

Comunicado de prensa
10 de julio de 2015

BMW Group logra un crecimiento constante de las ventas en junio

- Récord en las cifras de ventas mensuales y en lo que va de año
- El total de las entregas en junio fue de 208.813 vehículos, con un incremento del 8,0%
- Se vendieron más de un millón de vehículos en el primer semestre con un incremento del 7,8%
- Las ventas de MINI mensuales y en lo que va de año han aumentado más de un 25%
- Todas las regiones de venta registran globalmente un incremento en las ventas

Las ventas de BMW Group continúan creciendo con 208.813 vehículos de la marca BMW y Rolls-Royce entregados a clientes en junio, un aumento del 8,0% en comparación con el mismo mes del año pasado y un nuevo récord mensual. La compañía ha obtenido las mejores ventas del primer semestre con un incremento del 7,8% hasta un total de 1.099.748 unidades.

"Estamos muy contentos con el crecimiento logrado en el primer semestre del 2015", comentó Ian Robertson, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, Ventas y Marketing de BMW. "A pesar de los obstáculos en algunos mercados, estamos observando un crecimiento general en todo el mundo, en Europa, Asia y el continente americano. Los nuevos coches innovadores que hemos presentado recientemente están saliendo en su totalidad al mercado y estoy convencido de que estas novedades, junto a otros modelos nuevos que tenemos previsto lanzar, garantizarán que esta tasa de crecimiento sostenible continúe en el segundo semestre del año", añadió Robertson.

La marca **BMW** logró un incremento de las ventas del 5,0% en junio con un total de 172.437 vehículos entregados a clientes. En lo que va de año las ventas han aumentado un 5,1% hasta alcanzar un total de 932.041 vehículos.

Las ventas del BMW Serie 1, renovado recientemente, aumentaron un 2,8% en junio con un total de 17.271 unidades entregadas a clientes en todo el mundo. El nuevo BMW Serie 2 continúa incrementando las ventas con 14.514 unidades vendidas el mes pasado. La Serie 4 de BMW, que salió a la venta en 2014, ha experimentado un aumento en las ventas del 42,1% en comparación con el mismo mes del año anterior. Se entregaron a los clientes un total de 16.693 vehículos en junio. Mientras la tendencia global de los todoterrenos continúa, la familia BMW X sigue siendo un importante impulsor del crecimiento para la marca. Un total de 4.910 clientes recibieron un BMW X4 en junio mientras que las ventas del BMW X5 se incrementaron un 33,8%, hasta alcanzar un total de 17.250 unidades, y las entregas del BMW X6 aumentaron un 49,9%, hasta sumar un total de 5.009.

Las ventas de los vehículos BMW i han subido más de un 65% respecto al mismo periodo del año anterior, ascendiendo a un total de 2.071 vehículos mensuales. En el primer semestre de este año, 12.562 clientes recibieron un vehículo BMW i.

La marca **MINI** ha registrado su mejor semestre con 165.938 MINI entregados a clientes y un incremento del 25,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Las ventas de junio han aumentado un 25,4% hasta alcanzar un total de 36.025 vehículos. "Con un fuerte crecimiento de dos dígitos, MINI ha experimentado un comienzo brillante en 2015", afirmó Peter Schwarzenbauer, miembro del Consejo de Dirección de BMW AG, responsable de MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad. "Continuaremos con este impulso en la segunda mitad del año y esperamos que el nuevo MINI Clubman, que presentamos en junio y que saldrá a la venta en octubre, nos aporte aún más clientes nuevos. Con el realineamiento visual y estratégico de la marca que recientemente anunciamos, continuaremos escribiendo la historia de éxito de MINI y lograremos un nuevo récord anual para esta marca", añadió Schwarzenbauer.

