

BMW Group en la Cumbre del Clima COP 26 de la ONU en Glasgow: “No más esperas. No más tácticas inteligentes. Es hora de actuar. ¡Ahora!”

- **Oliver Zipse pronuncia un discurso de apertura en el Foro de Innovación Sostenible.**
- **Un enfoque holístico y eficaz para reducir las emisiones de CO2.**
- **La economía circular será clave.**

Múnich / Glasgow. Es un compromiso que nace de la tradición y la responsabilidad: BMW Group ha asistido a todas las cumbres climáticas de la ONU desde 2008. En la COP 26 de este año en Glasgow, la compañía se ve una vez más como un proveedor de soluciones de movilidad innovadoras en la lucha contra el cambio climático. BMW Group trajo consigo el BMW iVision Circular, producido 100% con materiales secundarios, como una clara declaración de sus ambiciones. La compañía también está participando activamente en un diálogo con las partes interesadas y socios en Glasgow, discutiendo tanto los problemas no resueltos como una gama de posibles soluciones.

BMW Group como socio del Foro de Innovación Sostenible.

BMW Group ha sido socio del Foro de Innovación Sostenible (SIF) desde la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en París en 2015. El SIF es uno de los foros económicos más importantes dentro del marco de la COP, que reúne a representantes del sector político, ciudades, ONG, mundo financiero e industria. Por primera vez, el presidente del Consejo de Administración de BMW AG, Oliver Zipse, pronunciará el discurso de apertura del evento de tres días en Glasgow este año, estableciendo prioridades claras: “La clave de la sostenibilidad está en la innovación: en tecnologías innovadoras, pero también en el pensamiento innovador, que no acepta fronteras. Lo más importante es que juntos debemos elegir y seguir un camino firme con metas claras. Siempre según el lema: No más espera. No más tácticas inteligentes. Es hora de actuar. Ahora.”

BMW Group se compromete con el objetivo de neutralidad climática total para 2050.

Cada gramo de CO2 cuenta, sin importar dónde se emita. Deben utilizarse todas las tecnologías disponibles para la reducción. BMW Group se ha fijado un objetivo intermedio firme y verificable para 2030 a lo largo de toda su cadena de valor: reducir las emisiones de CO2 de sus vehículos en al menos un 40%, comenzando con la materia prima, a través de la cadena de suministro, la producción y la fase de uso, hasta el reciclaje. La verificación pública de esta reducción se lleva a cabo a través del Informe Integrado de BMW Group, que documenta los indicadores de desarrollo sostenible con igual ponderación como cifras comerciales clave. BMW Group también es miembro de la Science-Based Targets Initiative (SBTI) y firmó el compromiso "Business Ambition for 1.5 °C" antes de la COP 26. Este es un paso importante, en línea con el objetivo más ambicioso del Acuerdo Climático de París y compromete a la compañía con el objetivo de neutralidad climática total para 2050.

Para 2030, más del 50% de las ventas totalmente eléctricas: MINI y Rolls-Royce totalmente eléctricas en diez años.

BMW Group lanzó el primer automóvil eléctrico producido en Alemania a gran escala, el BMW i3, en 2013. Para 2030, más del 50% de sus ventas anuales de vehículos serán completamente eléctricos. Además, sus dos marcas británicas, Rolls-Royce y MINI, serán exclusivamente eléctricas desde principios de la década de 2030 en adelante. A este respecto, Oliver Zipse subrayó la importancia de construir infraestructura al mismo tiempo: "Incrementar la movilidad eléctrica es el factor más importante en el camino hacia la movilidad climáticamente neutra. Pero incluso en los países industrializados, todavía hay un obstáculo importante: la falta de infraestructura."

Economía circular: la forma más pura del placer de conducir.

Otro punto focal para BMW Group es la economía circular: los seres humanos consumen más de 100 mil millones de toneladas de materias primas cada año, y ese número está aumentando. Además, el procesamiento de muchas materias primas primarias requiere una gran cantidad de energía y, por lo tanto, también de carbono. Es por eso que BMW Group persigue la visión de una economía circular, con el objetivo de mantener las materias primas en el ciclo durante el mayor tiempo posible. El BMW i Vision Circular está en Glasgow tanto como exhibición como para generar debate. Demuestra de forma muy tangible cómo se puede producir un vehículo utilizando materiales 100% secundarios y dónde se encuentran los desafíos.

BMW Group Dialogue 2021: hacer realidad el cambio junto con los socios.

BMW Group ya mantuvo un diálogo con las partes interesadas sobre el tema de la economía circular en Glasgow el 7 de noviembre. Los vehículos de BMW Group actualmente promedian alrededor del 30% de materiales secundarios. De cara al futuro, la empresa apunta a aumentar esta cantidad al 50%. BMW Group discutió cómo se puede lograr esto y qué obstáculos deben superarse con alrededor de 25 partes interesadas internacionales de alto nivel en su evento de diálogo. Junto con el vicepresidente de Sustentabilidad y Movilidad de BMW Group, el Dr. Thomas Becker, el reconocido pionero de Cradle-to-Cradle, el Profesor Michael Braungart también sirvió como catalizador para la discusión.

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 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120,726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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.

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

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Tellez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Alberto Velasco

alberto.velasco@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño

gonzalo.rodino@bmw.com.ar

Tania Silva

tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Natalia Montoya

nmontoya@jeffreygroup.com

Mariana Carrascoza

mcarrascoza@jeffreygroup.com

Claudia González

cgonzalezg@jeffreygroup.com

María José García

mgarcia@jeffreygroup.com

Pamela Navarro

pnavarro@jeffreygroup.com

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Pilar Torres

ptorres@jeffreygroup.com

Georgina Vázquez

gvazquez@jeffreygroup.com

Eduardo Santiago

esantiago@jeffreygroup.com

Rodrigo Mora

rmora@jeffreygroup.com

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html

www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es

www.press.bmwgroup.com/argentina/