

Comunicado de prensa

4 de mayo de 2011

BMW Group registra beneficios récord en el primer trimestre

El beneficio antes de resultados financieros crece hasta 1.902 millones de euros

El beneficio antes de impuestos aumenta hasta 1.812 millones de euros

El segmento Automóviles registra un EBIT de 1.708 millones de euros

Margen de EBIT de 11,9% para el segmento Automóviles

BMW Group ratifica los objetivos para este ejercicio

BMW Group continúa con su gran rendimiento y ha alcanzado un nuevo récord de beneficios en el primer trimestre. La facturación del grupo se ha incrementado un 28,9%, hasta 16.037 millones de euros (2010: 12.443 millones de euros). El beneficio antes de resultados financieros (EBIT) de este primer trimestre creció con fuerza hasta 1.902 millones de euros (2010: 449 millones de euros), mientras que el beneficio antes de impuestos (EBT) aumentó hasta 1.812 millones de euros (2010: 508 millones de euros). El beneficio neto del grupo en el trimestre mejoró hasta 1.212 millones de euros (2010: 324 millones de euros). El número total de automóviles vendidos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce se incrementó un 21,3%, hasta 382.758 unidades (2010: 315.614 unidades), la mayor cifra de volumen de ventas del primer trimestre en toda la historia del Grupo.

“BMW Group ha tenido un excelente comienzo en el presente ejercicio. Hemos generado beneficios récord y hemos vendido más automóviles en el primer trimestre que nunca antes. El fuerte crecimiento del volumen de ventas y la rigurosa implementación de la Estrategia Number ONE del Grupo han sido los principales factores detrás de nuestro extraordinario rendimiento”, declaró el miércoles en Múnich Norbert Reithofer, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Objetivo: nivel récord de volumen de ventas, claramente por encima de 1,5 millones de vehículos

Los objetivos globales del año para el Grupo siguen invariables: “BMW Group está claramente en el camino de conseguir nuevos récord de volumen de ventas y beneficios para todo el año. Tenemos como objetivo lograr un volumen de ventas claramente por encima de 1,5 millones de vehículos, así como conseguir un nuevo récord en el volumen de ventas del ejercicio para cada una de nuestras marcas premium BMW, MINI y Rolls-Royce”, siguió Reithofer. El objetivo de BMW Group de alcanzar un margen de EBIT de más del 8% en el segmento Automóviles sigue inalterado. Todos estos objetivos se basan en la previsión de que las condiciones económicas y políticas permanecen estables y que la economía global siga creciendo.

Fuerte crecimiento de los beneficios del primer trimestre en el segmento Automóviles

Las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce han conseguido récord de volumen de ventas en los tres primeros meses del año. Otros factores que han contribuido al fuerte aumento de los beneficios del segmento Automóviles han sido el alto valor de los modelos vendidos, las mejoras en la eficiencia y los mejores precios de venta. La facturación del primer trimestre creció un 34,7%, hasta 14.373 millones de euros (2010: 10.672 millones de euros). El EBIT aumentó hasta 1.708 millones de euros (2010: 291 millones de euros), lo que supone un margen de EBIT del 11,9% para el segmento Automóviles. El beneficio antes de impuestos mejoró hasta 1.605 millones de euros (2010: 220 millones de euros). El free cash flow del segmento Automóviles creció hasta 1.624 millones de euros (2010: free cash flow negativo, 306 millones de euros).

La marca BMW registró un crecimiento del 20,8% en el primer trimestre, con unas ventas de 321.175 vehículos (2010: 265.809 unidades). El nuevo BMW Serie 5 logró un fuerte crecimiento durante el trimestre objeto de este informe, multiplicando por más de dos el volumen de ventas, hasta 85.423 unidades (2010: 39.162 unidades) y sigue siendo el líder mundial del mercado en su categoría. La demanda de los BMW Serie 7 también sigue estando en un alto nivel; las ventas de esta serie en el primer trimestre –el buque insignia de BMW– se incrementaron un 4,0%, hasta 14.817 unidades (2010: 14.245 unidades).

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Los modelos BMW X también siguen teniendo un buen rendimiento. Las ventas en el primer trimestre del BMW X1, por ejemplo, crecieron el 38,6%, hasta 27.238 unidades (2010: 19.657 unidades). El nuevo BMW X3, en el mercado desde noviembre de 2010, continúa siendo popular entre los clientes, casi doblando (+94,1%) su volumen de ventas hasta 22.693 unidades (2010: 11.693). Los BMW X5 siguen siendo líderes del mercado en su segmento, con unas ventas que han repuntado un 1,1%, hasta 23.149 unidades (2010: 22.897 unidades).

La marca MINI también sigue teniendo un gran rendimiento. En total, en los primeros tres meses del año se vendieron 60.860 unidades (2010: 49.526 unidades), lo que supone un incremento del 22,9% respecto al mismo trimestre del año anterior. El MINI Countryman, que se añadió a la familia MINI como cuarto modelo en otoño de 2010, es particularmente popular entre los clientes y registró unas ventas de 16.078 unidades en el trimestre objeto de este informe. Ya se han vendido más de 30.000 unidades desde la presentación del modelo. Las ventas del MINI Cabrio aumentaron un 8,6%, hasta 6.464 unidades (2010: 5.954 unidades). En otoño de 2011, el MINI Coupé se convertirá en el quinto modelo en sumarse a la familia MINI.

