

Comunicado de prensa

15 de marzo de 2011

BMW Group tiene como objetivo incrementar aún más los ingresos en 2011

Se espera un margen de EBIT de más del 8% en el Segmento Automóviles

Se ha fijado un objetivo de volumen de ventas bien por encima de los 1,5 millones de vehículos

Margen de entre el 8 y el 10% en Automóviles confirmado para 2012

BMW Group puede contemplar con confianza el ejercicio actual gracias a su atractiva gama de modelos. “Prevemos mejorar aún más los ingresos del Grupo en el presente año”, declaró el jueves en Múnich Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG. “Tenemos como objetivo conseguir un margen de EBIT de más del 8% en nuestro Segmento Automóviles. El volumen de ventas se espera que crezca hasta bien por encima de los 1,5 millones de unidades, un nuevo récord histórico, con todas las marcas, BMW, MINI y Rolls-Royce alcanzando nuevos récords en volumen de ventas”, añadió. Con este rendimiento, BMW Group pretende reforzar su posición como fabricante líder mundial de automóviles premium.

En el ejercicio financiero de 2012 BMW Group tiene como objetivo conseguir un margen de EBIT invariado, de entre el ocho y el diez por ciento en el Segmento Automóviles y un retorno del capital de al menos el 18% en el Segmento Servicios Financieros. “Creemos que también hay grandes posibilidades de lograr nuestra horquilla objetivo de entre el 8 y el 10% en el Segmento Automóviles más allá del año 2012”, continuó Reithofer. Este objetivo se basa en la previsión de que la economía global continuará haciendo progresos de forma estable. Sin embargo, también es posible –dependiendo del desarrollo de

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

los acontecimientos políticos y económicos– que el margen de EBIT para después de 2012 finalmente sea mayor o menor que el rango fijado como objetivo.

En 2010 la compañía consiguió nuevos récord de facturación y beneficio de grupo. La facturación aumentó un 19,3%, hasta 60.477 millones de euros (2009: 50.681 millones de euros). El beneficio antes de impuestos (EBIT) creció con fuerza hasta los 4.836 millones de euros (2009: 413 millones de euros). El Grupo registra un beneficio antes de resultados financieros (EBIT) de 5.094 millones de euros (2009: 289 millones de euros) y un récord de beneficio neto anual de 3.234 millones de euros (2009: 210 millones de euros).

A la vista de este robusto rendimiento, el Consejo de Administración y la Junta de Supervisión propondrán a los accionistas en la Reunión General Anual del 12 de mayo de 2011 que se incremente el dividendo hasta 1,30 euros (2009: 0,30) por acción corriente y 1,32 euros (2009: 0,32) por acción preferente, lo que en ambos casos representan récord históricos.

“Estamos extremadamente satisfechos con nuestra evolución en el pasado ejercicio. Hemos establecido nuevos récord de facturación y beneficios de grupo y hemos conseguido con creces nuestros objetivos anuales. ”La continuada y rigurosa implementación de nuestra Estrategia Number ONE nos ha permitido hacer un buen progreso en términos de rentabilidad y eficiencia. Nuestra atractiva gama de modelos y el gran crecimiento del volumen de ventas también han contribuido al crecimiento de las ganancias”, continuó Reithofer.

En términos de volumen de ventas, BMW Group registró el segundo mejor rendimiento de su historia, con una cifra total de entregas a clientes de vehículos de marcas BMW, MINI y Rolls-Royce que ha crecido un 13,6%, hasta 1.461.166 unidades (2009 1.286.310 unidades). Como resultado, BMW Group consiguió fácilmente su objetivo de crecimiento del volumen de ventas para todo el año 2010, hasta más de 1,4 millones de unidades.

El Segmento Automóviles genera un free cash flow de 4.471 millones de euros

Unas cifras de volumen de ventas significativamente superiores, la venta de modelos de mayor valor, mejores precios de transacción y menores costes de los materiales han supuesto una mejora notable de las ganancias en el Segmento Automóviles. La facturación aumentó un 23,8%, hasta 54.137 millones de euros (2009: 43.737 millones de euros). El EBIT del Segmento mejoró hasta 4.355 millones de euros (2009: pérdida de 265 millones de euros), mientras que el beneficio antes de impuestos se incrementó hasta 3.887 millones de euros (2009: pérdida antes de impuestos de 588 millones de euros).

