

Comunicado de prensa
25 de marzo de 2015

BMW Group delega más de la mitad de su consumo energético en energías renovables

Durante la Conferencia de Prensa de Cuentas Anuales 2015 BMW Group anunció que, por primera vez en la historia del Grupo, el 51 por ciento de la energía que utiliza en todo el mundo proviene de energías renovables. Esto es un hito muy importante para la compañía, cuyo objetivo es aumentar de manera gradual la proporción de energía renovable hasta un 100 por cien a lo largo de los próximos años.

BMW Group cuenta con un plan gradual para que la compañía alcance el 100 por cien del suministro eléctrico a través de fuentes de energía renovables. El primer paso consiste mejorar gradualmente la eficiencia del consumo energético en las instalaciones del grupo en todo el mundo. En un segundo paso, los sistemas que generan electricidad de fuentes renovables se instalarán en ubicaciones individuales. El tercer paso consistirá en que en BMW Group adquiera electricidad de fuentes renovables de compañías energéticas en todo el mundo.

Ursula Mathar, Directora de Sostenibilidad y Protección Medio Ambiental en BMW Group: “Tenemos un claro objetivo y un plan concreto para la transición a la energía renovable. Sin embargo, la viabilidad económica es esencial para la implementación. Solo con un correcto marco energético podremos poner en acción nuestros planes paso a paso en todos los mercados individuales del mundo”.

Un 51 por ciento del suministro energético que recibe BMW Group en el mundo ya se obtiene de fuentes de energía renovables. En Leipzig, Alemania, BMW Group está usando energía eólica. A mediados de 2013, cuatro turbinas de viento comenzaron a operar en las instalaciones de la planta con un 100 por cien de la energía producida que va a los modelos BMW i3 y BMW i8. En la planta de Spartanburg en Baja California (EE.UU.), un sistema de gas metano que suministra el 50 por ciento de la energía necesaria para la producción. En la planta de Rosslyn en Sudáfrica, se colocaron, a finales de 2014, los cimientos para un sistema combinado de calefacción y generación de electricidad alimentado por biogás. El gas se genera a través de los residuos del ganado y las granjas de pollos. La puesta en funcionamiento de este servicio ya ha permitido a la compañía cubrir este año más de un 25 por ciento de la energía necesaria para la planta de producción.

BMW Group adopta un enfoque integrado sobre sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor. Además de reducir las emisiones de CO₂, la protección medio ambiental a nivel del grupo, la sostenibilidad en la cadena de suministro, el foco puesto en el empleado y la responsabilidad social corporativa son partes integrales de la estrategia. La compañía publica indicadores de rendimiento y objetivos en su Informe Anual de Sostenibilidad. El Informe de Sostenibilidad de 2014 se publicó por primera vez el mismo día que el Informe Anual, el 18 de marzo de 2015. Puedes encontrar información detallada sobre la Estrategia de Sostenibilidad de BMW Group así como los principales indicadores clave de rendimiento y objetivos en: www.bmwgroup.com/svr

El Grupo BMW

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls Royce, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. Como empresa global, el Grupo BMW opera 30 sedes de producción y ensamblado en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2014, el Grupo BMW vendió alrededor de 2.118 millones de coches y 123.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2014 fueron de 8,71 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 80,40 mil millones. A 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía unos 116.324 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/BMWEspana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWEspana>

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>