

Discurso

**Dr. Joachim Post, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG,
Red de Compras y Proveedores.**

26 de julio de 2022

Día de medios Sustentabilidad 360°

No estamos tan solo hablando, ¡también estamos actuando!

En ese sentido, damas y caballeros, permítanme darles la bienvenida al día de medios "Sustentabilidad 360° de BMW Group".

Ya han escuchado cómo BMW Group está tomando un enfoque de 360° en toda su cadena de valor. Considero importante enfatizar que estamos adhiriéndonos a nuestra estrategia y nuestras metas ambiciosas de sustentabilidad, incluso en estos tiempos inusualmente desafiantes.

La cadena de abastecimiento de proveedores en nuestra red ofrece ventajas importantes y holísticas:

- para la reducción de las emisiones de CO₂,
- para las normas ambientales y sociales,
- y para la eficiencia de recursos y la economía circular.

La División de la Red de Compras y Proveedores ha establecido metas para estas tres prioridades y está implementando medidas concretas con nuestros socios para poder alcanzarlas.

Nuestro objetivo es crear la cadena de abastecimiento más sustentable en la industria automotriz.

La sustentabilidad es una parte integral de todas las actividades de compras. Estamos integrando los requisitos de sustentabilidad en la adjudicación de cada contrato y le damos el mismo peso a estos criterios con demandas de calidad y flexibilidad de volumen.

Consideramos que es importante hacer anuncios, pero también actuar y cumplir nuestras promesas. ¿Cómo se ve a detalle?

El principal tema de atención: Las emisiones de CO₂ en la cadena de abastecimiento. Nuestra meta es reducir 20% de las emisiones en 2030 comenzando en el año basal 2019.

Quizá no parece mucho, pero se trata de revertir la tendencia.

Considerando que más movilidad eléctrica significará, en un principio, más emisiones de CO₂ por vehículo en la cadena de abastecimiento, de hecho, habrá un incremento de más de 40% en

2030. El fondo de esto es que la producción de baterías de alto voltaje y otros componentes de la movilidad eléctrica es muy intensiva en cuestión de energía.

Sin embargo, no sólo queremos detener este incremento, sino que deseamos revertir la tendencia con una disminución de 20% de CO₂ en lugar de un incremento de 40%. En otras palabras: para 2030, reduciremos más de 60% del CO₂ considerando los niveles de 2019. Como pueden ver, la cadena de abastecimiento ofrece muchas ventajas para reducir el CO₂.

Ya hemos establecido algunas medidas. Permítanme darles tres ejemplos:

- La energía verde es una de las estrategias más grandes para reducir las emisiones de CO₂. Por eso, ya hemos firmado más de 400 contratos de energía verde con nuestros proveedores, para tener componentes para nuestros vehículos eléctricos, así como para nuestros vehículos con motores de combustión interna eficiente de combustible.
- Con estas y otras medidas para reducir el CO₂, ya hemos acordado más de 20 millones de toneladas en ahorro de CO₂ con nuestros socios para 2030.
- Lo más importante es que, a partir de este año, también divulgaremos las reducciones de CO₂ que prometieron nuestros proveedores a través de nuestro Informe Integrado de BMW Group, que cuenta con el dictamen de un tercero independiente.

Segundo tema de atención: normas ambientales y sociales.

De manera crucial, también incluye la debida diligencia de los derechos humanos.

Ya hemos implementado la debida diligencia en todos nuestros procesos de licitación desde 2014. El cumplimiento de estos requisitos es una condición de la contratación.

Los proveedores con quienes trabajamos en forma directa están obligados por contrato a:

- respetar los derechos humanos y cumplir con las normas ambientales y sociales,
- implementar sistemas de gestión de seguridad laboral y protección ambiental, y
- exigir estas mismas normas a sus subcontratistas.

También nos preocupa la salvaguarda de materias primas esenciales desde un punto de vista ambiental y de derechos humanos.

Las celdas de las baterías, en especial, requieren varias materias primas esenciales.

Para crear transparencia y rastreabilidad en esta área, nosotros mismos obtenemos el cobalto y el litio necesarios y lo ponemos a disposición de nuestros proveedores de celdas de baterías.

De la misma manera, garantizamos la fijación predecible de precios, lo cual nos permite establecer nuestras normas de sustentabilidad en los contratos, asegurarnos de que la minería y el procesamiento de cobalto y litio se realicen de una manera ecológica y sustentable en cuestión social. Lo vimos por nosotros mismos cuando inspeccionamos las minas en Australia, Argentina y Marruecos.

Al mismo tiempo, también consideramos importantes los proyectos facilitadores en regiones y cadenas de abastecimiento problemáticas donde hemos identificado riesgos.

Por ello, en 2018, nos unimos con otros socios para crear la iniciativa "Cobalto para el Desarrollo" en Congo. Nuestro objetivo es desarrollar la minería artesanal en la región en apego a las normas ambientales y sociales.