Las ventas globales del MINI de 3 puertas aumentaron un 33% en los seis primeros meses del año con un total de 62.599 entregas a clientes. Las entregas a clientes del nuevo MINI de 5 puertas ascendieron a 44.943 vehículos en todo el mundo en el mismo periodo. Las ventas del MINI Cabrio registraron un incremento del 3,3% en comparación con el primer semestre del año anterior con un total de 9.148 unidades vendidas.

Siguiendo con su estrategia de buscar un crecimiento equilibrado en todo el mundo, el Grupo BMW ha logrado de nuevo un incremento de las ventas globales y en todas las regiones.

En **Asia**, las entregas de los modelos de BMW y MINI aumentaron un 4,5% en el primer semestre de 2015 con un total de 336.344 vehículos entregados a clientes en la región. En lo que va de año, las ventas en la China continental se han incrementado un 2,5% con respecto al mismo periodo del año anterior; en 2015, hasta el momento, se han vendido 230.601 vehículos en China. Corea del Sur continúa siendo un impulsor del crecimiento en la región con un total de ventas en los primeros seis meses de 26.158 vehículos, registrando un incremento del 19,1% en comparación con el año anterior. Japón también logró un crecimiento de dos dígitos. Las ventas aumentaron un 10,7% con un total de 33.876 unidades en lo que va de año.

En el **continente americano**, 2015 sigue siendo un buen año con un total de 241.798 vehículos BMW y MINI vendidos hasta el momento y un incremento del 9,5% respecto al mismo periodo del año anterior. En EE.UU., las ventas en los seis primeros meses de 2015 han crecido un 9,6%, con un total de 198.883 vehículos entregados a clientes. Canadá registró un crecimiento de dos dígitos del 16,6% (20.395 unidades) en lo que va de año, al igual que México, donde las ventas se incrementaron un 19% este año (8.093 unidades).

La primera mitad de 2015 también ha sido un éxito en Europa, donde se ha entregado un total de 488.098 vehículos BMW y MINI en los seis primeros meses con un incremento del 9,4%. Gran Bretaña, el cuarto mayor mercado de la compañía, logró un aumento en las ventas del 15,2% en lo que va de año (110.659 vehículos) mientras que Francia mostró un crecimiento positivo en las ventas del 22,6% (38.650 vehículos). Las ventas en Italia han aumentado un 8,5% (35.974 unidades).

Rolls-Royce Motor Cars anunció su segundo mejor rendimiento semestral del volumen de ventas en la historia de la empresa con 1.769 unidades entregadas a clientes (-10,1%). Las cifras de ventas para la marca con sede en Goodwood se vieron afectadas de un modo adverso por la importante disminución del ritmo de crecimiento en el sector del lujo en China, que provocó un efecto negativo en los resultados comerciales. Las ventas en el resto del mundo cumplieron las expectativas y están en línea con el ciclo de planificación de la compañía.

Las ventas globales de **BMW Motorrad** han continuado creciendo en junio, con un total de 15.490 motocicletas y maxi scooters entregados a clientes durante el mes (más del 31,0%). Las entregas totales en el primer semestre del año alcanzan las 78.418 unidades, lo que supone un incremento del 10,5% en comparación con el mismo periodo del año pasado. Las cifras de ventas mensuales y en lo que va de año han establecido nuevos récords de ventas para BMW Motorrad.

Las ventas del Grupo BMW en/hasta junio de 2015 en un vistazo

	06/2015	Vs. 2014	Hasta/inc. 06/2015	Vs. 2014
BMW Group Automóviles	208.813	+8,0%	1.099.748	+7,8%
BMW	172.437	+5,0%	932.041	+5,1%
MINI	36.025	+25,4%	165.938	+25,8%
Rolls-Royce	351	-10,0%	1.769	-10,1%
BMW Motorrad	15.490	+31,0%	78.418	+10,5%

El Grupo BMW

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls Royce, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. Como empresa global, el Grupo BMW opera 30 sedes de producción y ensamblado en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2014, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,118 millones de coches y 123.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2014 fueron de 8,71 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 80,40 mil millones. A 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía unos 116.324 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

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

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWEspana>

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>