



Comunicado de prensa  
02 de abril de 2019

## **BMW Group debate sobre la movilidad responsable con expertos de diferentes ámbitos sociales bajo la iniciativa ‘Construyendo la ciudad de todos’**

Construir el futuro es la forma más coherente de ser parte de él y precisamente con este discurso BMW Group ha iniciado de, forma pionera, un debate sobre la movilidad responsable en la ciudad, donde el hilo conductor ha sido el comportamiento del ciudadano en el presente. Iniciativas intermodales de vehículos compartidos, alternativas sostenibles y mayor uso de las redes de movilidad pública han sido foco de atención del grupo de expertos, así como el uso responsable del vehículo privado que sigue siendo una herramienta tan útil como necesaria si se usa de forma eficaz y responsable.

BMW Group, con el compromiso de dar forma al futuro ha liderado la iniciativa ‘Claves para la movilidad responsable. Construyendo la ciudad de todos’, de la mano de Ethic y con la presencia de Inés Sabanés, concejala de Movilidad Sostenible del Ayuntamiento de Madrid, Antonio Lucio, jurista en la Asamblea de Madrid y profesor de la EOI en materia de movilidad sostenible y estrategias urbanas, Sergio Piccione, responsable de Motor de Unidad Editorial, subdirector de El Mundo y director de Marca Motor, Gildo Seisdedos, profesor del área de marketing de IE Business School, Marta Thorne, decana del IE Architecture y Directora Ejecutiva del Premio Pritzker de Arquitectura, Adolfo Estallela, especializado en urbanismo y culturas digitales, Pedro Bravo, periodista, escritor, consultor de comunicación e investigador, Inés Sánchez de Madariaga, profesora titular de urbanismo en la Universidad Politécnica de Madrid y directora de la Cátedra UNESCO de género, Pablo Blazquez, moderador de la iniciativa y editor de Ethic y Pilar García de la Puebla, Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de BMW Group España.

El foro ha tenido lugar hoy, martes 2 de abril y se ha desarrollado en el Impact Hub Barceló de Madrid.

“La lucha contra el cambio climático está aquí. Es una emergencia. Es un profundo error no relacionar unas cosas con otras y hacer cajones estancos para abordar esta cuestión. Tienen responsabilidad las empresas, la ciudadanía con sus usos y costumbres, y tienen una enorme responsabilidad las administraciones públicas. Creo que es un buen momento para afrontar esa lucha con esa cooperación, pero también esa corresponsabilidad entre todos”, ha explicado Inés Sabanés.

La mesa de expertos ha abordado cuestiones como las ‘Smart cities’, la ciudad participativa, la transformación de la industria del automóvil y las estrategias para una movilidad sostenible. Durante el debate, se han puesto sobre la mesa cuestiones como la reducción de emisiones en el centro de las ciudades, la puesta en marcha de limitaciones de acceso al tráfico en el centro de las urbes, el car sharing o la electrificación del parque móvil. Todo ello sin perder el uso del automóvil tradicional que puede realizarse atendiendo a criterios de responsabilidad como mayor planificación o la concienciación de cuándo es beneficioso que los usuarios apuesten por una tecnología u otra a la hora de comprar un vehículo.

Pilar García de la Puebla, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de BMW Group España, ha subrayado que “la planificación a largo plazo es y ha sido siempre parte esencial de la estrategia de BMW Group y eso significa enfrentarse a los desafíos medioambientales y sociales de una forma conjunta con instituciones, reguladores y expertos con una mente abierta”. En este sentido, ha aprovechado la ocasión para asegurar que BMW Group es un aliado a la hora de ofrecer unas ciudades más sostenibles en materia de movilidad. “Los ciudadanos tenemos que hacer un uso responsable de la movilidad planificando y buscando las mejores tecnologías en función de nuestras necesidades” añadió García de la Puebla.

