BMW GROUP THE NEXT 100 YEARS

Comunicación Corporativa

Comunicado de prensa
23 de marzo de 2017

Récords de negocio – liderazgo en innovación para la movilidad del futuro – BMW Group cimienta su éxito

- Ofensiva de producto: BMW Group lanzará 40 modelos nuevos o revisados hasta finales de 2018
- Segmento de lujo: el volumen de ventas crecerá de forma significativa para 2020
- Más movilidad eléctrica: centrado en la flexibilidad
- Objetivos para 2017: Ligero incremento en los beneficios del grupo antes de impuestos, ingresos y volumen de ventas en el segmento de automóviles
- 2016: Récords de ingresos y cifras de negocio
- Krüger: "Completamente centrados en las necesidades de nuestros clientes"

Múnich. Después de conseguir los mejores ingresos y cifras de negocio por séptimo año consecutivo, **BMW Group** quiere continuar con su crecimiento sostenible y rentable, ampliando también su papel como líder en innovación. El negocio principal de la empresa se reforzará con la introducción prevista de nuevos modelos y el trabajo continuo en las áreas estratégicas de movilidad eléctrica y conducción automatizada.

"Una vez más, nuestro objetivo es un récord en volumen de ventas, ingresos y beneficios en 2017", declaraba **Harald Krüger**, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG en Múnich el martes. BMW Group prevé un ligero incremento en las entregas a clientes del sector del automóvil en el actual año fiscal, que tendrían como resultado el correspondiente crecimiento en los ingresos del segmento. También se espera que los beneficios del Grupo antes de impuestos mejoren ligeramente.
Por eso estamos completamente centrados en cumplir los deseos y necesidades de nuestros clientes, con el objetivo de impulsar su entusiasmo por la movilidad a diario con productos y servicios atractivos", comentaba Krüger.

Company
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postal address
BMW AG
80788 Munich

Telephone
+49 89 382 72200

Internet:
www.bmwgroup.com

Con ello en mente, BMW Group rejuvenecerá su gama de productos de forma significativa durante los próximos años. “Queremos lanzar más de 40 modelos, nuevos y revisados, de nuestras tres marcas durante 2017 and y 2018. La nueva ofensiva de productos empezó con éxito con el lanzamiento del nuevo BMW Serie 5 en febrero, subiendo aún más el listón en el segmento de la berlina ejecutiva”, continuaba **Krüger**.

Se pondrá especial énfasis en lo más alto del segmento premium. Para 2020, BMW Group tiene como objetivo un aumento significativo en el volumen de ventas en esa área tras añadir varios nuevos modelos, incluyendo el BMW X7, para complementar el BMW Serie 7.

“Rentabilidad sostenible y liderazgo en innovación van de la mano. Basándonos en nuestra fuerza operativa, tenemos como objetivo conseguir un margen EBIT de entre el 8 y el 10 por ciento en el segmento de automóviles por octavo año consecutivo”, explicaba **Nicolas Peter**, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Finanzas. “Al mantener el rendimiento operativo a un nivel alto de forma constante, y al mismo tiempo centrarnos en las áreas que son cada vez más importantes para los clientes, seguiremos generando recursos suficientes para financiar el gasto que supone dar forma a la movilidad del mañana”. BMW Group está en una posición financiera extremadamente fuerte, con fondos de un total de 13.167 millones de euros a 31 de diciembre de 2016 (2015: 11.383 millones de €). El movimiento de caja generado por el segmento de automóviles durante esos doce meses fue de 5.792 millones de € (2015: 5.404 millones de €).

