BMW Group
España
Comunicación y RR.PP.

Comunicado de prensa
8 de febrero de 2016

BMW Group líder mundial en sostenibilidad según el Indice Global 100

BMW Group se ha alzado con la primera posición del anual Global Corporate Knights '100, un índice que evalúa a las empresas más sostenibles del mundo, escalando desde el sexto puesto conseguido el pasado año. La compañía ha anotado por encima del 80 por ciento en ocho de los 12 indicadores que se utilizan para construir el ranking. BMW Group alcanzó las puntuaciones más altas en las áreas de energía, residuos y reducción de agua, entre otras.

BMW Group ha conseguido su buena reputación por su compromiso con la reducción de su huella ambiental. Pero también gracias a sus productos cada vez más sostenibles como el BMW i3, totalmente eléctrico; el deportivo híbrido enchufable BMW i8; la BMW C Evolution, primera scooter eléctrica y el BMW X5, en versión híbrido enchufable. Además, a lo largo de este 2016, BMW Group reforzará cada uno de sus segmentos con una versión sostenible de vehículos híbridos (BMW Serie 2 Active Tourer, BMW Serie 3, y BMW Serie 7).

Ursula Mathar, vicepresidenta de Sostenibilidad y Protección del Medio Ambiente en BMW Group, destacó que “la compañía no ha cambiado su enfoque respecto al año pasado”, pero cree que los resultados reflejan "el compromiso constante y el trabajo continuo" realizados por la compañía. Además, "estamos tratando de integrar la sostenibilidad en todas las funciones" añade.

BMW Group también ha realizado importantes mejoras en el peso de los vehículos para que sean más eficientes. Además, la mitad de su energía eléctrica en todo el mundo ahora proviene de fuentes renovables.

Desde 2009 la sostenibilidad está incluida en la estrategia del Grupo BMW, que tiene el objetivo de establecerla en toda la cadena de valor. Esto significa que cada proyecto debe ser medible en términos de desarrollo sostenible como un objetivo corporativo.

Esta apuesta por la sostenibilidad como uno de los valores fundamentales de la empresa ha logrado mejorar la rentabilidad del grupo, y, por tanto, ha hecho de BMW Group una empresa más competitiva y atractiva para los accionistas.

La sostenibilidad, pilar estratégico del Grupo

BMW Group es responsable por convicción. Es consciente de los retos que se presentarán en el futuro y desempeña su papel en la búsqueda de soluciones mientras mejora su viabilidad. Como empresa, BMW es un actor de la sociedad en la que vive y opera, por lo que tiene una responsabilidad con su entorno. Por otro lado, es consciente de que a largo plazo su éxito estará marcado por la conservación y el uso inteligente de unos recursos naturales cada vez más escasos. La sostenibilidad es una contribución positiva al éxito de BMW como empresa.

BMW i, la submarca sostenible

La movilidad del futuro presenta nuevos retos y para poder afrontarlos y adaptarse a los cambios sociales y económicos que acontecen, BMW ha creado la submarca BMW i, que desarrolla vehículos y servicios de movilidad eléctrica. El fruto de 10 años de investigación ha sido el primer coche eléctrico de BMW, el i3, presentado en 2013. Le ha seguido el deportivo híbrido i8 y la BMW C Evolution, la primera moto scooter eléctrica.