

## Conferencia anual de prensa 2016 **Tras un año récord, Bosch continúa su ritmo de crecimiento**

2016  
PI9159

### Los servicios complementan, cada vez más, la cartera de productos

- ▶ 2015: récord de ventas de 70.600 millones de euros
- ▶ 2015: El resultado operativo se elevó un 24 por ciento hasta los 4.600 millones de euros
- ▶ 2016: Previsiones de crecimiento de las ventas entre 3 y 5 por ciento
- ▶ La amplia gama de productos es la base para la expansión del negocio de los servicios asociados
- ▶ Industria conectada: el ahorro de costes y las ventas suponen un total de mil millones de euros
- ▶ Perspectivas laborales para 14.000 licenciados universitarios

Stuttgart y Renningen, Alemania - Después de un año récord en 2015, Bosch quiere continuar este año su tendencia de crecimiento. A pesar de un panorama económico contenido y de la incertidumbre geopolítica, el proveedor de tecnología y servicios espera que sus ventas crezcan en 2016 entre un 3 y un 5 por ciento. Bosch quiere seguir creciendo más rápido que los mercados relevantes en los que opera la compañía. Si la desaceleración del primer trimestre se mantiene en determinadas regiones y mercados, el crecimiento de las ventas se situará en el margen inferior del pronóstico. En el tenue entorno de mercado en el que se ha desarrollado el primer trimestre de 2016, Bosch pudo registrar un incremento interanual de las ventas de algo menos de un 3 por ciento o, aproximadamente, un 4 por ciento tras los ajustes relativos al tipo de cambio. Este incremento se logró a pesar del fuerte crecimiento nominal registrado en el primer trimestre de 2015. “Tenemos la intención de crecer no sólo con productos innovadores, sino también con servicios innovadores”, manifestó Volkmar Denner, presidente del Consejo de Administración de Bosch, en el curso de la conferencia anual de prensa celebrada en el [campus de investigación de Bosch en Renningen](#) (Alemania). Y continuó: “Cada vez estamos utilizando más los servicios conectados para construir nuestra amplia base sobre el negocio del hardware”. A medida que lo hace, la empresa se beneficia no sólo de su versatilidad tecnológica, sino también de su industria multisectorial y de su amplia experiencia en

distintas áreas. Como ha explicado Denner, “En el futuro, Bosch no sólo estará interactuando con los coches y las cocinas de sus clientes. Los servicios relacionados harán que seamos un compañero habitual en muchos aspectos de su vida cotidiana”.

### **Ejercicio 2015: alta cifra de ventas y de resultados**

En 2015, las ventas del Grupo Bosch alcanzaron un máximo histórico de 70.600 millones de euros. La completa adquisición del 50 por ciento restante de las dos empresas conjuntas, BSH Hausgeräte GmbH y Robert Bosch Automotive Steering GmbH, impulsó las ventas en cerca de 22.000 millones de euros, equivalentes al 44 por ciento. No obstante, Bosch también experimentó un fuerte crecimiento en sus operaciones, por lo que, calculado sobre una base comparable, las ventas crecieron en torno a un 10 por ciento. Después de ajustar los efectos del tipo de cambio, el aumento de las ventas fue del 3,8 por ciento. Salvo el área empresarial Tecnología Industrial, las demás áreas empresariales experimentaron un crecimiento de dos dígitos y fueron capaces de mejorar su resultado en 2015. Del mismo modo, el resultado alcanzado por el Grupo Bosch, en su conjunto, mejoró una vez más en 2015. El proveedor de tecnología y servicios registró unas ganancias, antes de intereses e impuestos (EBIT), de 4.600 millones de euros, equivalentes a un margen porcentual EBIT del 6,5 por ciento. Esto significa que el EBIT operativo se incrementó en unos 900 millones de euros, equivalentes a un 24 por ciento.

Los efectos extraordinarios tuvieron un impacto positivo en el EBIT de 2015, aunque éstos fueron compensados por una cantidad equivalente de efectos extraordinarios con un impacto negativo. Estos efectos extraordinarios se derivaron de la primera consolidación completa de Automotive Steering y de BSH Haugeräte, así como de la depreciación y las provisiones de fondos en relación con los riesgos legales de la operación. “Nuestro objetivo es desarrollar soluciones innovadoras que ayuden activamente a dar forma a nuestros mercados”, aseguró Stefan Asenkerschbaumer, director financiero y vicepresidente del Consejo de Administración. “El rendimiento de nuestra empresa en el año 2015 demuestra que esta estrategia está dando sus frutos, y vamos a seguir en esta misma línea en 2016”. A pesar de las cargas derivadas de reestructuraciones y de las fuertes inversiones para asegurar su futuro, Bosch tiene como objetivo mantener estables los beneficios en 2016.