Arquitecturas muy flexibles como base para la movilidad eléctrica

BMW Group está centrado en presionar con su exitosa estrategia de electrificación. Durante la próxima década, está previsto que haya cambios muy dinámicos en el área de movilidad eléctrica. Sin embargo, no todos los mercados y segmentos se desarrollarán al mismo ritmo y el resultado depende de muchos factores, incluyendo los requisitos legales, que son difíciles de prever hoy. Por tanto, la **flexibilidad** y **la**

capacidad de escalar dentro de una gama fuerte de vehículos eléctricos garantizará el éxito de BMW Group. "Una estrategia de electrificación de éxito debe ser capaz de lidiar con una gama de resultados, incluyendo escenarios tanto optimistas como más cautos. Si lo conseguimos, podremos reconciliar la movilidad sostenible con la rentabilidad sostenible", comentaba **Nicolas Peter**.
BMW Group se estableció desde el principio como pionero de la movilidad eléctrica al embarcarse en el proyecto i en 2007. Junto con su trabajo en el avanzado BMW i3, durante los últimos diez años BMW Group se ha centrado en diseñar arquitecturas de vehículo flexibles y en desarrollar módulos adecuados para albergar el motor eléctrico. "Gracias a este enfoque, para mediados de 2017 – menos de cuatro años después del lanzamiento del BMW i3 – nuestra gama de productos incluirá ocho modelos híbridos enchufables y entregaremos nuestro vehículo eléctrico número 200.000 a lo largo del año", decía **Krüger**.

Por otra parte, BMW Group ha entrado en la segunda década de su estrategia de electrificación y está elevando esa forma de movilidad sostenible y emocionante a nuevos niveles. Por tanto, continuará con la estrategia de seguir con el proyecto i con sus tecnologías y al mismo tiempo crear arquitecturas de vehículo flexibles para permitir la integración sin fisuras de los distintos sistemas de propulsión. En el futuro, además de la tecnología híbrida enchufable, se incorporará la movilidad **completamente eléctrica, impulsada por** batería a las marcas de BMW Group con series de modelos y arquitecturas clave, de forma flexible y escalable. El trabajo que implica el desarrollo del **BMW iNEXT** llevará a una nueva generación de módulos eléctricos y sistemas de propulsión a la producción de serie.

"El MINI eléctrico y el BMW X3 eléctrico marcaran el inicio de la segunda ola de electrificación para BMW Group, beneficiándose de los progresos tecnológicos que estamos realizando actualmente en esa área," dijo **Krüger**. "La estrategia NUMBER ONE > NEXT inicia nuestra trayectoria estratégica para una mayor electrificación y la

dirección del proyecto i durante la próxima década. Incorporaremos la movilidad eléctrica impulsada por batería en nuestras marcas
principales, como ya hemos hecho con éxito con nuestros vehículos híbridos. Al utilizar arquitecturas muy flexibles podemos evitar inversiones duplicadas en plantas y en equipamiento y ser capaces de adaptar nuestra gama de vehículos eléctricos y convencionales a las variaciones de la demanda de forma rápida y eficiente".

Pruebas de conducción altamente automatizada en Europa y EEUU

BMW Group también está trabajando en la conducción automatizada como parte de su proyecto ACES (Autónomos, Conectados, Eléctricos y Servicios / Compartidos). En cooperación con Intel y Mobileye, BMW Group ha diseñado una línea de tiempo para introducir la conducción altamente automatizada con el BMW iNEXT en 2021. Las tecnologías necesarias se probarán en el centro de ciudades como Múnich durante la segunda mitad de este año, manejadas en todo momento, naturalmente, por un piloto de pruebas listo para tomar el mando en cualquier momento.

En 2017, BMW Group también reunirá toda su experiencia de desarrollo en los campos de conectividad de vehículo y conducción automatizada en un nuevo campus situado en Unterschleißheim, cerca de Múnich. La nueva sede albergará a más de 2.000 empleados que trabajarán en los próximos pasos a dar para la conducción completamente automática, que van desde el desarrollo de software a las pruebas en carretera. "Al optar por este campus, se refuerza el papel de Múnich como situación clave y subraya cómo BMW Group y toda la región pueden beneficiarse de los cambios en la industria del automóvil", declaraba **Krüger**.
BMW Group ya puede mirar atrás a un excelente resultado con ACES. Por ejemplo, los actuales BMW Serie 7 y Serie 5 ya están equipados con sistemas de asistencia al conductor de última tecnología. Con ConnectedDrive, BMW Group es líder en oferta digital y ya ha puesto 8,5 millones de vehículos conectados en las carreteras de todo el mundo. Desde el lanzamiento del BMW i3 a finales de 2013, más de 125.000 vehículos eléctricos ya se han entregado a clientes. Con DriveNow, BMW

Group está atendiendo a más de 800.000 clientes en once ciudades europeas y el nuevo servicio de movilidad ReachNow ya ha iniciado con éxito sus operaciones en los EEUU.

