

En el mercado a partir de 2023: modelos BMW y MINI con interiores veganos.

- Sustentabilidad en la producción de vehículos a través de materiales innovadores de base biológica para reemplazar las materias primas de origen animal.
- Reemplazar el cuero reduce las emisiones de CO₂e en un 85 por ciento.

Múnich. BMW Group planea lanzar sus primeros vehículos con interiores completamente veganos en 2023. Esto es posible principalmente a través del desarrollo de materiales innovadores con propiedades similares al cuero. También será posible utilizar estos materiales para las superficies de los volantes, que deben cumplir criterios exigentes en lo que respecta a la sensación, la apariencia superior y la resistencia al desgaste. Los interiores completamente veganos estarán disponibles para los modelos BMW y MINI por primera vez a partir de 2023. Por lo tanto, BMW Group satisface la demanda de interiores veganos y sin cuero, que aumentará aún más en el futuro cercano, especialmente en los Estados Unidos, China y Europa.

La reducción de las emisiones de CO₂ durante todo el ciclo de vida de un vehículo es el objetivo central de BMW Group en el camino hacia la neutralidad climática, que debe lograrse a más tardar en 2050. La selección de materiales tiene un papel clave por desempeñar para lograr este objetivo. La sustitución de materias primas de origen animal contribuye significativamente a aumentar la sustentabilidad en la producción de vehículos. La introducción de un nuevo material de superficie para volantes hará que la proporción de componentes de vehículos que contienen trazas de materias primas de origen animal se reduzca a menos del uno por ciento en los respectivos vehículos BMW y MINI. Como resultado, estos materiales ahora solo se encontrarán en áreas que no son visibles para el cliente, por ejemplo, en varias sustancias tipo cera como la gelatina utilizada en los revestimientos protectores, lanolina en pinturas, sebo como aditivo en elastómeros y cera de abejas como fundente para pinturas

BMW Group ha estado ofreciendo durante mucho tiempo varias alternativas de tela al cuero. Ahora, por primera vez, es posible ofrecer un sustituto adecuado del cuero para la interfaz más importante entre el conductor y el vehículo. Las superficies del volante deben cumplir criterios **exigentes en cuanto a apariencia, resistencia al desgaste y durabilidad.** "Con un volante fabricado con un material de superficie vegano de alta calidad, estamos cumpliendo los deseos de nuestros clientes que no quieren hacer concesiones en términos de apariencia, tacto y funcionalidad. El material innovador resiste el desgaste causado por la abrasión, la transpiración y la humedad y **tiene todas las propiedades deseables del cuero**", dice Uwe Köhler, Jefe de Desarrollo de Carrocería, Revestimiento Exterior e Interior de BMW Group. La única característica distintiva del nuevo material será un nuevo efecto granulado en el aro del volante.

Las superficies sin cuero reducen las emisiones de CO₂e en un 85 por ciento.

El hecho de que ahora haya un material de superficie vegano de alta calidad con propiedades equivalentes al cuero real que se usaba anteriormente en la producción de volantes representa otro paso importante hacia la reducción de CO₂. El nuevo material de la superficie del volante reduce las emisiones de CO₂e a lo largo de la cadena de valor en alrededor de un 85% en comparación con el cuero. Hasta ahora, la mayor parte de las emisiones producidas, alrededor del 80 por ciento, eran en forma de gas metano procedente de la ganadería. El 20 por ciento restante correspondió al procesamiento de la piel de vaca, que requiere mucha energía y agua.

La neutralidad climática y la economía circular son las principales prioridades.

Para lograr el objetivo de neutralidad climática, BMW Group confía en el uso de electricidad verde en la producción y en la cadena de suministro, una proporción cada vez mayor de materiales secundarios y materias primas naturales, motores eléctricos y de combustión altamente eficientes y un alto grado de reciclaje. tasa en línea con los principios de una economía circular.

Todo está en los detalles: los tapetes de varios modelos están fabricadas con un solo material, evitando así mezclas de materiales difíciles de reciclar. Como resultado, BMW Group ahorra alrededor de 23,000 toneladas de CO₂ y 1,600 toneladas adicionales de residuos cada año, ya que los tapetes recicladas y el material de desecho también se reutilizan en el proceso de producción.

La investigación y el desarrollo en el campo de las materias primas secundarias y los materiales sustentables son una prioridad máxima. Las futuras generaciones de vehículos ofrecerán otras atractivas alternativas al cuero. BMW Group está trabajando con empresas emergentes para desarrollar materiales innovadores de base biológica. En comparación con los cueros sintéticos que se usaban anteriormente, estos dan como resultado alrededor de un 45 por ciento menos de emisiones de CO₂. Mirum™, que es 100 por ciento de base biológica y libre de petróleo, tiene el potencial de imitar todas las propiedades del cuero tradicional. Otro material nuevo, Deserttex™, está hecho de fibras de cactus pulverizadas con una matriz de poliuretano de base biológica. Con estos materiales se puede combinar la sustitución de materias primas de origen animal con una importante reducción de CO₂.

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

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.br

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

Fabiano Severo

fabiano.severo@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/