“Cuando hablamos de tráfico de las ciudades hay que evitar la palabra solución porque esto va de políticas públicas bien pensadas, bien implantadas, evaluadas y reajustadas”, ha comentado Antonio Lucio, jurista en la Asamblea de Madrid y profesor de la EOI en materia de movilidad sostenible y estrategias urbanas. “Las

agencias públicas y las estrategias empresariales tienen que ir de la mano en materia de movilidad, con un diálogo de calidad que permita rentabilizar las inversiones tanto públicas como privadas a largo plazo”.

Sergio Piccione, responsable de Motor de Unidad Editorial, subdirector de El Mundo y director de Marca Motor, no ha querido perder la oportunidad de remarcar que el sector del automóvil está a la cabeza en innovación y desarrollo de productos menos contaminantes. “La industria del automóvil ha ido siempre por delante de la demanda del cliente”, aseguró Piccione.

En el debate, Gildo Seisdedos, profesor del área de marketing de IE Business School, ha esbozado el papel de la digitalización aplicada a la movilidad en las Smart cities. “Existe la oportunidad de capitanear, desde Madrid, un modelo más conectado de sistemas de movilidad que incluya todos los medios de transporte”. Por su parte, Inés Sánchez de Madariaga, profesora titular de urbanismo en la Universidad Politécnica de Madrid y directora de la Cátedra UNESCO de género, ha señalado el papel que juega la movilidad de la mujer en los entornos urbanos, “un fenómeno muy estudiado desde hace cuatro décadas pero que no ha llegado a las políticas públicas y que se caracteriza por ser sostenible ya que usan más transporte urbano”. Aunque se da la paradoja de que son “las mujeres con hijos pequeños las que más usan el coche”, por ello recomienda que los estudios sobre movilidad sostenible se “aborden con perspectiva de género”.

También se ha sometido a debate la ordenación urbanística del territorio y su relación con cómo nos movemos por las ciudades. Según Marta Thorne, decana del IE Architecture y Directora Ejecutiva del Premio Pritzker de Arquitectura, “la movilidad va más allá de cómo nos movemos. Hay que tener en cuenta las infraestructuras y los servicios y conseguir que puedan complementarse”. En su opinión debe evitarse la lucha de poder entre el ámbito público y privado ya que la colaboración es necesaria.

Desde el punto de vista antropológico, Adolfo Estallela, especializado en urbanismo y culturas digitales, considera que es una labor de toda la ciudadanía, con especial atención a la relación entre empresas, instituciones y sociedad,

determinar qué modelo de ciudad se quiere y cómo se puede integrar la movilidad en los centros urbanos.

En esta línea, Pedro Bravo, periodista, escritor, consultor de comunicación e investigador apuesta por un diálogo sosegado y con perspectiva en el que se tenga en cuenta a todos los actores y con la mirada puesta en un futuro lejano y no en el corto plazo.

### **Situar la sostenibilidad en el centro de la estrategia**

Para BMW Group la sostenibilidad forma parte de su ADN y es uno de sus principales ejes de actuación, vertebrando toda su estrategia de negocio y marca. Desde 1973 cuenta en su plantilla con trabajadores especializados en impacto climático y dispone de un Consejo de Sostenibilidad, formado por los miembros del Consejo de Administración, encargado de fijar los compromisos de sostenibilidad de la empresa.

De cara al futuro, y siempre unido, a la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, BMW Group tiene en su plan estratégico la optimización de la sostenibilidad en toda su cadena de suministro, así como en la formación de empleados y el impacto social de sus acciones en favor de la movilidad sostenible. Desde 1995, BMW ha reducido en un 42% las emisiones de CO<sub>2</sub> que emiten los vehículos que se venden en Europa.

### **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. La red de producción del Grupo BMW incluye 30 sedes de producción y ensamblaje en 14 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2018, el Grupo BMW vendió más de 2.490.000 vehículos de pasajeros y más de 165.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2018 fueron de aproximadamente 9,815 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 97,480 mil millones. A 31 de diciembre de 2018, el Grupo BMW tenía unos 134.682 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>