la primera mitad del año, BMW Motorrad vendió 57.015 unidades (2009: 46.974 unidades). Esto supone un incremento del 21,4%. La lista de las más vendidas estuvo encabezada por la gran enduro rutera R 1200 GS, que ha sido la moto más vendida en todo el mundo del segmento de motocicletas de más de 500cc de cilindrada. Las ventas de la S 1000 RR –la primera motocicleta superdeportiva fabricada por BMW Motorrad– alcanzó un total de ventas de 6.459 unidades en todo el mundo en el periodo de seis meses desde enero hasta junio (de las cuales, 1.223 fueron vendidas en junio).

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Dos nuevas motocicletas ruteras de lujo, la K 1600 GT y la K 1600 GTL serán presentadas al público por primera vez en otoño. Por primera vez en la historia de este segmento, ambos modelos tendrán motores de seis cilindros en línea.

Fuerte incremento en los beneficios del segmento Servicios Financieros

El segmento Servicios Financieros de nuevo tuvo un buen rendimiento durante el periodo desde abril hasta junio de 2010. La facturación del segmento en el segundo trimestre, 4.198 millones de euros (2009: 4.224 millones de euros), fue prácticamente igual que la del año anterior. El beneficio antes de impuestos mejoró hasta 379 millones de euros (2009: 81 millones de euros) gracias a la recuperación económica y a unos costes de refinanciación significativamente inferiores. El EBIT del segmento en el segundo trimestre creció hasta 379 millones de euros (2009: 75 millones de euros). El beneficio antes de impuestos del segmento en los seis primeros meses creció hasta 601 millones de euros (2009: 153 millones de euros), mientras que el EBIT del segmento mejoró hasta 592 millones de euros (145 millones de euros).

El 30 de junio de 2010, el segmento Servicios Financieros manejaba una cartera de 3.119.340 contratos de *leasing*, *renting* y de financiación a crédito, un 3,0% más que el año anterior. El número de contratos creció en todo el mundo un 8,5%, hasta un total de 527.044. El crecimiento de las financiaciones a crédito (un 10,3% mayor con respecto a la primera mitad del año anterior) contribuyó especialmente a este rendimiento. El negocio de *leasing* y *renting* creció un 4,3%. Los contratos de *leasing* y *renting* sumaron un 28,4% del nuevo negocio y los de financiación a crédito supusieron un 71,6%. La proporción de automóviles nuevos de BMW Group financiados o adquiridos mediante *leasing* o *renting* a través del segmento Servicios Financieros fue un 46,6%, es decir, 0,4 puntos porcentuales por debajo de la proporción registrada el año anterior.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Plantilla de 95.502 empleados a finales del segundo trimestre

BMW Group contaba con una plantilla de 95.502 empleados a finales del segundo trimestre (2009: 98.261 empleados), un 2,8% menor que un año antes. Con respecto a la de principios de año, el número de empleados ha permanecido más o menos estable (-0,7%). Como parte de un enfoque a largo plazo sobre las aptitudes de los gestores, BMW Group contratará a aproximadamente 1.000 nuevos empleados durante 2010, de los cuales aproximadamente la mitad se establecerán en Alemania. La mayor parte de los nuevos trabajadores va a trabajar en los ámbitos de la investigación y el desarrollo, así como en compras y ventas. Además, aproximadamente 1.080 aprendices se unirán a BMW AG en otoño de 2010.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

BMW Group - información general

		Segundo trimestre 2010	Segundo trimestre 2009	Evolución en %
Producción de vehículos				
Automóviles	unidades	385.140	306.009	25,9
Motocicletas ¹	unidades	31.893	21.152	50,8
Entregas a clientes				
Automóviles	unidades	380.412	338.190	12,5
De ellas:				
BMW	unidades	319.946	280.093	14,2
MINI	unidades	59.775	57.942	3,2
Rolls-Royce	unidades	691	155	-
Motocicletas ²	unidades	36.175	29.742	21,6
Plantilla al final del trimestre				
		95.502	98.261	-2,8
Cash flow operativo³				
		2.111	987	-
Facturación				
	millones de euros	15.348	12.971	18,3
Beneficio antes de resultados financieros (EBIT)				
	millones de euros	1.717	169	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	1.317	-31	-
Motocicletas	millones de euros	54	26	-
Servicios Financieros	millones de euros	379	75	-
Otras entidades	millones de euros	-81	26	-
Eliminaciones	millones de euros	48	73	-34,2
Beneficios antes de impuestos				
	millones de euros	1.299	151	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	938	-158	-
Motocicletas	millones de euros	53	24	-
Servicios Financieros	millones de euros	379	81	-
Otras entidades	millones de euros	-70	18	-
Eliminaciones	millones de euros	-1	186	-
Impuestos				
	millones de euros	-465	-30	-
Beneficio neto				
	millones de euros	834	121	-
Beneficio por acción⁴				
	euros	1,27/1,28	-0,18/-0,19	-

¹ Excluyendo motocicletas Husqvarna (3.468 unidades)

² Excluyendo motocicletas Husqvarna (3.020 unidades)

³ Segmento Automóviles

⁴ Para acciones corrientes / preferentes según IAS 33

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

		Enero-junio 2010	Enero-junio 2009	Evolución en %
Producción de vehículos				
Automóviles	unidades	705.201	573.646	22,9
Motocicletas ¹	unidades	62.115	50.263	23,6
Entregas a clientes				
Automóviles	unidades	696.026	615.454	13,1
De ellas:				
BMW	unidades	585.755	513.591	14,1
MINI	unidades	109.301	101.534	7,6
Rolls-Royce	unidades	970	329	-
Motocicletas ²	unidades	57.015	46.974	21,4
Plantilla al final del trimestre				
		95.502	98.261	-2,8
Cash flow operativo³				
		2.408	2.109	14,2
Facturación				
	millones de euros	27.791	24.480	13,5
Beneficio antes de resultados financieros (EBIT)				
	millones de euros	2.166	114	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	1.608	-282	-
Motocicletas	millones de euros	86	54	59,3
Servicios Financieros	millones de euros	592	145	-
Otras entidades	millones de euros	-74	38	-
Eliminaciones	millones de euros	-46	159	-
Beneficios antes de impuestos				
	millones de euros	1.807	-47	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	1.158	-629	-
Motocicletas	millones de euros	83	50	66,0
Servicios Financieros	millones de euros	601	153	-
Otras entidades	millones de euros	-73	42	-
Eliminaciones	millones de euros	38	337	-
Impuestos				
	millones de euros	-649	16	-
Beneficio neto				
	millones de euros	1.158	-31	-
Beneficio por acción⁴				
	euros	1,76/1,77	-0,05/-0,04	-

¹ Excluyendo motocicletas Husqvarna (5.387 unidades)

² Excluyendo motocicletas Husqvarna (4.659 unidades)

³ Segmento Automóviles

⁴ Para acciones corrientes / preferentes según IAS 33

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

El Informe Trimestral Completo de 30 de junio de 2010 puede descargarse de www.bmwgroup.com/ir . Como compañía automovilística más sostenible, BMW Group ha decidido no publicar en papel sus informes trimestrales.

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. 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.