Nuevos récords en volumen de ventas, ingresos y beneficios en 2016

BMW Group lograba su objetivo en 2016 con sus mejores cifras hasta la fecha en volumen de ventas, ingresos y beneficios. El volumen de ventas subía un 5,3% hasta un nuevo récord de 2.367.603 unidades (2015: 2.247.485 unidades) en 2016. Con sus tres marcas premium, BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group siguió siendo el fabricante líder de vehículos premium. Las ventas de vehículos eléctricos casi se duplicaron hasta más de 62.000 unidades en 2016. Las ventas del BMW i3 eléctrico han crecido cada año desde que el modelo se presentó en 2013 y BMW Group aspira a vender un total de 100.000 vehículos eléctricos por primera vez en un solo año en 2017.

Los ingresos del Grupo crecieron **hasta** un nivel récord de 94.163 millones de € (2015: 92.175 millones de €; +2,2%) en 2016, más del doble de la cifra de 2005 (€ 46.656 millones de €). El **Beneficio antes de resultados** (EBIT) fue de 9.386 millones de € (2015: 9.593 millones de €), ligeramente por debajo (-2,2%) respecto a la cifra récord del año anterior. **Los Beneficios antes de impuestos** (EBT) subieron un 4,8% hasta un nuevo récord de 9.665 millones de € (2015: € 9,224 millones de €). Los tres segmentos operativos – Automóviles, Motos y Servicios Financieros – lograron un récord de beneficios antes de impuestos en 2016, con lo que todos contribuyeron al crecimiento. El **rendimiento de ventas antes de impuestos (Margen EBT)** del grupo mejoró un 10,3% (2015: 10,0%). Desde el año financiero 2017, BMW Group ha introducido el “rendimiento de ventas” como un indicador adicional y su objetivo es una cifra de al menos 10%. **El beneficio neto del grupo** creció en un 8,0% de un año a otro hasta 6.910 millones de € (2015: 6.396 millones de €), marcando también un nuevo récord para el grupo.

Propuesto un dividendo de 3,50€ por acción ordinaria

En la Junta General Anual el 11 de mayo de 2017, el Consejo de Administración y el órgano supervisor propondrán a los accionistas que el dividendo se aumente hasta 3,50€ (2015: 3,20€) por acción ordinaria y 3,52€ (2015: 3,22€) por acción preferente. El **ratio de distribución** subirá pues al 33,3% (para 2015: 32,9%), que está dentro del objetivo de BMW Group, entre 30 y 40%. "El compromiso ejemplar de nuestros trabajadores y la confianza total de nuestros accionistas son los impulsores de la historia de éxito de BMW Group", decía **Krüger**. "Por esta razón, estamos pagando un bonus a nuestro personal permanente en Alemania, la mayor cantidad entre nuestros competidores".

La rentabilidad del segmento del automóvil, dentro del rango objetivo

Los **ingresos** del segmento del automóvil subieron un 1,0% hasta 86.424 millones de € (2015: 85.536 millones de €) siguiendo las buenas cifras de volumen de ventas. Sin el impacto reductor de factores de divisas, los ingresos habrían aumentado un 3,1%. El **EBIT fue de** 7.695 millones de € (2015: 7.836 millones de €; -1.8%). El **margen EBIT** llegó al 8,9% (2015: 9,2%), terminando dentro del rango objetivo de entre 8 y 10% o más por séptimo año financiero consecutivo. **El beneficio antes de impuestos del segmento** mejoró en un 5,2% hasta un nuevo récord de 7.916 millones de € (2015: 7.523 millones de €).
En 2016, más de dos millones de vehículos de la marca **BMW** se vendieron por primera vez en un único año. Las entregas a clientes subieron un 5,2% hasta 2.003.359 unidades (2015: 1.905.234 unidades). Una proporción significativa del crecimiento del volumen de ventas se debió al buque insignia de la marca, el BMW Serie 7, y a los modelos BMW X, el primero con un crecimiento del 69,2% hasta 61.514 unidades y estos últimos al ser uno de cada tres vehículos BMW vendidos en 2016. Un total de 644.992 vehículos BMW X se vendieron durante los 12 meses, un 22,3% más que el año anterior. El BMW Serie 2 también ayudó al crecimiento de la marca (196.183 unidades; +24,8%). Presentado en febrero de 2017, el nuevo

