

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Comunicado de prensa
13 de febrero de 2012

BMW Group firma un exitoso arranque de año

112.163 automóviles vendidos durante el primer mes de 2012.

Mejor enero en la historia de la marca BMW.

Positiva previsión de ventas en los meses venideros.

Fuerte crecimiento en los mercados de Asia y Norteamérica.

BMW Group ha incrementado sus ventas de manera significativa durante el pasado mes de enero. Un total de 112.163 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce fueron entregados a clientes (105.193 vehículos en enero de 2011), lo que supone un crecimiento del 6,6%.

“Hemos completado un exitoso arranque de año, vendiendo más vehículos de la marca BMW que nunca en enero. BMW Group registró fuertes incrementos de ventas en los mercados asiático y norteamericano, entre otros”, dijo Ian Robertson, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG, Responsable de Ventas y Marketing. El nuevo BMW Serie 3 Berlina, cuya comercialización está proyectada en todo el mundo para mediados de febrero, determinará un positivo ímpetu de cara a la continuidad de este crecimiento. “Confiamos que la positiva tendencia en el incremento de nuestras ventas se mantenga en los próximos meses. De hecho, anticipamos incluso mayor dinamismo en el crecimiento durante la segunda mitad de año con el alumbramiento de nuevos modelos”, añadió Robertson.

BMW estrena enero al alza

La marca BMW registró el mes de enero más fuerte de su historia. Las ventas escalaron un 5,9% hasta alcanzar los 96.183 vehículos (90.858 vehículos comercializados en enero de 2011). Con un total de 13.070 entregas a clientes (10.976 en enero de 2011, lo que supone un crecimiento del 19,1%), el nuevo BMW Serie 1 registró un incremento sustancial. A pesar del cambio de modelo, las ventas del BMW Serie 3 se mantuvieron a un excelente nivel con 22.710 unidades (23.475 unidades en enero de 2011, lo que equivale a una merma del -3,3%).

El volumen del BMW X1 se incrementó el 5,6% al situar 7.445 unidades (7.050 unidades en enero de 2011). También el BMW X3 comenzó bien el año con 9.348 unidades vendidas (5.984 unidades vendidas en enero de 2011, lo que supone un crecimiento del 56,2%). Esto mismo es aplicable al BMW X5, que registró un crecimiento del 8,3% en las ventas con 8.872 unidades (8.194 unidades en enero de

2011). También crecieron las entregas del BMW X6, un 5% con 3.372 vehículos (3.211 vehículos en enero de 2011). La sólida demanda del nuevo BMW Serie 6 derivó en 1.106 vehículos vendidos (168 vehículos en enero de 2011). El tope de gama BMW Serie 7 también mostró un buen comportamiento, con un incremento de ventas del 37,1% hasta alcanzar los 5.844 vehículos comercializados (4.263 vehículos en enero de 2011).

MINI completa un fuerte arranque de año

La marca MINI también mantuvo su exitosa tendencia en todo el mundo. Un total de 15.768 vehículos (14.125 vehículos en enero de 2011) fueron entregados a clientes, con un incremento del 11,6%. El MINI Countryman se situó entre los modelos de mayor crecimiento, con un aumento del 59% en sus ventas hasta totalizar 5.575 unidades (3.506 unidades en enero de 2011).

Fuerte incremento en Asia y Norteamérica

En enero, BMW Group registró importantes ganancias de ventas en numerosos países, incluidos Norteamérica y virtualmente en todos los mercados asiáticos. En Asia, las entregas crecieron un 25,6% hasta los 36.422 vehículos (29.006 vehículos en enero de 2011). La dinámica de crecimiento continuó en China, el tercer mercado más grande para BMW Group el año pasado: un total de 26.505 vehículos (20.308 vehículos en enero de 2011) fueron vendidos el mes pasado, lo que supuso un incremento del 30,5%. Otros mercados asiáticos, como Japón (2.731 vehículos; crecimiento del 22,9%) y Corea del Sur (2.100 vehículos; crecimiento del 12,9%) también registraron significativas tasas de crecimiento.

Un total de 22.443 vehículos (20.751 vehículos en enero de 2011) fueron entregados a clientes en el continente americano durante el pasado mes. Esto representa un incremento del 8,2%. En Estados Unidos, el mercado unitario más grande para la compañía, las ventas subieron un 5,8% hasta las 19.739 unidades (18.656 unidades en enero de 2011) en el mes analizado.

BMW Group también registró un fuerte crecimiento en numerosos mercados europeos: las entregas a clientes se incrementaron un 12,4% hasta los 5.445 vehículos (4.845 vehículos en enero de 2011). En Francia el crecimiento fue del 10,6% hasta los 3.342 vehículos (3.022 vehículos en enero de 2011); en Suiza del 34,7% con 1.316 unidades (977 unidades en enero de 2011); en Holanda del 31,8% hasta los 1.550 vehículos (1.176 vehículos en enero de 2011); y en Austria del 19%, hasta situar 1.184 automóviles (995 automóviles en enero de 2011).

BMW Motorrad: crecimiento de ventas del 11,1%

También BMW Motorrad logró un incremento sustancial de ventas durante el pasado enero. Las entregas escalaron un 11,1% hasta alcanzar un total de 5.237 motocicletas

(4.714 motocicletas en enero de 2011). Husqvarna entregó 544 motocicletas a clientes (362 motocicletas en enero de 2011 y un crecimiento del 50,3%).

Las ventas de BMW en enero de 2012 en un vistazo

	Enero de 2012	Enero de 2011	Comp. año anterior
BMW Group Automóviles	112.163	105.193	+6,6%
BMW	96.183	90.858	+5,9%
MINI	15.768	14.125	+11,6%
BMW Motorrad	5.237	4.714	+11,1%
Husqvarna Motorcycles	544	362	+50,3%

BMW Group

BMW Group, con sus marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y Husqvarna, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas más prósperos del mundo. Como compañía global, BMW Group opera en 25 instalaciones de producción y montaje en 14 países y posee una red de ventas global en más de 140 países.

En 2011, BMW Group vendió alrededor de 1,67 millones de coches y más de 113.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el año fiscal 2010 fue de 4,8 billones de euros y los ingresos ascendieron a 60,5 billones. A 31 de diciembre de 2010, BMW Group contaba con una plantilla aproximada de 95.500 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha construido con pensamiento a largo plazo y acciones responsables. La compañía, por tanto, ha establecido una sostenibilidad ecológica y social a través de la cadena de valores, responsabilidad de producto global y claro compromiso de conservar los recursos como parte integral de su estrategia. Como resultado de sus esfuerzos, BMW Group se ha establecido como líder industrial en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones durante los últimos siete años.

Más información:

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://facebook/bmwespana>

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

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

e-mail: press@bmw.es