



Comunicado de prensa
30 de octubre de 2017

BMW conciencia a los niños sobre el uso de recursos alternativos, la conducción responsable y la movilidad sostenible

BMW ha puesto en marcha una iniciativa dirigida a niños de entre 7 y 11 años en colegios para concienciar y educar acerca del uso de recursos alternativos, más limpios y sostenibles, entre los que se encuentra la movilidad eficiente y la conducción responsable.

A través de la obra teatral “El invisible Nikolaus” interpretada por actores de la compañía de Blanca Marsillach, se divulga a los más pequeños sobre cómo se puede cuidar el medio ambiente gracias a la conducción responsable y la movilidad sostenible. La obra muestra a los niños todas las herramientas que tienen a su alcance para hacer del mundo un lugar más ‘limpio’ con pequeños gestos domésticos, como reducir el consumo de recursos y reutilizar, que después podrán poner en práctica con sus familias.

El musical está dirigido al público infantil. La producción cuenta con siete canciones originales y un karaoke con el que los personajes de la historia – el BMW i3; Cortés, el toro de Sevilla; Iggy, la pingüina; Penélope, la ardilla; y la Madre Tierra - buscan concienciar al público en valores ecológicos.

La obra incide en el uso responsable del vehículo en los distintos escenarios vitales. Buenas prácticas como organización, compartir o elegir el vehículo adecuado convierten al coche en un perfecto aliado de la movilidad sostenible.

La obra, representada por actores de la Compañía de Marsillach, transcurre en un bosque y Cortés, el toro de Sevilla, aprende a cambiar ciertos hábitos, a usar de forma responsable los recursos y a desarrollar su actividad con herramientas más eficientes, además de enfrentarse a sus miedos. La desinformación es su principal enemigo.

La iniciativa, que se está representando a lo largo de los meses de octubre y noviembre en diversos centros escolares, y que verán alrededor de 1.500 niños, se presentará en el Centro Cultural Casa de Vacas de El Retiro el jueves 2 de noviembre a las 11:30 horas.



Blanca Marsillach, directora de Varela Producciones y Pilar García de la Puebla, directora de Comunicación y Relaciones Públicas en BMW Group subirán al escenario con varios niños y niñas para hablar de todo lo que han aprendido durante la representación.

BMW Group lanzó el BMW i3, su primer modelo 100% eléctrico de producción en serie, hace ya cuatro años. Es el único fabricante Premium con movilidad eléctrica en dos y cuatro ruedas y a día de hoy cuenta con diez modelos electrificados repartidos entre las marcas BMW, BMW i, MINI y BMW Motorrad. Hasta 2016 se vendieron 100.000 vehículos electrificados en todo el mundo y el objetivo del Grupo BMW es vender otros 100.000 solo en 2017.

El compromiso que tiene BMW con la sostenibilidad lo vemos en el BMW i3 que es el único coche del mundo que cuenta con un sello de CO2 certificado, que cubre toda la cadena de valor completa, desde suministros, pasando por los procesos de fabricación y la utilización del coche, llegando hasta la fase de su reciclaje.

Así mismo, BMW EfficientDynamics es una estrategia de desarrollo que BMW Group aplica con mucho éxito en sus motores desde el año 2007 con el fin de reducir el consumo de combustible y las emisiones.

En concordancia con esta estrategia, BMW Group promueve de manera consecuente la electrificación de los sistemas propulsores de sus futuros modelos. Sin embargo, el motor de combustión seguirá siendo a mediano plazo la tecnología básica y, por lo tanto, continuará siendo el propulsor estándar de la mayoría de los vehículos de BMW Group.

La compañía ha reducido las emisiones de su flota de vehículos en todo el mundo el 40% en comparación los niveles de 1995, según el informe interno Sustainable Value Report de 2016.



El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, 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 31 sedes de producción y ensamblaje en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,367 millones de coches y 145.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos fueron de aproximadamente 9,67 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 94,16 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía unos 124.729 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>