



## **Entrevista con Oliver Zipse, Presidente del Consejo de Administración de BMW AG: "Llevaremos la sustentabilidad a un nivel completamente nuevo."**

Entrevista con Oliver Zipse sobre la sustentabilidad en BMW Group.

**Múnich.** Cuando se trata de sustentabilidad, las grandes corporaciones tienen un papel clave que desempeñar. BMW Group reconoció este hecho hace mucho tiempo y supera con creces a la competencia de la industria en términos de emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo producido. Pero a medida que los nuevos trenes motrices, tales como los sistemas de propulsión eléctricos ganan impulso, el enfoque para la producción sustentable de vehículos está cambiando. En una entrevista, el Presidente del Consejo de Administración de BMW AG, Oliver Zipse, explica los ambiciosos objetivos de BMW Group y describe qué aspectos de sustentabilidad serán los puntos focales clave en el futuro.

**Sr. Zipse, desde su primera aparición pública como CEO de BMW en el Salón Internacional del Automóvil IAA, ha subrayado la importancia de la protección del clima y el medio ambiente. Ha estado en el puesto casi un año y el mundo está en medio de una crisis como nunca antes hemos visto. ¿Cuánto espacio deja eso para la sustentabilidad?**

La pandemia de COVID-19 ha desviado a la economía mundial en muy poco tiempo, y esto también ha llevado a importantes recortes en varios proyectos de BMW Group. Pero como siempre he dejado claro: no puede comprometerse la protección del clima y el medio ambiente. Es un tema decisivo para el futuro de nuestra sociedad. Por eso es tan importante establecer el rumbo correcto ahora en estos tiempos difíciles. De hecho, incluso estaremos acelerando el ritmo.

**¿Qué significa eso exactamente? BMW Group se había fijado objetivos para la reducción de emisiones en 2020.**

Esos fueron para el consumo de recursos y las emisiones que generamos directamente como empresa, por ejemplo, de la producción. Tuvimos mucho éxito: redujimos el consumo de energía por vehículo producido en más del 40 por ciento e incluso pudimos reducir los desechos y las emisiones de CO<sub>2</sub> en más del 70 por ciento. Tampoco es coincidencia que nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo producido sean mucho más bajas que las del resto de la industria automotriz alemana, por ejemplo. En resumen, ya cumplimos casi todos nuestros objetivos el año pasado. Entonces, pudimos comenzar a desarrollar una estrategia de sustentabilidad completamente nueva para el futuro antes de lo esperado.



### **¿Y a qué se parece?**

No quiero revelar todos los detalles hoy antes de que se tomen las decisiones formales finales, pero puedo decirles que el enfoque es radicalmente holístico: llevaremos el tema de la sustentabilidad a un nivel completamente nuevo. A lo que aspiramos sigue siendo similar: estamos enfocados en tener un impacto real y transparente. Es por eso que una vez más nos estaremos fijando objetivos claros y medibles, pero, esta vez, se extenderán mucho más allá de nuestra esfera de influencia directa.

### **Tendrá que darnos un ejemplo concreto.**

Para contribuir de manera efectiva a la protección del clima, necesitaremos mejorar el equilibrio ambiental general de nuestros productos, desde la materia prima hasta el reciclaje. A medida que la movilidad eléctrica gane más y más impulso, el enfoque de la reducción de CO2 cambiará al valor agregado más arriba y, especialmente, a la producción intensiva de energía de baterías de alto voltaje. Hasta el 40 por ciento de las emisiones de CO2 de un vehículo totalmente eléctrico provienen de la producción de las celdas de baterías por sí sola. Dependiendo de dónde se produzcan y la combinación de electricidad que se use allí, aproximadamente un tercio de estas emisiones provienen del consumo de energía directamente en el fabricante de la celda. Esta es una palanca importante y muy efectiva para reducir el CO2, por lo que es precisamente allí donde enfocamos nuestros esfuerzos.

### **¿Cómo se supone que esto funcione? BMW Group no produce celdas por sí mismo.**

Como líder en sustentabilidad, lo que decimos tiene mucho peso para nuestros proveedores, y luego podemos aprovechar esta reputación. Ahora tenemos un acuerdo contractual con nuestros fabricantes de celdas que utilizarán solo energía verde para producir nuestras baterías de quinta generación. Más adelante este año, lanzaremos esta tecnología con el BMW iX3 y luego la implementaremos en nuestra línea de productos, incluidos el BMW iNEXT y el BMW i4 el próximo año. A medida que aumentan los volúmenes, el uso de energía verde ahorrará alrededor de diez millones de toneladas de CO2 en la próxima década. A modo de comparación, esa es aproximadamente la cantidad de CO2 que emite una ciudad de más de un millón de habitantes, como Múnich, por año.