En el primer trimestre, las ventas de automóviles de la marca Rolls-Royce se multiplicaron por más de dos, hasta 723 unidades (2010: 279 unidades). EL Ghost sigue siendo particularmente exitoso, con casi 3.000 unidades vendidas desde el comienzo de su comercialización. Durante el trimestre objeto de este informe, el Ghost registró un volumen de ventas de 566 unidades (2010: 158 unidades). El Phantom también registró un fuerte crecimiento (+60,6%), con 106 unidades vendidas en el periodo objeto de este informe (2010: 66 unidades).

BMW registró crecimiento en casi todas las regiones durante los primeros tres meses del año. En total se vendieron en Europa 200.088 automóviles de marca BMW, MINI y Rolls-Royce, un 13,0% más que en el mismo periodo del año anterior. Dentro de esa cifra, las ventas se incrementaron en Alemania un 9,0%, hasta 64.064 unidades, y un 21,7% en Gran Bretaña, hasta 39.259 unidades. También se registró crecimiento en Italia (19.007 unidades; +8,0%), Francia (16.422 unidades; +13,5%) y en España (10.722 unidades; +3,3%).

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

El rendimiento de las ventas en Norteamérica también fue robusto en este trimestre, cuya cifra de automóviles vendidos creció un 17,3%, hasta 71.257 unidades. Las ventas en los EE.UU. crecieron un 18,2%, hasta 65.163 unidades, haciendo de nuevo que éste sea el mayor mercado individual para BMW Group. También se registraron altos porcentajes de crecimiento en Asia, donde se vendieron un total de 90.148 unidades (+53%), incluyendo 58.706 unidades (+71,6%) en China.

Robusto crecimiento del volumen de ventas en el segmento Motocicletas

La facturación del segmento motocicletas en el primer trimestre se incrementó un 13,1%, hasta 397 millones de euros (2010: 351 millones de euros). El EBIT del segmento sumó 31 millones de euros (2010: 32 millones de euros), con lo que estuvo a un nivel similar al año pasado. El resultado del segmento incluye por primera vez beneficios de Husqvarna. Las ventas de motocicletas de las marcas BMW y Husqvarna crecieron un 11,4%, hasta 25.049 unidades (2010: 22.479 unidades), incluyendo 23.109 motocicletas BMW (2010: 20.840; +10,9%) y 1.940 motocicletas Husqvarna (2010: 1.639; +18,4%).

Fuerte incremento de los beneficios del segmento Servicios Financieros

El segmento Servicios Financieros también ha tenido un buen comienzo en 2011, con una facturación que ha crecido un 4,5%, hasta 4.183 millones de euros (2010: 4.004 millones de euros). El beneficio antes de impuestos mejoró hasta 429 millones de euros (2010: 222 millones de euros), en parte reflejando el hecho de que las condiciones de refinanciación han seguido siendo favorables. El número total de contratos gestionados de leasing y renting y de financiación con crédito se incrementó un 4,1%, para situarse en 3.233.567 a 31 de marzo de 2011. El número de contratos nuevos firmados de financiación a crédito y de leasing y renting (276.856) fue un 13,8% superior respecto al del año anterior. Comparado con el año anterior, el negocio de leasing y renting creció un 19,3% y el de la financiación a crédito un 11,5%. El leasing y renting supusieron un 30,3% del negocio nuevo, y la financiación a crédito el 69,7%. En el trimestre, el ratio de pérdidas relacionadas con créditos descendió hasta el 0,55% (2010: 0,65%).

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Plantilla mundial de BMW Group con aproximadamente 96.000 empleados

La plantilla mundial se incrementó un 0,3%, hasta 96.045 empleados a 31 de marzo (2010: 95.787). Con respecto a finales de 2010, ha habido un incremento del 0,6%.

* * *

BMW Group - información general

		Primer trimestre 2011	Primer trimestre 2010	Evolución en %
Entregas a clientes				
Automóviles	unidades	382.758	315.614	21,3
De ellas:				
BMW	unidades	321.175	265.809	20,8
MINI	unidades	60.860	49.526	22,9
Rolls-Royce	unidades	723	279	-
Motocicletas	unidades	25.049	22.479	11,4
De ellas:				
BMW	unidades	23.109	20.840	10,9
Husqvarna	unidades	1.940	1.639	18,4
Plantilla al final del trimestre¹				
		96.045	95.787	0,3
Cash flow operativo				
		2.079	297	-
Facturación				
	millones de euros	16.037	12.443	28,9
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	14.373	10.672	34,7
Motocicletas	millones de euros	397	351	13,1
Servicios Financieros	millones de euros	4.183	4.004	4,5
Eliminaciones	millones de euros	-2.917	-2.585	-
Beneficio antes de resultados financieros				
	millones de euros	1.902	449	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	1.708	291	-
Motocicletas	millones de euros	31	32	-3,1
Servicios Financieros	millones de euros	403	213	89,2
Eliminaciones	millones de euros	-257	-9,4	-
Beneficios antes de impuestos				
	millones de euros	1.812	508	-
De los cuales:				
Automóviles	millones de euros	1.605	220	-

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Motocicletas	millones de euros	30	30	-
Servicios Financieros	millones de euros	429	222	93,2
Eliminaciones	millones de euros	-228	39	-
Impuestos	millones de euros	-600	-184	-
Beneficio neto	millones de euros	1.212	324	-
Beneficio por acción²	euros	1,84/1,84	0,49/0,49	-

¹ 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

² Beneficio por acción de las 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 premium de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo. Opera internacionalmente con 24 instalaciones de producción en 13 países y cuenta con una red de ventas global con representación en más de 140 países.

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

Hace tiempo que el éxito de BMW Group se basa en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. El esfuerzo por 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 son objetivos clave 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.