

Comunicado de prensa
3 de noviembre de 2011

BMW Group continúa en la brecha en el tercer trimestre

El mejor tercer trimestre de la historia de BMW Group.

El beneficio antes de los resultados financieros aumenta hasta los 1.716 millones de euros.

El beneficio antes de impuestos aumenta hasta los 1.644 millones de euros.

El EBIT del segmento Automóviles aumenta hasta los 1.819 millones de euros.

El margen del EBIT del segmento Automóviles aumenta hasta un 11,9%

Reithofer afianza los objetivos de beneficios para el ejercicio completo de 2011.

BMW Group continúa en su trayectoria de éxito. «Hemos registrado el mejor tercer trimestre de la historia de la empresa. Durante este periodo, hemos alcanzado nuevas cifras récord en el volumen de ventas, en la facturación y en los beneficios. Las principales razones de este excelente rendimiento han sido una gran demanda de nuestros vehículos a nivel mundial y unas considerables mejoras en la eficiencia», afirmó el jueves en Múnich Norbert Reithofer, presidente del Consejo de Dirección de BM AG.

La facturación se ha incrementado un 3,8%, hasta los 16.547 millones de euros (2010: 15.940 millones de euros). El beneficio antes de resultados financieros (EBIT) de este tercer trimestre aumentó en un 44,0% hasta los 1.716 millones de euros (2010: 1.192 millones de euros) y el beneficio antes de impuestos (EBT) aumentó un 21,0% hasta los 1.644 millones de euros (2010: 1.359 millones de euros). El beneficio neto del grupo experimentó un aumento de un 23,8% hasta los 1.082 millones de euros (2010: 874 millones de euros). El número de vehículos vendidos durante el periodo de tres meses entre julio y septiembre aumentó en un 9,0% hasta una nueva cifra récord de 399.218 unidades (2010: 366.190 unidades).

También se alcanzaron nuevas cifras récord en el volumen de ventas, en la facturación y en los beneficios durante los primeros nueve meses. La facturación creció un 15,4% hasta los 50.472 millones de euros (2010: 43.731 millones de euros). El EBIT experimentó un fuerte aumento en un 92,8% hasta los 6.474 millones de euros (2010: 3.358 millones de euros), mientras que el beneficio antes de impuestos ascendió hasta los 6.160 millones de euros (2010: 3.166 millones de euros), lo cual corresponde a un aumento del 94,6%. El beneficio después de impuestos de los primeros nueve meses se multiplicó por dos hasta los 4.103 millones de euros (2010: 2.032 millones de euros). El número total de automóviles entregados a los clientes de las marcas BMW, MINI y Rolls-

Royce hasta el final de septiembre se incrementó en un 16,0%, hasta las 1.232.584 unidades (2010: 1.062.216 unidades).

Margen de EBIT de 12,8% para el segmento Automóviles durante los primeros nueve meses

El volumen de ventas de las tres marcas del grupo registró niveles récord en el tercer trimestre y en los primeros nueve meses, hecho que se refleja en el rendimiento de la facturación y de los beneficios para los periodos en cuestión. La facturación del segmento Automóviles en el tercer trimestre se elevó un 8,0% hasta los 15.344 millones de euros (2010: 14.210 millones de euros). El EBIT ascendió un 57,9% hasta los 1.819 millones de euros (2010: 1.152 millones de euros), lo que supone un margen de EBIT del 11,9% para el segmento Automóviles. El beneficio antes de impuestos del segmento aumentó hasta los 1.745 millones de euros (2010: 1.285 millones de euros; un 35,8% más).

La facturación en los primeros nueve meses se incrementó en un 20,3%, hasta los 46.391 millones de euros (2010: 38.551 millones de euros). El EBIT aumentó considerablemente hasta los 5.935 millones de euros (2010: 2.760 millones de euros), lo que supone un margen de EBIT del 12,8% para el periodo. El beneficio antes de impuestos del segmento aumentó hasta los 5.647 millones de euros (2010: 2.443 millones de euros).

