



## **La sostenibilidad tiene su lugar en la cabina del totalmente nuevo BMW i3**

- Calidad del aire dentro de la cabina como factor de salud
- La salud como elemento central de la sostenibilidad del producto
- Visita al laboratorio de aromas de BMW Group

Con el nuevo BMW i3, BMW Group reafirma su enfoque holístico hacia la sostenibilidad del producto, iluminando una dimensión relevante del desarrollo del producto que hasta ahora ha sido menos visible: la salud y el bienestar en el habitáculo. Para abordar este aspecto del desarrollo del vehículo, la calidad del aire interior, la selección de materiales y la percepción olfativa se estudian y evalúan sistemáticamente en el laboratorio de aromas de la compañía.

### **Sostenibilidad integral del producto como principio rector.**

BMW Group considera la sostenibilidad a lo largo de todo el ciclo de vida del vehículo — desde la extracción de materias primas, pasando por la cadena de suministro y la producción, hasta la fase de uso y el reciclaje. Este enfoque 360° combina la sostenibilidad del producto, la innovación tecnológica y el éxito a largo plazo de la empresa. La salud y el bienestar están integrados en el desarrollo del producto y sistemáticamente incorporados en procesos y estándares.

### **Calidad del aire interior y su impacto en la salud.**

La calidad del aire interior del vehículo es un factor importante para la salud y el bienestar de los ocupantes. Las emisiones de gases generadas por los materiales, así como la influencia de la temperatura y la humedad, impactan directamente a quienes están dentro del vehículo. Por ello, al seleccionar materiales para el interior, BMW Group presta especial atención a evitar emisiones que puedan ser perjudiciales para la salud. Durante más de 25 años, la compañía ha confiado en sus propios métodos de prueba para medir y evaluar las emisiones y perfiles olfativos en el interior del vehículo. Los últimos hallazgos en toxicología, salud e investigación sensorial se aplican continuamente a los estándares internos que BMW Group también comparte activamente en organismos internacionales de normalización y especializados. El objetivo es asegurar que el interior tenga un aroma auténtico, discreto y de alta calidad, que refuerce la promesa premium de la marca. El uso de fragancias artificiales es evitado deliberadamente.

### **El aroma como dimensión subconsciente.**

BMW Group aborda deliberadamente el aroma en el interior del vehículo, ya que tiene una influencia significativa en la salud y el bienestar de los ocupantes.

Los aromas actúan directamente sobre el sistema límbico, evocando emociones y recuerdos, y contribuyendo a la sensación subjetiva de seguridad. Un aroma agradable y sutil es, por tanto, parte de la experiencia premium y una expresión de las aspiraciones de la marca.

Al minimizar las emisiones nocivas y seleccionar materiales de alta calidad, BMW Group reconoce su responsabilidad respecto a la salud de sus clientes. La gestión del aroma forma parte de un enfoque holístico de sostenibilidad a lo largo de todo el ciclo de vida.

### **Dentro del laboratorio de aromas de BMW Group.**

En el laboratorio de aromas de BMW Group, se prueban materiales, componentes e interiores completos de vehículos bajo condiciones realistas. El análisis se basa en la integración de tecnologías modernas de medición y la evaluación sensorial entrenada de expertos de BMW Group. El ser humano sigue siendo el centro de este proceso. Este enfoque asegura el cumplimiento de los requisitos legales y la adherencia a los estándares internos de calidad. El aroma se considera parte de una experiencia multisensorial y holística. Lo que más importa no es el componente individual, sino la interacción de todos los materiales en el interior del vehículo, que determina la experiencia olfativa global.

### **Salud y bienestar como elementos de la sostenibilidad del producto.**

El nuevo BMW i3 debe cumplir con los mismos objetivos que se aplican a todo el portafolio de marcas del BMW Group: además de una estrategia coherente de descarbonización a lo largo del ciclo de vida del vehículo, el modelo apuesta por un alto porcentaje de materiales secundarios y conceptos innovadores de materiales para el interior.

"La salud y el bienestar son una parte integral de la sostenibilidad del producto para nosotros. Los factores ambientales y una creciente conciencia de la salud están cambiando la forma en que percibimos nuestros espacios de vida — incluyendo nuestros automóviles. Nuestros clientes esperan productos diseñados para considerar su salud y bienestar. Por eso, la calidad del aire interior es una característica clave del producto en nuestro enfoque holístico de la sostenibilidad," afirma Nils Hesse, Vicepresidente de Sostenibilidad del Producto en BMW Group.

\*\*\*

### **Acerca de BMW Group**

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2025, BMW Group vendió más de 2.46 millones de vehículos de pasajeros y más de 202,500 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2025 fue de 10.2 mil millones de euros sobre unos ingresos de 133.5 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2025, BMW Group tenía una plantilla de 154,540 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>.

### **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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2025, BMW ha comercializado 45,930 unidades. MINI ha vendido 7,587 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,621 motocicletas en la región. BMW se consolidó como la marca preferida del segmento Premium en la región con 27 mercados donde tiene presencia en América Latina. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos o de combustión. BMW Group ha entregado alrededor de 99 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En 2025, se inauguró BMW Group TechWorks Brazil en São Paulo, un nuevo hub tecnológico diseñado para impulsar soluciones digitales y servicios de TI en todo el continente americano. Además, la Oficina de Ingeniería de BMW Group en Brasil desarrolla y homologa especificaciones de blindaje para la región, consolidando el portafolio más grande de modelos blindados aprobados localmente.

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 manufactura 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.

#### **Para mayor información favor de contactar a:**

##### **Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica**

Joaquín Veloso

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)

Julián Argüelles

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

Erika Ferrer

[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín

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

Miroslava Rivas

[miroslava.rivas@bmw.com.mx](mailto:miroslava.rivas@bmw.com.mx)

##### **Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina**

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

##### **Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil**

Fabiano Severo

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)

##### **Agencia de relaciones públicas regional - INK PR**

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

[BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx](mailto:BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx)

##### **BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR**



Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

[plantabmwslp@inkpr.com.mx](mailto:plantabmwslp@inkpr.com.mx)

**BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup**

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreygroup.com](mailto:grupobmw@jeffreygroup.com)

**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)

[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)

[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)