### **¿Eso significa que las reducciones de CO2 solo vendrán de los proveedores?**

Funciona mejor cuando fabricantes y proveedores trabajan juntos. La única forma en que podemos motivar a nuestros socios para que tomen este tipo de medidas es seguir liderando con el ejemplo. Esto es lo que estamos haciendo muy claramente con nuestra nueva estrategia. Los éxitos que estamos teniendo, aquí y ahora, subrayan la importancia de este tema para nosotros: además de reducir significativamente el consumo de recursos y las emisiones, también estamos en camino de cumplir nuestros objetivos de flota de CO2 en la UE. Este también será el primer año en que las plantas operadas por BMW Group, así como nuestra empresa conjunta BBA en China, obtendrán su electricidad exclusivamente de



fuentes de energía renovables. Nuestros socios saben que no estamos satisfechos con solo hacer anuncios para el futuro distante. Entregamos y continuaremos haciéndolo.

### **¿Cómo puede el público verificar que continúa entregando?**

Esto se llevó a cabo anteriormente a través de nuestro Informe de Valor Sustentable, y es otra área en la que ahora estamos dando el siguiente paso: a partir del próximo año, integraremos el tema de la sustentabilidad en nuestro Informe Anual. Esto no solo envía una señal clara de que consideramos que nuestro modelo de negocio y sustentabilidad son inseparables, sino que también someteremos nuestras actividades de sustentabilidad a una revisión más amplia e independiente que en el pasado.

\*\*\*

### **Acerca de BMW Group**

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 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](http://www.bmwgroup.com)**

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

### **Acerca de BMW Group Latinoamérica**

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador,



Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

**Para mayor información favor de contactar a:**

**Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica**

Vladimir Mello	<a href="mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx">vladimir.mello@bmw.com.mx</a>
Juan Bernardo Vázquez Mellado	<a href="mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com">bernardo.vazquezmellado@bmw.com</a>
Zolveing Zúñiga	<a href="mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx">zolveing.zuniga@bmw.com.mx</a>
Édgar Téllez	<a href="mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx">edgar.tellez@bmw.com.mx</a>
Tania Gómora	<a href="mailto:tania.gomora@bmw.com.mx">tania.gomora@bmw.com.mx</a>

**Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)**

Elizabeth Arreguín	<a href="mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx">elizabeth.arreguin@bmw.com.mx</a>
Julian Argüelles	<a href="mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx">julian.arguelles@bmw.com.mx</a>

**Comunicación Corporativa - Argentina**

Gonzalo Rodiño	<a href="mailto:gonzalo.rodino@bmw.com.ar">gonzalo.rodino@bmw.com.ar</a>
Tania Silva	<a href="mailto:tania.silva@partner.bmw.com.ar">tania.silva@partner.bmw.com.ar</a>

**Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup**

Adriana Olmedo	<a href="mailto:aolmedo@jeffreygroup.com">aolmedo@jeffreygroup.com</a>
Vanessa Angulo	<a href="mailto:vangulo@jeffreygroup.com">vangulo@jeffreygroup.com</a>
Antonio Domínguez	<a href="mailto:adominguez@jeffreygroup.com">adominguez@jeffreygroup.com</a>
Angela Del Castillo	<a href="mailto:adelcastillo@jeffreygroup.com">adelcastillo@jeffreygroup.com</a>
Federico Martínez	<a href="mailto:fmartinez@jeffreygroup.com">fmartinez@jeffreygroup.com</a>
Guillermo García	<a href="mailto:ggarcia@jeffreygroup.com">ggarcia@jeffreygroup.com</a>

**Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup**

Denys Méndez	<a href="mailto:dmendez@jeffreygroup.com">dmendez@jeffreygroup.com</a>
Marisol Borbolla	<a href="mailto:mborbolla@jeffreygroup.com">mborbolla@jeffreygroup.com</a>
Arturo Tobias	<a href="mailto:atobias@jeffreygroup.com">atobias@jeffreygroup.com</a>
Zaira Nolasco	<a href="mailto:znolasco@jeffreygroup.com">znolasco@jeffreygroup.com</a>

**BMW Group PressClub**

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)  
[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)  
[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)