La caja operativa generada para los primeros nueve meses alcanzó los 3.035 millones de euros. Ajustada por la aportación de fondos propios a una entidad del segmento Servicios Financieros y por la adquisición de ING Car Lease, la caja operativa generada alcanzó los 3.900 millones de euros aproximadamente. La cifra equivalente para el tercer trimestre fue de 462 millones de euros. La adquisición de ING Car Lease, un mayor gasto de capital asociado a la estacionalidad y un aumento en el capital circulante, junto con los cambios en los modelos del BMW Serie 1 y del BMW Serie 3 fueron algunos de los principales factores que limitaron la caja operativa generada. Ajustada por ING Car Lease, la caja operativa generada en el periodo entre julio y septiembre fue de 711 millones de euros.

El número de automóviles de la marca BMW vendidos en el tercer trimestre aumentó en un 8,2% hasta las 332.066 unidades (2010: 306.982 unidades). Entre enero y septiembre, el volumen de ventas de la marca principal registró un incremento del 14,5% hasta las 1.021.927 unidades (2010: 892.737 unidades); esta es la primera vez que la marca BMW ha superado el millón de unidades en los primeros nueve meses del año.

Los diferentes modelos de la Serie X continuaron demostrando un magnífico rendimiento durante el periodo entre junio y septiembre. Las ventas del BMW X1 aumentaron considerablemente y crecieron en un 30,4%, hasta las 94.294 unidades (2010: 72.294 unidades). El nuevo BMW X3 continuó siendo popular entre los clientes, con un volumen de ventas a nivel mundial de más del doble, hasta alcanzar las 83.754 unidades (2010: 35.252 unidades). El BMW X5 sigue siendo líder del mercado en su

segmento a nivel mundial, con un total de 75.055 unidades (2010: 74.655 unidades) vendidas en los primeros nueve meses.

El panorama es similar para el BMW Serie 5. En total, en los primeros nueve meses del año se vendieron 250.566 unidades (2010: 155.648 unidades), lo que supone un incremento del 61,0% respecto al mismo periodo del año anterior. El BMW Serie 6 registró un volumen de ventas de 5.314 unidades, un aumento del 3,2% frente al año anterior (2010: 5.149 unidades). La Serie 6 Coupé ha estado disponible desde septiembre de 2011 y se espera que genere una mayor demanda durante el último trimestre del año. El BMW Serie 7 continúa demostrando un gran rendimiento, con ventas del buque insignia de BMW que han alcanzado las 48.842 unidades en los primeros nueve meses (2010: 47.349 unidades; un 3,2% más).

El volumen de ventas del BMW Serie 1, el cual ya se está acercando al final de su ciclo de vida de producto, alcanzó las 129.041 unidades entre enero y septiembre (2010: 151.681 unidades). La segunda generación del BMW Serie 1 se lanzó a mediados de septiembre y supondrá un estímulo para la demanda en los tres últimos meses del presente año.

Se vendió un total de 288.077 unidades del BMW Serie 3 durante los primeros nueve meses del año (2010: 295.608 unidades). El nuevo BMW Serie 3 Sedán se presentó al público a mediados de octubre y se lanzará en los mercados a nivel mundial el 11 de febrero de 2012. «La respuesta de los clientes al nuevo BMW Serie 3 ha sido excelente. Confiamos en que el nuevo BMW Serie 3 continuará su historia de éxito de esta serie de modelos», destacó Reithofer.

La marca MINI también alcanzó un volumen de ventas récord, con un aumento de las ventas en el tercer trimestre de un 13,4% hasta las 66.303 unidades (2010: 58.450 unidades). En total, en los primeros nueve meses del año se vendieron 208.216 unidades (2010: 167.751 unidades), lo que supone un incremento del 24,1% respecto al mismo periodo del año anterior. Las ventas del MINI Countryman aumentaron aún más, hasta las 61.986 unidades. El MINI Coupé salió al mercado en septiembre como la quinta variación del modelo.