BMW Serie 5 se espera que contribuya de forma significativa al crecimiento del volumen de ventas durante este año.

2016 fue el primer año completo para **MINI** desde que se adoptó la nueva estrategia de la marca. Con 360.233 (2015: 338.466) unidades vendidas y un crecimiento interanual del 6,4%, el MINI consiguió sus mejores cifras de volumen de ventas en su historio, con el MINI Clubman y el nuevo MINI Cabrio como los mayores impulsores del crecimiento.

Rolls-Royce Motor Cars logró el segundo mejor resultado de ventas en los 113 años de historia de la marca. El fabricante de coches de lujo con sede en Goodwood vendió 4.011 (2015: 3.785) vehículos, un 6,0% respecto al año anterior, a pesar de las difíciles condiciones del mercado. El rendimiento incluye un récord de ventas en el cuarto trimestre (1.386 unidades; +17,4%). Gran parte de estas ventas se deben al nuevo Rolls-Royce Dawn, del que se vendieron 1.283 unidades en todo el mundo tras su lanzamiento en verano de 2016. La séptima generación del reforzaba su posición en el “pináculo del lujo”, incluso en su último año de producción, el buque insignia de Rolls-Royce destacaba las excepcionales cualidades de este modelo como la base para su sucesor.

En 2016, BMW Group superó la cifra de un millón de ventas de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce en **Europa** por segundo año consecutivo (1.092.155 unidades: +9,2%). Las cifras de ventas para Alemania subieron un 4,5% de un año a otro hasta 298.928 unidades (2015: 286.098 unidades). El negocio en Gran Bretaña también se desarrolló de forma muy positiva, con ventas que subieron hasta las 252,205 unidades (2015: 230.982 unidades; +9,2%).
El ritmo de crecimiento en **Asia** continuó tomando velocidad en 2016. En conjunto, las ventas de las tres marcas del grupo fueron de un total de 747.291 unidades (2015: 685.792 unidades; +9,0%), incluyendo 516.785 unidades (+11,4%) vendidas en China, el mercado más grande de la región (2015: 464.086 unidades).

Dentro de un mercado altamente competitivo, las ventas de los vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce en la región de **América** bajaron hasta 460.398 unidades de un año a otro (2015: 495.897 unidades; -7,2%), incluyendo 366.493 unidades vendidas en EEUU (2015: 405.715 unidades; -9,7%).

Las ventas del segmento de motos superan los dos mil millones por primera vez

2016 también fue un año de récord para el **Segmento Motos**. El número de motocicletas y maxi-scooters entregados a clientes subió un 5,9% hasta 145.032 unidades (2015: 136.963 unidades) – el sexto récord en volumen de ventas consecutivo. Los cinco mayores mercados de BMW Motorrad fueron Alemania, EEUU, Francia, Italia y España. Como parte de su nueva estrategia, BMW Motorrad está en proceso de expansión de su gama de modelos, con un objetivo de volumen de ventas de 200.000 unidades para 2020.

Los ingresos crecieron un 4,0% hasta los 2.069 millones de € (2015: € 1.990 millones de €), superando la cifra de dos mil millones por primera vez. El **EBIT** aumentó un 2,7% hasta alcanzar los 187 millones de € (2015: 182 millones de €). Como en el segmento del automóvil, BMW Group tiene también como objetivo un margen **EBIT** en un rango de entre el 8 y el 10% en el segmento de motos a partir de 2017. El margen conseguido en 2016 fue del 9,0%. El beneficio antes de impuestos creció hasta los 185 millones de € (2015: 179 millones de €; +3,4%).

