

Comunicado de prensa
17 de marzo de 2016

BMW Group lidera la transformación de la movilidad individual con su estrategia NUMBER ONE > Next

BMW Group ampliará su gama de productos BMW i+++ El nuevo BMW iNEXT marcará los estándares de futuras tecnologías +++ El proyecto i 2.0 asegurará el liderazgo en conducción automatizada +++ Los servicios digitales harán la vida móvil más fácil para los clientes +++ Nuevos modelos de lujo planeados para los segmentos más rentables +++ La rentabilidad sigue siendo el punto clave: objetivos marcados hasta 2020 +++ Harald Krüger: combina la excelencia operativa con nueva formas de pensar +++

Múnich. Tras su sexto año de récord consecutivo, BMW Group ha revelado los detalles iniciales de su nueva estrategia. Con su **Estrategia NUMBER ONE > NEXT**, el proveedor líder mundial de productos y servicios Premium para movilidad individual prepara el marco que dará forma al sector del automóvil. BMW Group pretende seguir siendo el impulsor de la movilidad individual Premium. Con un claro enfoque en la gente y en el entorno BMW Group aspira a dar soluciones que sean tan innovadoras como responsables.

“A lo largo de los 100 años de historia, BMW Group siempre se ha reinventado. Como pionera de las nuevas tecnologías, la empresa ha dado forma al cambio, tanto dentro de la industria como en el mundo de la movilidad,” comentaba **Harald Krüger, Presidente del Consejo de Dirección de BMW AG**, en la Conferencia de Prensa Anual de Cuentas en Múnich el miércoles. “Vamos a marcar el estándar con nuestra Estrategia NUMBER ONE > NEXT, tanto ahora como en el futuro. Llevaremos a BMW Group a una nueva era, una en la que transformaremos y daremos forma a la movilidad individual y a todo el sector de forma permanente.”

BMW Group ve los cambios inundando el mundo de la movilidad a través de la digitalización como una excelente oportunidad para hacer la vida móvil más simple, más segura y más cómoda, inspirando así nuevos grupos de clientes completamente nuevos. En los próximos años, el grupo se centrará en aumentar

su **experiencia tecnológica**, expandiendo el alcance de **la conectividad digital entre personas, vehículos y servicios** y reforzando activamente la **movilidad sostenible**.

El punto tecnológico más importante será, por tanto, conseguir avances de forma consistente en los campos de **la movilidad eléctrica y la conducción automatizada**. BMW Group ha demostrado sus credenciales como impulsor pionero y visionario de la innovación con la marca BMW i, de la que ya se han vendido más de 50.000 vehículos, así como con la última versión de su buque insignia, conectado e inteligente, el BMW Serie 7.

BMW iNEXT como símbolo del liderazgo tecnológico

La estrategia de BMW Group se hará realidad entrando en la próxima década en la forma del revolucionario nuevo modelo BMW i, que llevará la movilidad Premium individual a niveles desconocidos hasta el momento. Bajo la enseña de **BMW iNEXT**, BMW Group trae nuevas formas de conducción automática y conectividad digital junto con una nueva generación de movilidad eléctrica, construcción ligera y diseño interior innovador que marcará los estándares de la experiencia de movilidad para el cliente.

“BMW iNEXT será el heraldo de la nueva era de la movilidad,” declaraba Krüger. “Este símbolo de nuestro liderazgo tecnológico demostrará cómo traeremos el futuro de la movilidad a la producción en serie.” También subraya el papel de BMW i como impulsor de la innovación y creador de tendencias tecnológicas para la empresa. La marca desarrolla tecnologías y servicios de futuro, que se transfieren después a la gama de modelos BMW.

El papel líder de BMW i en cuanto a desarrollo ya se ha reflejado en la mayor electrificación de otros modelos. Los actuales híbridos están en su tercera generación y son líderes del mercado tecnológico. Con la cuarta generación, la gama eléctrica se ampliará. El desarrollo de la quinta generación, que traerá más progresos en todas las áreas, ya está en marcha.

