

## **BMW Group se convierte en el primer fabricante Premium en publicar un Informe Integrado de Grupo.**

- **El Informe de BMW Group 2020 combina el Informe Anual y el Informe de Valor Sustentable por primera vez.**
- **Informes transparentes en toda la compañía para todas las partes interesadas.**
- **Validación oficial de los objetivos de CO<sub>2</sub> bajo la Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi).**

**Múnich.** BMW Group se está embarcando en un nuevo capítulo en sus informes: por primera vez, combinará su Informe Anual y su Informe de Valor Sustentable para el año de informe 2020 en un único Informe Integrado de BMW Group. Después de que el Consejo de Administración redefiniera los objetivos centrales de sustentabilidad para la compañía en 2020, los informes integrados marcan el siguiente paso lógico, gracias a la gestión integrada de la empresa. De ahora en adelante, el Informe Integrado se publicará coincidiendo con la Conferencia Anual de BMW Group, describiendo el desempeño económico de la compañía, así como su contribución al medio ambiente y a la sociedad.

Dr. Nicolas Peter, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Finanzas: “El Informe de BMW Group 2020 muestra que nuestro modelo de negocio y la sustentabilidad no pueden separarse. Gestionamos BMW Group de acuerdo con parámetros financieros y no financieros y los informamos de manera transparente todos los años. Como fabricante Premium, buscamos dar un buen ejemplo a la industria y asumir la responsabilidad. Los indicadores clave de desarrollo sustentable reciben la misma ponderación en nuestros informes que las cifras financieras.”

BMW Group ya ha cumplido varios hitos clave en el camino hacia sus objetivos de sustentabilidad hasta ahora: por ejemplo, redujo las emisiones de CO<sub>2</sub> de su nueva flota europea de vehículos en un 53 por ciento entre 1995 y 2020. Desde el año pasado, todas las plantas de BMW Group, en todo el mundo, obtienen el 100 por ciento de su electricidad de fuentes renovables. La compañía también alcanzó un objetivo clave de diversidad en 2020: el porcentaje de mujeres en la dirección de BMW Group actualmente es del 17.8 por ciento y, por lo tanto, está por encima de nuestro rango objetivo del 15 al 17 por ciento.

En julio de 2020, BMW Group se fijó nuevos y ambiciosos objetivos de reducción de CO<sub>2</sub> hasta 2030, que se extienden por primera vez a lo largo de todo el ciclo de vida: desde la cadena de suministro a través de la producción, hasta el final de la fase de uso.

- El objetivo es reducir significativamente las emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo en al menos un tercio en toda la gama. Para la flota de más de 2.5 millones de vehículos producidos por BMW Group en 2019, esto corresponde a una reducción de más de 40 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> a lo largo de su ciclo de vida para 2030.

- Habiendo ya reducido las emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo producido en más del 78 por ciento desde 2006, BMW Group ahora apunta a reducir sus emisiones (Alcance 1 + 2) en un 80 por ciento más de los niveles de 2019 para 2030.
- El objetivo es reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> durante la fase de uso del vehículo en comparación con 2019 en más del 40 por ciento por kilómetro conducido para 2030. La principal palanca para esto será una estrategia de producto de gran alcance con una expansión sistemática de la movilidad eléctrica.
- BMW Group es el primer fabricante de vehículos en establecer objetivos concretos de CO<sub>2</sub> para su cadena de suministro. El objetivo aquí es reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo en al menos un 20 por ciento con respecto a los niveles de 2019. Una de las formas en que BMW Group está trabajando en esto, es haciendo de la huella de carbono un criterio de decisión en sus procesos de adjudicación de contratos.

Desde entonces, los objetivos de CO<sub>2</sub> de BMW Group han sido oficialmente validados por la Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTI por sus siglas en inglés). Esto confirma que los objetivos de sustentabilidad de BMW Group, de acuerdo con los últimos descubrimientos científicos, están ayudando a lograr los objetivos del Acuerdo Climático de París. BMW Group tiene el objetivo a largo plazo de establecer un modelo comercial climáticamente neutro que abarque toda la cadena de valor para 2050.

En los próximos años, la compañía tiene la intención de utilizar el Informe Integrado de BMW Group para documentar su progreso hacia el logro de sus objetivos de manera transparente, de acuerdo con las reglas del Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC por sus siglas en inglés).

El Informe de BMW Group 2020 comprende el Informe de Gestión combinado de BMW AG y BMW Group, así como el informe no financiero basado en los requisitos de la Ley de Implementación de la Directiva de RSE de Alemania (CSR-RUG) para la presentación de informes no financieros. El Informe de BMW Group también documenta cómo se implementaron los objetivos de la estrategia de sustentabilidad de la empresa entre 2012 y 2020.

Los informes integrados de BMW Group cuentan con una base sólida: la compañía ha informado sobre sus medidas para reducir los impactos ambientales desde 2001. BMW Group ha aplicado los estándares de la Iniciativa Global de Informes (GRI por sus siglas en inglés) para informar de su progreso en la sustentabilidad desde 2005 y ha elegido la opción GRI más alta ("Integral") desde 2008. La compañía ha sometido sus Informes de Valor Sustentable a auditoría externa ("garantía limitada") desde el ejercicio 2013. Se han publicado el informe de sustentabilidad y el Informe Anual simultáneamente desde el Informe de Valor Sustentable de 2014.

El Informe de BMW Group 2020 también se publicará en un formato digital que integra contenido audiovisual y gráficos animados en páginas con diseño moderno y claro. Estará disponible a partir del 17 de marzo en:

<https://bericht.bmwgroup.com/>

### **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 2020, BMW Group vendió más de 2.3 millones vehículos y más de 169,000 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 contaba con 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/bmw-group/>

### **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

[vladimir.mello@bmw.com.mx](mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmellado@bmw.com](mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com)

Zolveing Zúñiga

[zolveing.zuniga@bmw.com.mx](mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx)

Edgar Téllez

[edgar.tellez@bmw.com.mx](mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

#### **Comunicación Corporativa - Argentina**

Gonzalo Rodiño

[gonzalo.rodino@bmw.com.ar](mailto:gonzalo.rodino@bmw.com.ar)

Tania Silva

[tania.silva@partner.bmw.com.ar](mailto:tania.silva@partner.bmw.com.ar)

**Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup**

|                                               |                                                                                    |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Adriana Olmedo                                | <a href="mailto:aolmedo@jeffreygroup.com">aolmedo@jeffreygroup.com</a>             |
| Karina Durán                                  | <a href="mailto:kduran@jeffreygroup.com">kduran@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>         |
| María José García                             | <a href="mailto:mgarcia@jeffreygroup.com">mgarcia@jeffreygroup.com</a>             |
| Paula Argandoña                               | <a href="mailto:pargandona@jeffreygroup.com">pargandona@jeffreygroup.com</a>       |
| Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica | <a href="mailto:bmwgrouplatam@jeffreygroup.com">bmwgrouplatam@jeffreygroup.com</a> |

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

|                                            |                                                                                  |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Georgina Vázquez                           | <a href="mailto:gvazquez@jeffreygroup.com">gvazquez@jeffreygroup.com</a>         |
| Eduardo Santiago                           | <a href="mailto:esantiago@jeffreygroup.com">esantiago@jeffreygroup.com</a>       |
| Brenda Rodríguez                           | <a href="mailto:brodriguez@jeffreygroup.com">brodriguez@jeffreygroup.com</a>     |
| Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP | <a href="mailto:bmwplantaslp@jeffreygroup.com">bmwplantaslp@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)  
<http://www.press.bmwgroup.com/argentina/>