El margen de EBIT del segmento fue por tanto del 8,0%, comparado con el margen de EBIT de más del 7% anteriormente previsto para el Segmento Automóviles. Como resultado de esta evolución positiva, el free cash flow del año creció hasta 4.471 millones de euros (2009: 1.456 millones de euros).

En 2010 las ventas de automóviles de marca BMW crecieron un 14,6%, hasta 1.224.280 unidades (2009: 1.068.770 unidades) gracias a los nuevos y atractivos modelos. El nuevo BMW Serie 5, por ejemplo, registró un volumen de ventas del 35,5%, con 238.454 unidades vendidas (2009: 175.983 unidades): este modelo ha sido líder del mercado en su segmento desde el cuarto trimestre. El BMW X1 también ha tenido un rendimiento extremadamente bueno, con alrededor de 100.000 unidades vendidas durante el primer año completo que ha estado a la venta.

La demanda ha seguido siendo fuerte para el buque insignia de BMW, el Serie 7, y también para el resto de modelos X. Las ventas del BMW Serie 7 crecieron un 24,9%, hasta 65.814 unidades (2009: 52.680 unidades), impulsadas por la fuerte demanda de Asia y la gradual recuperación del mercado americano. Las ventas del BMW X5, que ha seguido siendo líder del mercado en su segmento, crecieron un 15%, hasta 102.178 unidades (2009: 88.851 unidades). Se vendieron 46.404 unidades (2009: 41.667) del BMW X6, un 11,4% más que en el año anterior.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

La marca MINI continúa teniendo un buen rendimiento: registró un nuevo récord de volumen de ventas en 2010, con 234.175 unidades (2009: 216.538 unidades, +8,1%). A este rendimiento contribuyó el MINI Countryman (14.337 Unidades), lanzado en septiembre, el MINI, con 155.841 unidades venidas (2009: 150.043; +3,9%) y el MINI Cabrio, que registró un volumen de ventas de 32.680 unidades (2009: 28.303; +15,5%).

La marca Rolls-Royce también estableció un nuevo récord de ventas, con una cifra de vehículos vendidos que creció hasta 2.711 unidades (2009: 1.002 unidades; +170,6%).

En 2010, BMW Group consiguió incrementar los volúmenes de ventas en casi todos los mercados. Alemania siguió siendo el mayor mercado individual, con 267.160 automóviles vendidos de las marcas BMW y MINI. De hecho, BMW fue la única marca premium que ha registrado un aumento de la cifra de nuevas matriculaciones en Alemania en 2010.

En el segundo mayor mercado de la compañía, los EE.UU., BMW Group consiguió incrementar las ventas un 10,1%, hasta 266.580 unidades, haciendo así que BMW fuera de nuevo en 2010 la marca europea premium más vendida en los EE.UU.

También se consiguieron fuertes porcentajes de crecimiento en China, el tercer mayor mercado de la compañía. El número de automóviles vendidos en esta región (incluyendo Hong Kong y Taiwan) aumentó un 85,3%, hasta 183.328 unidades.

Otras regiones del mundo también impulsaron el crecimiento. El número de automóviles vendidos en importantes mercados emergentes, como Rusia, Corea del Sur, Brasil, la India y Turquía crecieron en porcentajes de dos dígitos.

Un EBIT de 71 millones de euros para el Segmento Motocicletas en 2010

A pesar de que se han dado unas condiciones persistentemente desfavorables, en 2010 el Segmento de Motocicletas registró crecimiento en el volumen de ventas, en la facturación y en los beneficios. La facturación se incrementó un 22,0%, hasta 1.304 millones de euros (2009: 1.069 millones de euros), el EBIT mejoró hasta 71 millones de euros (2009: 19 millones de euros) y el beneficio antes de impuestos creció hasta 65 millones de euros (2009: 11 millones de euros). En total, en 2010 se vendieron 110.113 (2009: 100.358 unidades, +9,7%) motocicletas de las marcas BMW y Husqvarna.