Esta transferencia de tecnología es la base de los modelos híbridos **BMW iPerformance models**. A partir de 2016, BMW Group tendrá siete modelos en esta gama, que serán puramente eléctricos, como el BMW i3, o llevarán una

combinación de motor de combustión y motor eléctrico como soluciones híbridas. Otros modelos les seguirán en los próximos años, incluyendo un híbrido **MINI**. Además, al premiado deportivo híbrido BMW i8 se le añadirá un descapotable **BMW i8 roadster**. A finales de 2016, la gama de vehículos eléctricos del grupo se ampliará para incluir un BMW i3 con mayor capacidad de batería y mayor autonomía.

BMW Group también sigue desarrollando **tecnología de celda de combustible de hidrógeno**; los actuales vehículos de prueba alcanzan una autonomía de 700 kilómetros. La empresa cree que en el futuro existirán varios tipos de motores coexistiendo. Esta expectativa se refleja en la actual **arquitectura de vehículo** de BMW Group, que incluye todos los sistemas de motores convencionales y alternativos. Esto garantiza la máxima flexibilidad en todas las etapas del desarrollo y la producción y, gracias a los beneficios de la gran escala, también ofrece eficiencia en los costes.

Proyecto i 2.0 para garantizar un papel líder en la conducción automatizada

El hecho de que BMW Group ya haya hecho tantos progresos en movilidad eléctrica, se debe principalmente al proyecto i, mediante el cual BMW Group se estableció como un auténtico pionero de la movilidad sostenible. El Proyecto i permitió a la compañía recoger la experiencia necesaria en movilidad eléctrica bien pronto, mientras que al mismo tiempo garantizaba que pudiera utilizarse a escala industrial. Con el **proyecto i 2.0**, BMW Group sigue ahora otro camino igualmente ambicioso respecto a la conducción automatizada y completamente conectada. Al reunir las oportunidades potenciales que ofrece la digitalización, BMW Group reforzará su posición como líder tecnológico también en ese campo. Se centrará claramente en **mapas digitales de alta definición, tecnología de sensores, tecnología de nube e inteligencia artificial**, las áreas decisivas para el éxito en este segmento. Con la inversión en HERE, BMW Group ya ha asegurado la disponibilidad de mapas de alta definición.

“Nuestro enfoque es claro, estamos asegurando la posición de BMW Group como líder tecnológico del mercado,” decía **Klaus Fröhlich, miembro del Consejo de Dirección responsable de Desarrollo**. “Con el proyecto i 2.0 lideraremos el campo de la conducción autónoma. Convertiremos proyectos de investigación en nuevos tipos de procesos industriales, llevando la futura tecnología a la carretera. “

Desde octubre de 2015, los clientes pueden experimentar los próximos niveles de innovación en conducción automatizada y una **nueva calidad de movilidad Premium** con el nuevo BMW Serie 7. Equipado con cámara estéreo y cinco sensores de radar, el buque insignia de BMW Group se mantiene en el carril y a una distancia segura del vehículo de delante, incluso rodando a 210 km/h por autopista. El BMW Serie 7 es incluso capaz de conducirse sólo hasta el garaje pulsando un botón, utilizando el Control de Aparcamiento Remoto. Con el control de gestos y su conectividad ampliada, el buque insignia de BMW ya es un referente en cuanto a interfaz de usuario y conectividad.

Para extender aún más su liderato en el campo de la conducción automatizada, BMW Group transferirá estas tecnologías a otros modelos a lo largo de los próximos años. La nueva tecnología de sensores y un software más potente permitirá rápidos progresos en el campo de la conducción automatizada; el BMW iNEXT establecerá una nueva referencia en este área.