### **Servicios para complementar la amplia base de hardware en el futuro**

Más allá de los productos de hardware necesarios para una vida conectada, los objetivos estratégicos de Bosch incluyen soluciones de servicio para todos los aspectos relacionados con la conexión de productos en el llamado Internet de las cosas. En el negocio de la conectividad, la compañía se centra en las “3S’s”: sensores, software y servicios. “Los servicios se están convirtiendo en una parte integral de nuestro negocio de productos. Cada venta de hardware debe de ser seguida

por la venta de los servicios complementarios asociados”, aseguró Denner. Cuando se trata de desarrollar e introducir servicios para el mundo conectado, la amplia cartera de negocios de Bosch ofrece una ventaja particular, al igual que su gran competencia en software y sensores. Denner continuó, "Bosch puede conectar muchas cosas a través de una amplia gama de dominios como ninguna otra compañía puede hacer, por ejemplo, coches con casas, e incluso ciudades enteras”. Casi el 50 por ciento de todas las clases de productos electrónicos fabricadas por Bosch están ya preparadas para conectarse a internet. La compañía tiene previsto ampliar gradualmente el negocio de los servicios existentes en sus cuatro áreas empresariales.

### **Industria conectada: mil millones de euros en ahorro de costes y ventas**

En el mundo de la industria conectada, también conocida como Industria 4.0, Bosch se beneficia, en primer lugar y ante todo, de la propia experiencia práctica por su aplicación en cerca de 250 de sus propias plantas de fabricación. La empresa traslada esta experiencia interna a los servicios que ofrece a terceros. Una de ellas es la Production Performance Manager, que permite visualizar los datos de producción en tiempo real y pone en marcha, de forma autónoma, los procesos de mantenimiento necesarios. Hasta 2020, Bosch espera que la industria conectada pueda alcanzar los mil millones de euros en ahorro de costes y generar unas ventas adicionales de otros mil millones de euros. “La amplia base de Bosch y su presencia internacional hacen que parta en una buena posición de salida en la industria conectada. Podemos conectar la producción de automóviles a gran escala, así como la ingeniería mecánica de pequeña escala, en Asia, Europa y América”, aseguró Denner.

### **Service Solutions: crecimiento anual de las ventas del 15 por ciento**

La recientemente creada división Bosch Service Solutions está registrando ya un fuerte crecimiento. Los cerca de 6.000 empleados de la división trabajan en proyectos como el apoyo a los procesos de negocio de los clientes en una amplia variedad de sectores o para gestionar las llamadas automáticas de emergencia eCall en nombre de los fabricantes de automóviles. En 2015, Global Service Solutions atendió más de 120 millones de llamadas de clientes de más de 1.000 empresas en 30 países, 30 millones más que en el año 2013. Bosch espera que las ventas de la división crezcan a un ritmo del 15 por ciento anual.

### **Smart homes: nuevos productos inteligentes en otoño de 2016**

El aumento de la conectividad va a hacer también la vida más fácil y cómoda en el hogar inteligente. Bosch lanzó su “Smart Home System” a comienzos de año, ofreciendo así una solución sencilla y segura para las [smart homes](#). A lo largo de 2016, aparecerán otros productos adaptados a este sistema. Uno de ellos es un detector de humo que, además de su función habitual, también proporciona mayor seguridad; por ejemplo, cuando los inquilinos están de vacaciones. Bosch espera que

para 2017 el mercado potencial de las smart homes pueda llegar a los 10.000 millones de euros. En 2020, unos 230 millones de hogares, el 15 por ciento de los hogares de todo el mundo, estarán equipados con soluciones inteligentes para el hogar.

### **Mobility Solutions: una App para coche, bicicleta, autobús y tren**

La cartera de productos de Bosch en el área empresarial Mobility Solutions ya se extiende más allá del automóvil. Por ejemplo, Bosch está trabajando con diversos socios tecnológicos en la realización de un asistente de movilidad basado en un software aplicado al transporte intermodal. Ofrece a los usuarios del área de Stuttgart la capacidad de planificar, reservar y comprar los billetes para diversos modos de transporte, incluyendo automóviles, bicicletas, trenes y autobuses, a través de una única aplicación para smartphone. Del mismo modo, el parking conectado también tendrá un fuerte componente de servicio asociado. En la actualidad, la búsqueda de una plaza de aparcamiento en las ciudades alemanas conlleva un promedio de tiempo de diez minutos y representa el 30 por ciento del tráfico en el centro de la ciudad. Las soluciones de Bosch pronto convertirán esta situación en una cosa del pasado. En lo que se conoce como "aparcamiento basado en la comunidad," los propios coches funcionan como si fueran sensores. Los vehículos identifican las plazas libres de aparcamiento en la calle, a medida que van circulando por la ciudad, y van transmitiendo esos datos a la 'nube' de Bosch. La empresa, a su vez, utiliza esta información para generar un mapa en tiempo real que muestra las plazas de aparcamiento disponibles. Y gracias a la 'minería de datos' (data mining) se pueden generar mapas de estacionamiento, en tiempo real, utilizando para ello los datos procedentes de los sensores de tan sólo el 6 por ciento de todos los vehículos que circulen en esos momentos por la ciudad.

