

BMW Group es una vez más el líder del sector en el Índice de Sustentabilidad Dow Jones.

La empresa automotriz más sustentable del mundo en 2016.

Múnich, 9 de septiembre de 2016. BMW Group fue nombrado una vez más como la empresa automotriz más sustentable del mundo en la clasificación publicada el día de hoy por RobecoSAM AG para los Índices de Sustentabilidad Dow Jones (DJSI, por sus siglas en inglés). BMW Group también es el único de los tres fabricantes de automóviles enlistados que está incluido en este reconocido índice cada año desde 1999.

“BMW Group está celebrando su aniversario número 100 este año. Para nosotros, la sustentabilidad es una parte importante de nuestra identidad y de nuestra estrategia. Hemos logrado mucho en años recientes y continuamos estableciéndonos a nosotros mismos metas concretas para el futuro. Nos complace ser nombrados como el líder del sector una vez más en el Índice de Sustentabilidad Dow Jones. Esto muestra que nuestras actividades continúan teniendo un impacto y que vamos por el buen camino,” afirmó Ursula Mathar, Directora de Sustentabilidad y Protección del Medio Ambiente en BMW AG.

La sustentabilidad está firmemente incorporada en la cultura y en la estrategia corporativa de BMW Group. En 2001, BMW Group se comprometió con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, con el Pacto Mundial de Naciones Unidas y con la Declaración de Producción Más Limpia. También fue la primera empresa en la industria automotriz en designar a un funcionario ambiental en 1973. Hoy en día, el Consejo de Sustentabilidad, que está conformado por todos los miembros del Consejo de Administración, define la alineación estratégica mediante metas vinculantes.

BMW Group adopta un enfoque holístico, implementando la sustentabilidad a lo largo de la cadena de valor. Además de reducir las emisiones de CO₂, su estrategia también se enfoca en lograr progresos continuos en áreas tales como protección ambiental corporativa, sustentabilidad en la cadena de suministro, orientación para el colaborador y compromiso social.

Entre 1995 y 2005, BMW Group tuvo éxito en la reducción de emisiones de CO₂ de sus vehículos nuevos vendidos en Europa (UE 28) en un 40 por ciento. En 2015, sus emisiones de CO₂ promedio en Europa (UE28) se mantuvieron en 127 g/km y a nivel mundial en 147 g/km. La expansión sistemática de trenes de transmisión alternativos en la flota de BMW, combinada con servicios de movilidad innovadores, ha hecho una contribución significativa a este progreso.

Compañía

BMW de México, S.A. de C.V.

Dirección

Paseo de los Tamarindos No.100 Piso 5
Col. Bosques de las Lomas
05120 México D.F.

Teléfonos

52 (55) 9140 8700
Fax: + 52 (55) 9140 8761

Email

Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx

Internet

www.bmw.com.mx

Desde julio de 2016, la alineación de BMW Group ha incluido siete modelos que son completamente eléctricos, como el BMW i3, o que combinan un motor convencional con un motor eléctrico como un híbrido plug-in. Esto señala el claro compromiso de la empresa con la movilidad sustentable.

BMW Group tiene como objetivo ser líder en el uso de energía renovable en la producción y la creación de valor. El 58 por ciento de la electricidad que BMW Group compra alrededor del mundo ya viene de energías renovables. Por ejemplo, BMW opera cuatro turbinas eólicas en su planta de Leipzig, la cual exclusivamente suministra energía para la producción del BMW i3 y del BMW i8. Su planta estadounidense en Spartanburg, Carolina del Sur, utiliza gas metano de un vertedero cercano para generar hasta el 50 por ciento de la energía necesaria para la producción.

En 2015, BMW Group también se convirtió en el primer fabricante de automóviles en Europa en utilizar una camioneta eléctrica de 40 toneladas para transportar materiales en vías públicas.

Otro objetivo de BMW Group es incrementar de forma significativa la transparencia y la eficiencia de recursos mediante su cadena de suministro para 2020. En esta conexión, se evaluaron aproximadamente 1,900 ubicaciones de proveedores por primera vez utilizando un cuestionario de sustentabilidad específico de la industria en 2015. Estas evaluaciones se llevan a cabo para todas las ubicaciones de proveedores nombradas, potenciales y activas.

Una mayor educación y la capacitación de los empleados continúa siendo otra prioridad principal para BMW Group. En 2015, BMW Group invirtió un total de 352 millones de euros en programas de educación y capacitación. La empresa también contrató a más de 1,500 aprendices en todo el mundo. Actualmente, cerca de 4,700 jóvenes están inscritos en programas de capacitación vocacional y desarrollo de talentos en BMW Group, incluidos más de 3,800 en Alemania.

BMW Group también ha estado involucrado en promover el intercambio cultural, tanto dentro como fuera de la empresa, durante muchos años. Junto con la Alianza de Civilizaciones de la Organización de las Naciones Unidas, BMW Group presenta el Premio de Innovación Intercultural a proyectos ejemplares en esta área.

BMW Group también está promoviendo el intercambio entre refugiados clasificados como menores no acompañados, jóvenes locales y empleados de BMW mediante el proyecto "Lifetalk" en su planta de Múnich. El objetivo de esta iniciativa es dar a los jóvenes una mejor idea de posibles carreras profesionales.

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2015, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 247 mil vehículos y alrededor de 137 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2015 fue de aproximadamente 9 mil 22 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 92 mil 18 millones de euros. El 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 122,244 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Para mayores informes favor de contactar a:

BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Paola Félix	paola.felix@bmw.com.mx
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Tellez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Paulina Díaz de Guzmán	paulina.diaz@bmw.com.mx
Tania Gomora	tania.gomora@partner.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup.com/mx.html

Facebook: <https://www.facebook.com/BMWMexico>

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Mexico>

Twitter: <https://twitter.com/#!/BMWMex>

Twitter: <https://twitter.com/#!/MINImexico>

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: http://www.youtube.com/user/BMW_