La digitalización hace la vida móvil más fácil para los clientes

Las nuevas tecnologías no solamente hacen la conducción más cómoda, también forjan el vínculo entre la movilidad del futuro y todas las demás áreas de la vida. La conectividad es un requisito imprescindible para hacer realidad esta visión, y es precisamente en ese campo en el que **ConnectedDrive** ha establecido los estándares desde hace ya varios años.

“En el futuro, todos los aspectos de nuestros productos, ya sea diseño, manejo o uso diario, se modelarán más que nunca según los deseos de los clientes,” declaraba **Fröhlich**. “Nuestras tecnologías aprenderán a anticiparse a las necesidades de nuestros clientes. Al convertir datos en inteligencia, aumentarán la calidad de vida en un mundo móvil.”

BMW Connected ya actúa como acompañante personalizado para nuestros clientes, ofreciendo una amplia gama de información para sus necesidades de movilidad. El sistema conoce cada vez mejor las rutas favoritas y los hábitos de conducción del usuario, permitiéndole ofrecer avisos sobre carreteras cortadas o atascos y sugerir rutas alternativas.

BMW Group también fue rápido en reconocer la importancia de otros servicios digitales, haciendo que productos como **DriveNow**, **ParkNow** y **ChargeNow** sean factores clave en el futuro éxito de BMW Group. BMW Group anunciará los próximos pasos en la mejora de estos servicios durante este año, expandiendo sus servicios de movilidad de forma consistente y rápida.

Aparte de los servicios que desarrolla por sí mismo, BMW Group también está invirtiendo en varias “start-ups” y proveedores de servicios prometedoras a través de **BMW i Ventures**. Esta entidad permite al grupo identificar y responder rápidamente a las **tendencias mundiales de movilidad**, una ventaja crucial en vista del ritmo y ciclos de desarrollo mucho más rápidos en el sector de la Ti en comparación con el mundo de la automoción.

El negocio tradicional continuará desempeñando un papel significativo

Las nuevas tecnologías y los servicios digitales cambiarán las áreas de negocio de hoy. Pero los largos e intensos ciclos de inversión que existen en el sector, combinados con la larga vida útil del producto, suponen que esos cambios no ocurrirán de forma abrupta. BMW Group espera una transformación que ganará impulso gradualmente, pero se llevará a cabo a lo largo de un periodo de tiempo largo y se desarrollará de formas distintas en las diferentes regiones. Eso ya se refleja claramente en las actuales arquitecturas de vehículo de BMW Group, que incluyen todos los sistemas impulsores convencionales y alternativos.

Un ejemplo de ello es **el motor de combustión**, que seguirá jugando un papel importante todavía durante muchos años. Por tanto, no se abandonarán los esfuerzos de BMW Group para mejorar la eficiencia de los procesos establecidos y optimizar continuamente las tecnologías utilizadas. Bajo el nombre de **EfficientDynamics NEXT**, el trabajo de desarrollo de las actuales tecnologías de motor continúa sin descanso, buscando siempre formas de mejorar la eficiencia de los motores de combustión.

“Nuestra clave para el éxito en el futuro es un enfoque dual: necesitamos administrar nuestro actual negocio a la perfección, continuando con el crecimiento por objetivos, para garantizar las inversiones y el espacio necesario que necesitamos para alcanzar el éxito, mañana y después,” explicaba Krüger. Estamos trabajando para dar forma nosotros mismos al futuro de la movilidad al

fusionar la excelencia operativa y nuevas formas de pensamiento en una organización.”

Nuevos modelos para BMW y BMW M

A nivel de producto, BMW Group sigue emulando su exitosa estrategia en el segmento de la gama media y alta en la categoría Premium. El BMW Serie 3 y el BMW Serie 5, incluyendo sus versiones derivadas, han obtenido y conservado desde hace tiempo el **liderato en el segmento** gracias a la innovación técnica, la gran calidad del producto y el diseño emotivo.

