

Comunicado de prensa
15 de abril de 2021

El Grupo BMW consiguió ahorrar 5 puntos por debajo el objetivo de emisiones de CO2 impuesto por la Unión Europea en 2020

El Grupo BMW, comprometido con la sostenibilidad en toda la cadena de valor, consiguió rebajar sus objetivos de 104 g/km de CO2 en su flota europea hasta los 99 g/km de CO2 a cierre de 2020.

Este hito refleja el firme compromiso con la sostenibilidad como piedra angular del modo de ser de la compañía en todas las fases y procesos, desde la fabricación, pasando por el uso hasta llegar al reciclaje final, además de que todas las actividades tienen como pilar fundamental el respeto de las personas, incluyendo las actividades de los proveedores con los que la compañía trabaja.

Estos datos se han dado a conocer este jueves en la 'I Jornada de Sostenibilidad de AFI: El protagonismo del sector empresarial en una economía sostenible' y que ha contado con la participación de Pilar García de la Puebla, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de BMW Group España, así como Carol Blazquez, responsable de Innovación y Sostenibilidad de ECOALF, Gonzalo Sáenz de Miera, director de Política Energética de Iberdrola, Emma Antolín, directora de Gobierno Corporativo y consejera del Grupo Antolín y con la moderación de Diego Vizcaíno, socio director del área de Economía Aplicada y Territorial de AFI.

Los grandes retos para el Grupo BMW: Sostenibilidad y competitividad

Durante su intervención, Pilar García recalcó que “tenemos que pensar muy bien qué uso hacemos de los materiales. La sostenibilidad no sólo es cuidar las emisiones y los procesos sino algo tan obvio y sencillo como qué materiales necesitamos y cómo los usamos, por ejemplo, el 100% de la energía de nuestras fábricas proviene de energías renovables y en los últimos 5 años hemos ahorrado

2600 millones de litros de agua y reciclado suficiente papel y madera para salvar más de 4 billones de árboles”.

Sobre la competitividad, Pilar García afirmó que: “el sector del automóvil se ha enfrentado a la tormenta perfecta: además de estar inmersos en una profunda transformación tecnológica e industrial, la creciente digitalización y los nuevos escenarios comerciales, llegó la situación de la pandemia que obligó a cerrar las fábricas durante meses, lo que nos ha hecho estar alerta de tendencias y movimientos para desarrollar de la forma más competitiva y sostenible posible nuestro negocio, reforzando aún más nuestro foco en las necesidades de las personas y de nuestro planeta”.

Agenda 2030

La hoja de ruta del Grupo BMW contempla una serie de pasos hasta 2030 con un claro objetivo en la electrificación de la gama y del parque móvil, reduciendo las emisiones al menos en un 40% por kilómetro teniendo como año base 2019.

El Grupo BMW lleva trabajando en la electrificación desde 1972 integrándola no sólo en los productos sino en la estrategia de la compañía. En 2013 llegó el primer coche de producción 100% eléctrico y a día de hoy, se ofrecen 13 modelos electrificados (100% eléctricos e híbridos enchufables). A finales de 2021 más de un millón de electrificados del Grupo BMW estarán circulando a nivel mundial.

En 2023 habrá, al menos, un modelo PHEV/EV en todos los segmentos clave y el portfolio de producto contemplará 25 modelos enchufables, la mitad de ellos 100% eléctricos. Gracias a ello, en 2025, el Grupo BMW habrá entregado aproximadamente dos millones de vehículos electrificados. Será un año importante para MINI, que lanza su último modelo de combustión.

A partir de entonces y hasta 2030, la penetración de electrificados del Grupo BMW a nivel mundial crecerá anualmente un 20%, año en el que la compañía habrá entregado aproximadamente 7 millones de enchufables a nivel mundial; 130.000 en España. Para entonces, MINI será una marca 100% eléctrica.

Inversión en innovación, desarrollo y formación

En el año 2020, el Grupo BMW invirtió un total de 6.247 millones de euros en I + D. Las nuevas tecnologías y la velocidad de implementación de nuevas técnicas exigen un reciclaje en la formación de los empleados. Para ello se destinaron 279 millones de euros en el pasado ejercicio a pesar de la pandemia de la COVID-19 y los confinamientos en los distintos países.

En 2021 verán la luz los nuevo modelos BMW i4 y BMW iX; dos nuevos productos 100% eléctricos de la compañía, siendo el BMW iX pionero en el estreno de innovaciones para la marca como el 5G, tecnología computacional que permite el procesamiento de datos 20 veces superior al actual (lo que permite a los sensores aportar un volumen significativamente mayor de información) y un nuevo sistema operativo con una interacción de voz y táctil sin precedentes.

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 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2020, el Grupo BMW vendió más de 2,3 millones de vehículos de pasajeros y más de 169.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2020 fueron de aproximadamente 5,222 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 98,990 mil millones. A 31 de diciembre de 2020, el Grupo BMW tenía 120.726 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La compañía fija el rumbo hacia el futuro en una etapa temprana y consecuentemente la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos son fundamentales para la dirección estrategia, desde la cadena de suministros, producción hasta el final del ciclo de uso de todos los productos.

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>