



Comunicado de prensa  
9 de junio de 2016

## **El Grupo BMW dialoga sobre movilidad urbana con estudiantes universitarios y expertos españoles en política, economía y sociedad.**

**Madrid, 9 de junio.-** Conocer las claves del impulso a la movilidad urbana en los próximos años y tomarle el pulso al estado actual de la misma, han sido, entre otros, los objetivos de las Jornadas celebradas ayer y hoy por el Grupo BMW en Madrid, en las que utilizando un formato cercano e interactivo basado en reducidos grupos de trabajo conducidos por expertos en movilidad sostenible del Grupo a nivel mundial, se han abordado temas tales cómo conocer mejor las inquietudes de las personas interesadas en la movilidad urbana, cómo se ajustan las soluciones desarrolladas hasta ahora a las necesidades actuales de movilidad o cuál es el estado actual de la misma en las ciudades españolas y cómo está cambiando.

Por espacio de dos días, el primero de ellos con estudiantes universitarios y el segundo con expertos españoles de la política, finanzas y la sociedad, Madrid ha albergado esta iniciativa que el Grupo BMW promueve exitosamente desde 2011 mediante la realización de coloquios sobre el futuro de la movilidad sostenible en las principales ciudades del mundo (estas jornadas han tenido lugar, entre otros, en Londres, Washington, Shangai o París) que le permite obtener una radiografía de las inquietudes y retos de las partes interesadas en las ciudades en las que se celebra. En esta edición 2016 se desarrolla en Boston, Madrid y Tokio.

La sostenibilidad está arraigada en el compromiso empresarial del Grupo BMW. La base de su éxito como compañía es pensar a largo plazo y actuar de manera responsable. Su estrategia de sostenibilidad se fundamenta en la participación regular y sustancial de las partes involucradas y para ello es fundamental tomar el pulso a la sociedad y entender cómo se ajustan las soluciones del Grupo BMW a las necesidades de movilidad en ciudades como Madrid.

Las Jornadas han contado con la apertura a cargo de Ezequiel Domínguez Lucena, Coordinador General de Planeamiento, Desarrollo Urbano y Movilidad del Ayuntamiento de Madrid y del Presidente Ejecutivo del Grupo BMW en España y Portugal, Guenther Seemann. En el taller han participado representantes de los grupos de interés de BMW procedentes del ámbito de la política, los círculos académicos, el mundo empresarial y el tercer sector. La experiencia de coloquios anteriores celebrados en todo el mundo ha demostrado que este formato es el más productivo.

El Grupo BMW, a la vanguardia de la innovación, ha establecido como misión preparar el terreno de la electromovilidad y del uso compartido de coches para el futuro en el mercado premium. Su interés por desarrollar soluciones que mejoren la movilidad urbana le lleva a querer conocer no sólo a los responsables de tomar decisiones de hoy, sino a saber cuáles son las demandas de los consumidores del futuro.

Según el Dr. Thomas Becker, Vicepresidente de Asuntos Gubernamentales del Grupo BMW: "Llevamos varios años dialogando sobre movilidad urbana con nuestros grupos de interés y hemos recabado opiniones muy interesantes y enriquecedoras de todos los coloquios mantenidos que nos han servido para mejorar nuestra estrategia de cara a la movilidad del futuro".



En este contexto y dentro de la apuesta y el compromiso que la compañía mantiene con los jóvenes españoles, ayer se celebró un encuentro con estudiantes madrileños. En el encuentro participaron alumnos del le Business School, del área de postgrado de ESIC y de la Universidad Politécnica de Madrid.

Ursula Mathar, Directora de Sostenibilidad y Protección del Medio Ambiente en el Grupo BMW afirmó: "Creemos que es importante integrar el resultado de nuestro diálogo con los grupos de interés en nuestro proceso empresarial en Múnich. La estrategia debe ir alineada con las expectativas de las partes interesadas sobre una base regular. Estamos interesados tanto en la crítica y el aporte de la generación más joven, así como las opiniones de los expertos en sostenibilidad con experiencia".

## **Responsabilidad y sostenibilidad en el ADN de la compañía**

La Compañía 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 y esa es la razón por la que desde 2009 la sostenibilidad está incluida en la estrategia del Grupo BMW de tal modo que cada proyecto debe ser medible en términos de desarrollo sostenible como un objetivo corporativo. Bajo esa filosofía se enmarcan, por ejemplo, los nuevos estándares de actuación de su red de concesionarios que en los últimos años ha experimentado una profunda reestructuración con el objetivo de cumplir estos parámetros.

Es esa responsabilidad con el entorno la que le ha conducido a destinar sus esfuerzos a desarrollar un trabajo continuo para integrar la sostenibilidad en toda la cadena de valor de cara al cliente, y que se ha tornado en una realidad con la submarca BMW i, que desarrolla productos y servicios de movilidad eléctrica e híbrida llevando la sostenibilidad un paso más lejos, convirtiéndose en el único grupo de automoción con vehículos sostenibles en su gama de dos y de cuatro ruedas.

La Compañía, que este año celebra su centenario, quiere seguir celebrando otros 100 años apostando por la innovación, la responsabilidad y la sostenibilidad como valores fundamentales y pilares estratégicos.

## **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 2015, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,247 millones de coches y 137.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2015 fueron de aproximadamente 9,22 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 92,18 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía unos 122.244 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.

El Grupo BMW lidera diversas iniciativas orientadas a apoyar a la sociedad española y en concreto al desarrollo del talento joven en España: la más longeva -este año en su 31 edición- es el Premio BMW de Pintura, con un elevado prestigio en el mundo del arte. Por otra parte, este mismo año se ha llevado a cabo la segunda edición de '¿Te Gusta Aprender?' dirigido a jóvenes españoles a quienes se les ofrece la oportunidad de trabajar en la sede central del Grupo durante un año, para mejorar su empleabilidad a su regreso a España, además de ofrecerles formación Universitaria a través de un Máster impartido por la Universidad de Alcalá.