Tras liderar el segmento Premium durante más de diez años consecutivos, la marca BMW está ahora preparada para reforzar su posición de forma sostenible en lo más alto de su gama de producto, donde los ratios de beneficio son más altos. “Ampliaremos nuestra gama de modelos con el **BMW X7**,” dijo Krüger. “También estamos estudiando a fondo el potencial adicional de este segmento altamente atractivo.”

La BMW M también trabaja para continuar con sus 40 años de historia de éxitos con su gama de vehículos emotivos y codiciados. Desde que se fundó en 1972, la legendaria M GmbH ha sido pionera en los vehículos de alto rendimiento, produciendo vehículos que ofrecen un rendimiento sin parangón, precisión ágil y la presencia para dominar la carretera. Mientras el legendario M1 (1978) se sigue recordando, el último en llegar a la gama, el **BMW M2**, está impresionando tanto a la prensa como al público con su soberbia dinámica de conducción y su rendimiento superior, ampliando la gama de producto BMW M en un segmento que está creciendo mucho actualmente. Otra **expansión de la gama de productos M** ya está siendo planeada. Además, BMW Group pretende ampliar su gama de potentes modelos **M Performance** dentro del segmento de mayor cilindrada, con vistas a capitalizar el crecimiento y el potencial de beneficio de la marca BMW M.

El futuro de los automóviles de lujo ya está tomando forma a medida que **Rolls-Royce Motor Cars** empieza a probar su nueva arquitectura con bastidor de aluminio, que se incluirá en todas las futuras líneas de modelo de Rolls-Royce. Esa es la primera fase de un desarrollo que verá una nueva generación de coches Rolls-Royce disponibles a primeros de 2018.

Sobre la base de su extensa estrategia, el segmento **BMW Motorrad** lucha por mantener su crecimiento rentable y sostenible durante los próximos años. Su objetivo estratégico es entregar 200.000 vehículos a clientes en 2020. Como parte de su nueva estrategia de producto, BMW Motorrad también entrará en el segmento de motos de menos de 500cc con su nueva BMW G 310 R.

BMW Group aumenta sus objetivos de rentabilidad

El grupo se sigue centrando en el crecimiento rentable y la búsqueda continua de la eficiencia. A pesar de niveles de inversión considerables y gastos adelantados en las nuevas tecnologías y los mayores costes de cumplir los requisitos cada vez más rigurosos de la normativa, BMW Group sigue teniendo como objetivo un **margen EBIT de entre el 8 y el 10% en el sector de la automoción**. El segmento de Servicios Financieros sigue teniendo como objetivo una rentabilidad sobre recursos propios (RoE) de más del 18%.

“Para nosotros, la estrategia y la rentabilidad están vinculadas inextricablemente,” decía **Friedrich Eichiner, miembro del Consejo de Dirección responsable de Finanzas**. “Nuestra potencia financiera de hoy es la base de nuestro éxito del mañana.”

Para hacer justicia a la cada vez mayor importancia de segmentos distintos al de la automoción y su crecimiento en los beneficios, BMW Group introduce cifras adicionales de rendimiento a partir del año 2017: A nivel del Grupo, la empresa tendrá como objetivo un **margen EBT de al menos el 10%**. El segmento de las motos adoptará un margen EBIT con un rango objetivo de entre el 8 y el 10%. Ambas figuras serán válidas, en principio, hasta 2020.

Los valores son un factor importante para el éxito corporativo

Una estrategia es inútil sin la gente adecuada para implementarla. Por eso BMW Group está convencido de que junto con los progresos tecnológicos, es esencial tener el marco adecuado de **cultura corporativa y de liderazgo** para dar forma al futuro cambio en el mundo de la movilidad.

"Debemos ser capaces de actuar de forma rápida en el mundo digital y estar preparados para correr riesgos," comentaba Krüger.

"Esto solo es posible cuando depositamos nuestra **confianza** en el juicio y las decisiones de nuestros empleados. Lo que a primera vista parece un factor "blando" de hecho tiene un valor económico real para BMW Group."