### **Bosch IoT Cloud: parte integral del negocio de los servicios**

Un componente capital del negocio de servicios de Bosch es su propia 'nube' denominada "IoT Cloud". Esta 'nube' de Bosch ofrece la infraestructura tecnológica necesaria para escalar soluciones conectadas. En 2016, cerca de 50 aplicaciones de Bosch se ejecutarán ya en la 'nube' de la compañía. El uso de la IoTCloud se extenderá también a los clientes de terceros como un servicio adicional a partir de 2017. La "Bosch IoT Suite" forma el núcleo del software de la 'nube'. Es el cerebro del mundo conectado y ofrece todas las funciones necesarias para conectar entre sí dispositivos, usuarios y empresas. La gestión de grandes volúmenes de datos (big data) permite analizar enormes cantidades de datos en la "suite". Las reglas para la toma de decisiones automáticas se pueden almacenar en la Bosch IoT Suite, por ejemplo, cuándo se deberían reportar los patrones de comportamiento y se tendrían que adoptar las correspondientes acciones preventivas para el mantenimiento de la maquinaria. Bosch y sus clientes manejan ya muchas soluciones y proyectos basados

en esta plataforma. Más de cinco millones de dispositivos y máquinas están actualmente conectados a través de los componentes de la Bosch IoT Suite.

## **El ejercicio 2015 por regiones y áreas empresariales**

### **Asia-Pacífico: débil crecimiento en China**

En Asia-Pacífico - incluyendo África – el Grupo Bosch aumentó sus ventas en 2015 en un 17 por ciento hasta los 19.200 millones de euros (un 2,8 por ciento tras el correspondiente ajuste de los efectos del tipo de cambio). Una cifra por debajo de las expectativas, debido principalmente a la moderada ralentización del crecimiento económico de China y de otros mercados emergentes. No obstante, Bosch ve a largo plazo un gran potencial de negocio en África. En 2015, la compañía continuó ampliando sus actividades en este continente y tiene ahora oficinas propias en diez países africanos.

### **América: fuerte crecimiento en Norteamérica**

En Norteamérica, Bosch fue capaz de beneficiarse de un excelente desarrollo económico de la región. Las ventas registraron aquí un crecimiento del 25 por ciento hasta los 12.700 millones de euros (un 6,7 por ciento después del ajuste por los efectos del tipo de cambio). En Sudamérica, por el contrario, la recesión de Brasil tuvo un fuerte impacto en el negocio de Bosch. En su conjunto, las ventas disminuyeron en torno a un 13 por ciento (un 3,7 por ciento después de ajustar los efectos del tipo de cambio).

### **Europa: buen desarrollo en Europa occidental**

El negocio del Grupo Bosch en Europa evolucionó mejor de lo inicialmente previsto, registrando un aumento de las ventas de un 3,8 por ciento hasta los 37.300 millones de euros en 2015. Las ventas experimentaron una evolución positiva en el mercado local de la empresa, Alemania, donde crecieron un 1,3 por ciento.

### **Mobility Solutions: por encima del crecimiento del mercado**

El área empresarial Mobility Solutions fue capaz de acentuar su crecimiento y mejorar los resultados en 2015. Calculado sobre una base comparable, las ventas aumentaron en un 12 por ciento hasta los 41.700 millones de euros (un 4,6 por ciento después de ajustar los efectos del tipo de cambio). Esto significa que el sector superó considerablemente la producción mundial de automóviles, que creció sólo un 2 por ciento hasta los 92 millones de unidades. El margen de explotación se elevó hasta el 8,4 por ciento.

### **Tecnología Industrial: persistente debilidad en el mercado de la ingeniería mecánica**

El desarrollo del área empresarial Tecnología Industrial refleja la difícil situación existente en el mercado de la ingeniería mecánica. En general, las ventas en esta área se redujeron en un 1,6 por ciento hasta los 6.600 millones de euros (un 6,5 por ciento tras los ajustes derivados de los efectos del tipo de cambio). La contracción de las ventas también se reflejó en el resultado de explotación: Tecnología Industrial terminó 2015 con una pérdida operativa de, aproximadamente, 100 millones de euros. Por el contrario, la división Packaging Technology registró un buen desarrollo.

