

BMW Group prueba la entrega de suministros con camiones que utilizan aceite vegetal hidrotratado como combustible.

- Proyectos piloto con diésel renovable HVO100 en marcha.
- La logística de transporte verde acelera la implementación de la estrategia BMW iFACTORY.
- **Jefe de Logística Nikolaides: "Cada gramo de CO2 que podemos ahorrar ayuda".**

Múnich. El futuro ya está en la Autobahn: entre la Planta de BMW en Múnich y Landau an der Isar, a unos 120 km al noreste, se pueden ver cuatro camiones yendo y viniendo varias veces al día. Son operados por el proveedor de logística Guggemos (GV Trucknet), sus pegatinas verdes proclaman **sus credenciales ecológicas: "Ich tanke HVO100, um CO2 -Emissionen zu senken"** ("Yo uso combustible HVO100 para ahorrar emisiones de CO2"). Entregando suministros justo a tiempo desde Landau a la planta local en Múnich, los camiones han estado funcionando con diésel renovable HVO100 desde diciembre de 2022. Todo es parte de un programa piloto de un año para probar el nuevo combustible. En marzo de 2023, la flota de prueba HVO100 se amplió para incluir otros seis camiones, esta vez pertenecientes a DB Schenker. Viajan entre el Centro de suministro de BMW Group en Eching, justo al norte de Múnich, para entregar piezas del almacén a la planta de la ciudad para la producción: un viaje de ida y vuelta de unos buenos 40 km cada vez.

HVO significa 'aceite vegetal hidrotratado', y el '100' en el nombre del combustible confirma que los vehículos diésel convencionales pueden almacenar el 100 por ciento del combustible renovable puro. El combustible HVO100 está hecho de varios productos de desecho, residuos y materias primas renovables, incluido el aceite de cocina usado. En comparación con el diésel fósil, produce hasta un 90 % menos de CO2 del pozo a la rueda. En promedio, el consumo de combustible es alrededor de un 3 por ciento más alto con HVO100, pero se espera que los diez camiones que actualmente usan el combustible, también conocido como "Neste MY Renewable Diesel", fabricado por la finlandesa Neste, emitán hasta 800 toneladas menos de CO2 al año de lo que lo harían con el diésel convencional.

El proyecto piloto progresivo HVO100 es el siguiente paso en la implementación consistente de la Estrategia de Logística de Transporte Verde de BMW Group, una parte integral de BMW iFACTORY. Michael Nikolaides, Jefe de Logística y Red de Producción de BMW Group, está **convencido: "Cada gramo de CO2 que podamos ahorrar ayuda". Defensor de mantener una mente abierta a todas las tecnologías, agregó: "Seguimos reduciendo la huella de carbono de nuestras cadenas de transporte y suministro a través de una variedad de medidas".** BMW Group ya utiliza camiones eléctricos y de gasolina en varios sitios, y en el Centro de Competencia de Hidrógeno en Leipzig, las bandas transportadores de piso se alimentan con hidrógeno para las operaciones diarias.

Nikolaides ve algunas ventajas importantes en el uso simple del HVO100: los vehículos y los motores no requieren modificaciones para funcionar con el combustible ecológico, y el HVO se

puede usar puro o mezclado con combustible fósil en cualquier proporción. También se puede suministrar a través de la infraestructura de la estación de combustible existente.

El socio de BMW Group en el actual proyecto piloto HVO100 es la empresa finlandesa Neste. Su aceite vegetal hidrotratado se basa en su tecnología patentada NEXBTL y se produce exclusivamente a partir de materias primas renovables, con aceites vegetales que se convierten en hidrocarburos a través de una reacción catalítica con hidrógeno. Sin embargo, el diésel HVO no es lo mismo que el biodiésel, que es químicamente diferente y se produce mediante un proceso diferente.

Al utilizar el nuevo combustible en la logística del transporte, BMW Group tiene la intención de descubrir cómo funciona el diésel renovable en las operaciones diarias y qué tan rentable es. **“Queremos saber qué tecnologías de propulsión y combustibles funcionan mejor y en qué contextos”, explicó Nikolaides. Para hacer esto, un equipo de expertos de BMW Group está evaluando aspectos como el consumo de combustible con diferentes cargas, a diferentes velocidades, en una variedad de condiciones climáticas y en distancias más cortas y más largas.**

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 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 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 es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados

globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1^a instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción 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 y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

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

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

Elizabeth Arreguin

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.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/