Gran crecimiento de los beneficios del Segmento Servicios Financieros

En 2010, el Segmento Servicios Financieros aprovechó su atractiva gama de productos, condiciones de refinanciación favorables y un mejor perfil de riesgo. La facturación del segmento se incrementó un 5,2%, hasta 16.617 millones de euros (2009: 15.798 millones de euros) mientras que el beneficio antes de impuestos mejoró hasta 1.214 millones de euros (2009: 365 millones de euros).

El número de nuevos contratos de financiación, leasing y renting (1.083.154) estuvo un 6,6% por encima de la cifra del año anterior. Comparado con el año anterior, el negocio del leasing y renting creció un 3,2% y la financiación a crédito un 8,1%. El leasing y el renting supusieron un 28,8% del negocio adicional y la financiación a crédito un 71,2%. La proporción de automóviles nuevos de las marcas BMW y MINI financiados por el Segmento Servicios Financieros fue un 48,2%, lo que significa un descenso de 0,8 puntos porcentuales comparada con la del año anterior.

Una plantilla de aproximadamente 95.500 empleados a finales de 2010

La plantilla de BMW Group decreció ligeramente a lo largo del pasado año como resultado de la rotación natural, de la disposición de jornadas a tiempo parcial en

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

prejubilaciones y los acuerdos voluntarios de rescisión de contrato. La plantilla de BMW Group en todo el mundo eran 95.453 empleados a finales de año (2009: 96.230 empleados; -0,8%). A principios del nuevo año de formación, un total de 1.124 jóvenes trabajaban como aprendices en BMW Group.

* * *

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

BMW Group - información general

		2010	2009	Evolución en %
Entregas a clientes				
Automóviles	unidades	1.461.166	1.286.310	13,6
De ellas:				
BMW	unidades	1.224.280	1.068.770	14,6
MINI	unidades	234.175	216.538	8,1
Rolls-Royce	unidades	2.711	1.002	-
Motocicletas	unidades	110.113	100.358	9,7
De ellas:				
BMW	unidades	98.047	87.306	12,3
Husqvarna	unidades	12.066	13.052	-7,6
Plantilla al final del año¹		95.453	96.230	-0,8
Facturación				
	millones de euros	60.477	50.681	19,3
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	54.137	43.737	23,8
Motocicletas	millones de euros	1.304	1.069	22,0
Servicios Financieros	millones de euros	16.617	15.798	5,2
Beneficios antes de resultados financieros (EBIT)				
	millones de euros	5.094	289	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	4.355	-265	-
Motocicletas	millones de euros	71	19	-
Servicios Financieros	millones de euros	1.201	355	-
Beneficios antes de impuestos				
	millones de euros	4.836	413	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	3.877	-588	-
Motocicletas	millones de euros	65	11	-
Servicios Financieros	millones de euros	1.214	365	-
Impuestos				
	millones de euros	-1.602	-203	-
Beneficio neto				
	millones de euros	3.234	210	-
Beneficio por acción²				
	euros	4,91/4,93	0,31/0,33	-
Dividendo por acción para acciones corrientes/preferentes				
	euros	1,30/1,32	0,30/0,32	-

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

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

BMW Group España – Resultados Económicos 2010

BMW

El mercado del automóvil en España siguió mostrando una situación de inestabilidad a lo largo del año 2010.

El segmento premium obtuvo un crecimiento del 1% gracias al lanzamiento de modelos pequeños.

BMW registró 32.277 matriculaciones, levemente por encima del año 2009 con lo que se situó en una participación del mercado del 3,3% y del segmento premium del 24,1%.

Destacaron las matriculaciones del BMW X1 que en su primer año se situó con 6.165 unidades en el segundo modelo más vendido de la gama BMW después de la Serie 1. Estos dos modelos lideran su clase de los compactos premium. La nueva Serie 5 con los modelos Berlina, Touring y Gran Turismo creció un 30% en comparación con 2009 y fue muy bien recibida por el mercado.

MINI

En cuanto al comportamiento de la marca MINI, cerramos el año 2010 con una cifra de matriculaciones de 8.697 unidades lo que significa un incremento del 4,3% sobre la cifra del año anterior. Este volumen de ventas ha supuesto un mejor comportamiento frente al mercado y al segmento Premium, logrando en ambos casos niveles record en cuota de mercado (0,88%) y de segmento (6,5%).