La marca Rolls-Royce también sigue presentando un gran rendimiento. Durante el tercer trimestre, se entregaron a los clientes 849 unidades (2010: 758 unidades; un 12,0% más). Durante el periodo de nueve meses que finalizó en septiembre, las ventas crecieron en un 41,3% hasta una nueva cifra récord de volumen de ventas de 2.441 unidades (2010: 1.728 unidades).

BMW Group registró crecimiento en sus cifras de volumen de ventas en casi todas las regiones del mundo durante los primeros nueve meses de 2011. En Europa, el número de automóviles vendidos creció en un 10,0% hasta las 635.403 unidades. Las ventas aumentaron un 9,5% en Alemania hasta las 209.772 unidades y un 9,7% en Gran Bretaña, hasta 128.382 unidades. También se registró crecimiento en Italia (54.349 unidades; un 8,3% más) y en Francia (49.233 unidades; un 2,2% más).

Las ventas de los primeros nueve meses en Norteamérica crecieron hasta las 245.903 unidades, un 13,9% por encima de la cifra correspondiente del año anterior. El número de vehículos entregados a los clientes en EE. UU. aumentó en un 14,2% hasta las 219.962 unidades.

BMW Group también registró un crecimiento sostenido en Asia, donde se alcanzó un volumen de ventas de 282.476 unidades (un 36,8% más) en los primeros nueve meses del año. En China, se vendió un total de 178.232 unidades (un 45,9% más). En Japón, el número de automóviles vendidos creció en un 7,6% hasta las 34.591 unidades.

Crecimiento del volumen de ventas y de la facturación en el segmento Motocicletas

El volumen de ventas del segmento Motocicletas creció un 6,5%, hasta las 28.862 unidades (2010: 27.094 unidades), que incluyen 26.312 motocicletas de la marca BMW (2010: 24.493 unidades; un 7,4% más) y 2.550 motocicletas de la marca Husqvarna (2010: 2.601 unidades). La facturación del segmento creció un 14,8% hasta los 334 millones de euros (2010: 291 millones de euros). Como resultado de la reestructuración de Husqvarna Group, el EBIT cayó hasta alcanzar pérdidas de 16 millones de euros (2010: beneficio de 2 millones de euros), mientras que el beneficio antes de impuestos también descendió hasta alcanzar pérdidas de 17 millones de euros (2010: 0 millones de euros).

La facturación en los primeros nueve meses se incrementó en un 9,3%, hasta los 1.181 millones de euros (2010: 1.081 millones de euros). El segmento Motocicletas registró un EBIT positivo de 62 millones de euros (2010: 88 millones de euros) y un beneficio antes de impuestos de 60 millones de euros (2010: 83 millones de euros) en el periodo. El número de motocicletas vendidas en los primeros nueve meses del año aumentó en un 4,7% hasta las 92.972 unidades (2010: 88.768 unidades), las cuales comprenden 86.892 motocicletas (2010: 81.508) de la marca BMW y 6.080 motocicletas (2010: 7.260) de la marca Husqvarna.

Rendimiento positivo del segmento Servicios Financieros

El segmento Servicios Financieros siguió presentando un buen rendimiento en el tercer trimestre de 2011. La facturación del segmento alcanzó los 4.276 millones de euros (2010: 4.278 millones de euros), por tanto continuó en un nivel similar al del año anterior. El beneficio antes de impuestos del segmento mejoró un 11,3% hasta los 354 millones de euros (2010: 318 millones de euros).

La facturación en los primeros nueve meses repuntó un 1,3%, hasta los 12.640 millones de euros (2010: 12.480 millones de euros). El beneficio antes de impuestos experimentó un fuerte aumento de un 66,2% hasta los 1.527 millones de euros (2010: 919 millones de euros).