Récord de ganancias en el segmento de Servicios Financieros

El segmento de Servicios Financieros también siguió teniendo un buen rendimiento en 2016. Durante el año pasado, 1.811.157 (2015: 1.655.961) **nuevos contratos** se concluyeron con clientes individuales, un aumento del 9,4%. La **cantidad** de contratos financieros y de alquiler creció un 8,4% hasta los 5.114.906 (2015: 4.718.970) contratos, superando los cinco millones por primera vez.

Los ingresos del segmento subieron un 8,2% hasta los 25.681 millones de € (2015: 23.739 millones de €). **El beneficio antes de impuestos** se incrementó en un 9,7% hasta 2.166 millones de € (2015: 1.975 millones de €), superando los dos mil millones de euros por primera vez.

Aumento de la plantilla y el número de aprendices

La **plantilla de trabajadores** creció en un 2,0% en 2016. Al final del periodo, había 124.729 empleados en BMW Group en todo el mundo (2015: 122.244 personas). El ligero aumento interanual se debió a varios factores, incluyendo la necesidad de más personal cualificado para trabajar en el desarrollo de la movilidad eléctrica, así como en la digitalización y al crecimiento en el negocio de servicios financieros. La expansión sistemática de los servicios de movilidad también contribuyó al aumento del tamaño de la plantilla.
BMW Group sigue poniendo un gran énfasis en sus actividades de formación. En conjunto, más de 4.600 jóvenes de todo el mundo estaban empleados en programas de formación profesional y formación para jóvenes talentos a 31 de diciembre de 2016.

BMW Group – resumen		**2016**	**2015**	**Cambio en %**
Volumen de ventas				
Automóvil	Unidades	**2,367,603**	**2,247,485**	**5.3**
De ellos: BMW	Unidades	2,003,359	1,905,234	5.2
MINI	Unidades	360,233	338,466	6.4
Rolls-Royce	Unidades	4,011	3,785	6.0
Volumen de ventas Motos	Unidades	**145,032**	**136,963**	**5.9**
Plantilla 1		**124,729**	**122,244**	**2.0**
Margen EBIT Segmento automóvil	Porcentaje	8.9	9.2	-0.3 %puntos
Margen EBIT segmento motos	Porcentaje	9.0	9.1	-0.1 %puntos
Margen EBT BMW Group	Porcentaje	**10.3**	**10.0**	**+0.3 %puntos**
Ingresos	millones de €	**94,163**	**92,175**	**2.2**
De ellos: Automóviles	millones de €	86,424	85,536	1.0
Motos	millones de €	2,069	1,990	4.0
Servicios financieros	millones de €	25,681	23,739	8.2
Otras entidades	millones de €	6	7	-14.3

Eliminaciones	millones de €	-20,017	-19,097	-4.8
Beneficios antes de resultados (EBIT)	millones de €	**9,386**	**9,593**	**-2.2**
De ellos: Automóviles	millones de €	7,695	7,836	-1.8
Motos	millones de €	187	182	2.7
Servicios financieros	millones de €	2,184	1,981	10.2
Otras entidades	millones de €	-17	169	-
Eliminaciones	millones de €	-663	-575	-15.3
Beneficio antes de impuestos (EBT)	millones de €	**9,665**	**9,224**	**4.8**
De ellos: Automóviles	millones de €	7,916	7,523	5.2
Motos	millones de €	185	179	3.4
Servicios financieros	millones de €	2,166	1,975	9.7
Otras entidades	millones de €	170	211	-19.4
Eliminaciones	millones de €	-772	-664	-16.3
Impuestos	millones de €	**-2,755**	**-2,828**	**2.6**
Beneficio neto	millones de €	**6,910**	**6,396**	**8.0**
Ganancias por acción [2]	€	**10.45/10.47**	**9.70/9.72**	**7.7/7.7**

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 31 sedes de producción y ensamblaje en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,367 millones de coches y 145.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos fueron de aproximadamente 9,67 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 94,16 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía unos 124.729 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/+bmwespaña