Desde principios del año, hemos formado parte de un estudio de minería responsable de litio en América del Sur.

Estamos apoyando la cadena de abastecimiento justa y responsable para la mica, una materia prima clave que se usa en pinturas, entre otras cosas: El año pasado, nos convertimos en miembro activo de la Iniciativa Responsable de Mica (RMI) y también exhortamos a nuestros proveedores para que se unieran a ella.

Además, hemos decidido priorizar los aspectos de sustentabilidad de otras materias primas esenciales, y estamos implementando varias medidas para ello; por ejemplo, la certificación de centros de actividad como minas y plantas de fundición.

También estamos utilizando y participando en otras iniciativas internacionales de normalización para cadenas de abastecimiento.

Por último, el tercer tema de atención: eficiencia de recursos y economía circular.

La eficiencia de recursos comienza en los conceptos técnicos. La eficiencia es un aspecto muy importante de nuestros sistemas. Por ejemplo, a pesar de tener una batería pequeña, el BMW iX ofrece a los clientes mayor autonomía que la que ofrece cualquiera de sus competidores.

Otro aspecto importante es el uso de materiales secundarios. Lo anterior tiene varias ventajas: Conserva los recursos naturales y materias primas esenciales.

Ayuda a evitar violaciones a las normas ambientales y sociales a lo largo de la cadena de abastecimiento.

Y reduce las emisiones de CO₂ de manera importante en comparación con los materiales primarios: alrededor de 80% de aluminio y 50% a 80% de acero y plásticos térmicos.

Por ello, nuestra meta es incrementar el porcentaje de materias primas secundarias por vehículo a partir del 30% en promedio actual hasta un 50%.

Quisiera compartir con ustedes dos ejemplos de cómo vamos en este sentido:

El aluminio tiene buenas propiedades de reciclaje, lo cual es ideal en la fundición de rines viejos como parte de la economía circular. MINI será pionero en este campo a partir del próximo año:

Los rines de aleación ligera para la nueva generación del MINI Countryman ya se fabrican con 70% de aluminio secundario.

Un segundo ejemplo: El creciente porcentaje de vehículos eléctricos con batería aumentará la necesidad de muchas materias primas, incluyendo el cobalto, el níquel y el litio para los autos con baterías de alto voltaje.

Por eso, por primera vez, hemos creado un bucle cerrado para el reúso de estas materias primas a partir de las baterías de alto voltaje en China. Nuestra coinversión en China, BBA, trabaja con un centro de reciclaje local para llevarlo a cabo. Desmantelan las baterías retiradas y recuperan un gran porcentaje de las materias primas para la producción de nuevas celdas de baterías.

La sustentabilidad en las cadenas de abastecimiento requiere de transparencia. Necesitamos saber qué ocurre y dónde, y quiénes están trabajando en forma ardua para lograr la congruencia de datos de un extremo a otro. Podremos lograr un nivel nuevo de transparencia con Catena-X, la plataforma de la industria automotriz para la digitalización de la cadena de valor.

Esta permite el intercambio de información y datos en forma segura, global entre empresas y normalizada, en cumplimiento con el marco contra monopolios. Esto significa que todos los productos, materiales y software en el ecosistema de datos pueden rastrearse a lo largo de la cadena de abastecimiento desde los recursos iniciales hasta el reciclaje. En el futuro, podremos acumular cifras de CO₂ desde la cadena de abastecimiento hasta el vehículo de manera más precisa utilizando cadenas de datos de un extremo a otro. Y en el tema de normas ambientales y sociales, Catena-X nos ayudará a cumplir con la Ley de Cadena de Abastecimiento.

Lo más importante es que hemos estipulado que la participación en Catena-X es un requisito para la adjudicación de contratos futuros con nuestros proveedores, ya que la sustentabilidad sólo se puede alcanzar de manera conjunta.

Damas y caballeros:

La cadena de abastecimiento ofrece ventajas importantes y holísticas para la implementación de las metas de sustentabilidad de BMW Group.

Nuestro objetivo es ambicioso: Queremos crear la cadena de abastecimiento más sustentable en la industria automotriz.

No sólo hablamos, estamos actuando: Nuestro trabajo con nuestros socios en la red de proveedores es constante para implementar medidas adicionales con el fin de reducir el CO₂, cumplir con las normas ambientales y sociales, y lograr la economía circular.

Estamos haciendo que BMW Group sea más sustentable.

¡Gracias!

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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2021 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 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 BMW Group en San Luis Potosí, México; la cual: inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé, que se exporta a todo el mundo; y en 2022 iniciará la producción del BMW M2.

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
Paula Argandoña	paula.argandona@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Julián Argüelles	julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

prensa@bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Joao Veloso	joao.veloso@bmw.com.br
Paula Cichini	paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica	bmwgrouplatam@jeffreygroup.com
---	--

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP	bmwplantaslp@jeffreygroup.com
--	--

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil	grupobmw@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/
www.press.bmwgroup.com/brazil/