El número de contratos gestionados de leasing y de financiación con los concesionarios y los clientes minoristas durante los primeros nueve meses se incrementó en un 5,1%,

para situarse en los 3.303.635. El número de los nuevos contratos de leasing y de financiación formalizados desde junio hasta septiembre creció un 10,0% hasta los 882.961 contratos. La actividad de leasing creció un 19,8%, mientras que la financiación de crédito creció en un 6,1%.

Aumentó el número de empleados

La plantilla de BMW Group aumentó durante el periodo que finalizó el 30 de septiembre. La plantilla aumentó a nivel mundial un 4,1% hasta los 100.389 empleados al final del periodo objeto de este informe (2010: 96.402). Una de las razones de este aumento fue la adquisición de ING Car Lease. También se contrataron trabajadores e ingenieros cualificados con el fin de mantener el ritmo de la fuerte demanda actual de vehículos del BMW Group y para centrarnos en el desarrollo de las nuevas tecnologías.

La provisión de formación para gente joven juega un importante papel para el BMW Group, con un total de 1.661 aprendices emprendiendo sus carreras profesionales en el BMW Group durante el tercer trimestre.

Reithofer: en el buen camino de alcanzar los objetivos para el ejercicio completo

En vista de la fuerte demanda de sus automóviles a nivel mundial, el BMW Group sigue confiando plenamente en el rendimiento del ejercicio completo. «Estamos en el buen camino para alcanzar nuestros objetivos para todo el año», declaró Reithofer. La previsión actual sigue siendo que los beneficios del grupo y el volumen de ventas para todo el año 2010 sean significativamente mayores que las del año anterior. «Aún tenemos el objetivo de alcanzar un beneficio antes de impuestos sin precedentes y de aumentar el volumen de ventas en más de un 10% hasta un nuevo máximo de 1,6 millones de vehículos», continuó explicando Reithofer.

La previsión del BMW Group sigue siendo un margen de EBIT por encima del 10% para el segmento Automóviles y un índice de ganancias producidas por el capital (ROCE) de más de un 26% para todo el año. En el segmento Servicios Financieros, el objetivo es alcanzar un aumento significativo en el beneficio antes de impuestos y una rentabilidad sobre fondos propios de por encima del 18%. Todos estos objetivos se basan en la suposición de que las condiciones económicas y políticas así como la economía mundial permanecen estables.

BMW Group sigue teniendo el compromiso de alcanzar sus objetivos de rentabilidad a largo plazo. BMW Group se esfuerza por alcanzar un margen de EBIT sostenible en su segmento Automóviles entre un 8% y un 10% en 2012 y después de dicho año. Sin embargo, dependiendo de la evolución de las circunstancias políticas y económicas, los márgenes actuales pueden terminar por encima o por debajo del intervalo fijado como objetivo.

BMW Group: información general

	Tercer trimestre de 2011	Tercer trimestre de 2010	Evolución en %
Entregas a clientes			
Unidades de automóviles	399.218	366.190	9,0
De ellas: BMW unidades	332.066	306.982	8,2
MINI unidades	66.303	58.450	13,4
Rolls-Royce unidades	849	758	12,0
Motocicletas unidades	28.862	27.094	6,5
De ellas: BMW unidades	26.312	24.493	7,4
Husqvarna unidades	2.550	2.601	-2
Plantilla al final del trimestre ¹	100.389	96.402	4,1
Caja operativa generada² millones de euros	1.534	1.764	-13,0
Facturación millones de euros	16.547	15.940	3,8
De ella: Automóviles millones de euros	15.344	14.210	8,0
Motocicletas millones de euros	334	291	14,8
Servicios Financieros millones de euros	4.276	4.278	0,0
Otras entidades millones de euros	1	1	-
Eliminaciones millones de euros	-3.408	-2.840	-
Beneficio antes de resultados financieros millones de euros	1.716	1.192	44,0
De él: Automóviles millones de euros	1.819	1.152	57,9
Motocicletas millones de euros	-16	2	-
Servicios Financieros millones de euros	364	308	18,2
Otras entidades millones de euros	-153	0	-
Eliminaciones millones de euros	-298	-270	-10,4