Estos excelentes resultados se han debido en gran medida a las novedades de producto lanzadas en 2010. Por un lado, la renovación de toda la gama MINI, con nuevos motores (gasolina y diesel) y novedades en diseño interior y exterior. La segunda gran novedad en el año ha sido el lanzamiento de la cuarta carrocería MINI, el nuevo MINI Countryman, el cual, ha tenido una extraordinaria

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

acogida y ha contribuido de manera significativa en la cifra de ventas en la última parte del año.

Con todas las novedades de producto existentes en 2010 hemos podido disponer de la más joven y amplia gama de producto jamás existe en MINI. Respecto al desglose por carrocerías, del total de ventas el 79% corresponde a Hatchback, el 11% a Cabrio, el 4% Clubman y el 6% a Countryman.

BMW Motorrad España

BMW Motorrad España cerró el ejercicio 2010 marcando uno de los hitos más importantes de su historia con 6.942 unidades vendidas, lo que representa un aumento del (+7,51% vs. 2009).

BMW Motorrad se proclamó líder del segmento de más de 500 cc., por primera vez en su historia con una cuota de segmento del 19%, un punto más que en el ejercicio anterior.

En lo referente al sector, el mercado de motocicletas cayó un 7,10% respecto a 2009 situándose en las 54.871 unidades, y el segmento de más de 500cc. creció ligeramente (+2,97) llegando a las 36.273 unidades.

En el 'Top ten' de las diez motos más vendidas por encima de la cilindrada del medio litro, BMW posiciona a cuatro de sus modelos: R1200 GS, R1200 RT, F800 GS y F800 R. Pero, además, en un año tan convulso como el pasado, colocó a dos de sus más emblemáticos modelos como primero y segundo, respectivamente, en la categoría de más de 750 cc: la R1200 GS y R1200 RT.

En el segmento enduro de más de 750 cc, la R1200 GS sigue siendo líder indiscutible con más de 1.400 unidades (modelos Standard y Adventure), y la segunda más vendida por encima del medio litro. Fuera de nuestras fronteras, este modelo sigue arrasando, siendo la moto más solicitada a nivel mundial en 2010 y líder en los principales mercados europeos.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

BMW Financial Services y Alphabet Fleet Services

El ejercicio 2010 ha supuesto la consolidación de BMW Bank en España, tras su creación en 2009. La compañía de renting, Alphabet Fleet Services, terminó el ejercicio gestionando una flota próxima a los 9.000 vehículos.

El resultado de las actividades de financiación y renting a cliente y financiación a concesionarios alcanzó una inversión crediticia neta promedio de 1.528 millones de euros, un 8% menos que el ejercicio anterior, con un volumen de unidades financiadas en el portfolio de 86.516.

Las líneas de crédito concedidas en el año a nuestra red de concesionarios para la financiación de sus stocks de vehículos nuevos, vehículos usados y recambios, así como para la financiación de sus activos e instalaciones ascendieron a 656 millones de euros, facilitando de esta forma el acceso al crédito de la red.

2010 fue un año en el que la cuota de mercado de BMW Financial Services sobre las ventas de la red de concesionarios de BMW Group creció hasta alcanzar el 40% de penetración, lo que supone un 8% más que el año anterior. La cifra de facturación en el nuevo negocio retail de ambas compañías generado en el año alcanzó los 543 millones de euros.

El índice de morosidad sigue siendo inferior a la media del conjunto de financieras situándose en el 5,33%.

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 tiene una red de ventas global con representación en más de 140 países.

Durante el ejercicio de 2010, BMW Group vendió 1,46 millones de automóviles y más de 110.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos de 2010 fue 4.800 millones de euros, de una facturación de 60.500 millones. El 31 de diciembre de 2010 la compañía contaba con una plantilla de aproximadamente 95.500 personas.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. La sostenibilidad ecológica y social a lo largo de toda la cadena de valor añadido, asumir totalmente la responsabilidad de nuestros productos y proporcionar un compromiso inequívoco para la conservación de los recursos son objetivos prioritarios firmemente integrados en nuestras estrategias corporativas. Por estas razones, BMW Group ha sido nombrado líder del sector en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en los últimos seis años.