### **Bienes de Consumo: crecimiento de dos dígitos**

El año pasado fue bueno para el área empresarial de Bienes de Consumo, que registró unas ventas de 17.100 millones de euros. Las ventas de BSH Hausgeräte, por un total de unos 12.600 millones de euros, se incluyeron por primera vez en el balance anual. También a nivel operativo, tanto la división de Electrodomésticos como la de Herramientas Eléctricas tuvieron un buen desarrollo. Calculado sobre una base comparable, las ventas aumentaron en un 10 por ciento anual (5,7 por ciento después de ajustar los efectos del tipo de cambio). El margen operativo del área se incrementó hasta el 7,2 por ciento.

### **Tecnología para la Energía y la Edificación: fuerte crecimiento de las ventas y de los resultados**

El año pasado, el área empresarial Tecnología para la Energía y la Edificación alcanzó un aumento de las ventas considerablemente mayor que en el ejercicio 2014. La facturación se incrementó un 11 por ciento hasta alcanzar los 5.100 millones de euros (un 7,2 por ciento después de ajustar los efectos monetarios). La mejora constante del resultado experimentada por esta área se refleja en el margen alcanzado del 4,4 por ciento.

### **Plantilla: Se buscan especialistas en IT y software**

Al 31 de diciembre de 2015, el Grupo Bosch empleaba a unas 375.000 personas en todo el mundo. La plantilla aumentó el año pasado en unos 17.600 empleados. Los mayores aumentos se registraron en Europa central y oriental, Alemania, Asia-Pacífico y Estados Unidos. En el año en curso, Bosch prevé contratar a cerca de 14.000 licenciados universitarios en todo el mundo, con experiencia en software. Actualmente, casi la mitad de todas las plazas vacantes en Bosch están relacionados con el software.

**Fotos de prensa:** [Enlace](#)

## Contacto para la prensa:

Christine N. Maier

Teléfono +34 91 3279 520

E-Mail: [comunicacion.bosch@es.bosch.com](mailto:comunicacion.bosch@es.bosch.com)

*El Grupo Bosch es una empresa internacional líder en tecnología y servicios. Al 31 de diciembre de 2015, las 375.00 personas que constituyen su plantilla en todo el mundo, generaron unas ventas de 70.600 millones de euros. Las actividades se centran en cuatro áreas empresariales, Mobility Solutions, Tecnología Industrial, Bienes de Consumo y Tecnología para la Energía y la Edificación. El Grupo Bosch está constituido por Robert Bosch GmbH y cerca de 440 filiales o sociedades regionales en, aproximadamente, 60 países. Incluyendo los socios comerciales y de servicios, la red global de fabricación y ventas de Bosch está presente en unos 150 países. La base para el futuro crecimiento de la compañía es su fuerza innovadora. Bosch emplea a 55.800 especialistas en investigación y desarrollo en 118 centros distribuidos por todo el mundo. El objetivo estratégico del Grupo Bosch es proporcionar innovaciones para un mundo conectado. Bosch mejora la calidad de vida de las personas en todo el mundo mediante productos y servicios innovadores que despiertan entusiasmo, es decir, crea tecnología que supone "Innovación para tu vida".*

*La empresa fue fundada en Stuttgart en 1886 por Robert Bosch (1861–1942) como taller de mecánica de precisión y electrotecnia "Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik". La estructura societaria de Robert Bosch GmbH asegura la independencia financiera y la autonomía empresarial del Grupo Bosch. Esta estructura permite a la empresa planificar a largo plazo e invertir lo necesario para asegurar su futuro. El 92 por ciento de la sociedad Robert Bosch GmbH pertenece a la fundación de utilidad pública Robert Bosch Stiftung. La mayoría de los derechos de voto corresponden a Robert Bosch Industrietreuhand KG, la sociedad que se encarga de ejercer las funciones empresariales del grupo. Las demás participaciones se encuentran en manos de la familia Bosch y de Robert Bosch GmbH.*

*En España, el Grupo Bosch cuenta con más de 8.700 empleados y tiene unos 20 emplazamientos. Bosch está presente en España desde el año 1908. Todas las áreas empresariales están representadas: Mobility Solutions, Tecnología Industrial, Bienes de Consumo y Tecnología para la Energía y la Edificación.*

Más información online:

[www.bosch.com](http://www.bosch.com) y [www.bosch-press.com](http://www.bosch-press.com), <http://twitter.com/BoschPresse>.

Facebook: [www.facebook.com/BoschEspana](http://www.facebook.com/BoschEspana)

Twitter: [www.twitter.com/BoschEspana](http://www.twitter.com/BoschEspana)