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 Segmento Automóviles

Beneficios antes de impuestos millones de euros	1.644	1.359	21,0
De ellos: Automóviles millones de euros	1.745	1.285	35,8
Motocicletas millones de euros	-17	0	-
Servicios Financieros millones de euros	354	318	11,3
Otras entidades millones de euros	-187	40	-
Eliminaciones millones de euros	-251	-284	11,6
Impuestos millones de euros	-562	-485	15,9
Beneficio neto millones de euros	1.082	874	23,8
Beneficios por acción¹ euros	1,64/1,64	1,33/1,33	23,3/23,3

	Junio-septiembre de 2011	Junio-septiembre de 2010	Evolución en %
Entregas a clientes			
Unidades de automóviles	1.232.584	1.062.216	16,0
De ellas: BMW unidades	1.021.927	892.737	14,5
MINI unidades	208.216	167.751	24,1
Rolls-Royce unidades	2.441	1.728	41,3
Motocicletas unidades	92.972	88.768	4,7
De ellas: BMW unidades	86.892	81.508	6,6
Husqvarna unidades	6.080	7.260	-16,3
Plantilla al final del trimestre²	100.389	96.402	4,1
Caja operativa generada³ millones de euros	5.761	4.172	38,1
Facturación millones de euros	50.472	43.731	15,4
De ella: Automóviles millones de euros	46.391	38.551	20,3
Motocicletas millones de euros	1.181	1.081	9,3

¹ Beneficio por acción de las acciones corrientes/preferentes según IAS 33

² 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

³ Segmento Automóviles

Servicios Financieros millones de euros	12.640	12.480	1,3
Otras entidades millones de euros	3	3	-
Eliminaciones millones de euros	-9.743	-8.384	-
Beneficio antes de resultados financieros millones de euros	6.474	3.358	92,8
De él:			
Automóviles millones de euros	5.935	2.760	-
Motocicletas millones de euros	62	88	-29,5
Servicios Financieros millones de euros	1.506	900	67,3
Otras entidades millones de euros	-115	-74	-55,4
Eliminaciones millones de euros	-914	-316	-
Beneficios antes de impuestos millones de euros	6.160	3.166	94,6
De ellos:			
Automóviles millones de euros	5.647	2.443	-
Motocicletas millones de euros	60	83	-27,7
Servicios Financieros millones de euros	1.527	919	66,2
Otras entidades millones de euros	-270	-33	-
Eliminaciones millones de euros	-804	-246	-
Impuestos millones de euros	-2.057	-1.134	-81,4
Beneficio neto millones de euros	4.103	2.032	101,9
Beneficios por acción ¹ euros	6,23/6,24	3,09/3,10	101,6/101,3

¹ Beneficio por acción de las acciones corrientes/preferentes según IAS 33

BMW Group

BMW Group es uno de los fabricantes más prósperos de automóviles y motos en todo el mundo con sus marcas BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles y Rolls-Royce. Como compañía global, BMW Group tiene 25 complejos de producción y ensamblaje en 14 países, y posee una red global de ventas en más de 140 países.

Durante el año financiero 2010, BMW Group vendió 1,46 millones de coches y más de 110.000 motos en todo el mundo. El beneficio bruto en 2010 fue de 4.800 millones de euros de ingresos que ascendieron a 60.500 millones de euros. A 31 de diciembre de 2010, BMW Group contaba con una plantilla de aproximadamente 95.500 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y una actuación responsable. Por ello, la compañía ha impuesto la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad completa sobre el producto y un claro compromiso para conservar los recursos como parte integral de su estrategia. El resultado de sus esfuerzos se ha reflejado en el liderazgo del sector industrial en el Índice de Sostenibilidad del Dow Jones en los últimos siete años.

Más información:

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://facebook/bmwespaña>

Twitter: <http://twitter.com/BMWEspana>

Internet: www.press.bmwgroup.com/es.html

e-mail: press@bmw.es