BMW
GROUP
Comunicación corporativa

Comunicado de prensa
11 de noviembre de 2021

El Grupo BMW en España presenta sus planes de sostenibilidad y circularidad en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en la jornada 'Desde un presente responsable hacia un futuro sostenible'

El Grupo BMW en España ha participado con un papel protagonista en la jornada 'Desde un presente responsable hacia un futuro sostenible' en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid para contar los planes de sostenibilidad presentes en la compañía y su visión de circularidad. La jornada, organizada por Motorsport Network España (la empresa matriz de los medios online Motor1.com, Motorsport.com e InsideEVS.com) y la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid ha tenido la presencia de alrededor de un centenar de estudiantes.

Borja Hormigos, Jefe de Prensa para las marcas BMW, BMW i y BMW M en España comenzaba su ponencia anunciando el objetivo de suprimir la emisión de más de 200 millones de toneladas de dióxido de carbono (CO2) a la atmósfera, de cara al año 2030.

"El Grupo BMW está implementando un fuerte y ambicioso plan de sostenibilidad en toda la cadena de valor de sus productos: obtención de materiales, cadena de suministro, producción, fase de uso y reciclaje. De este modo, el grupo ha sido pionero en colocar la sostenibilidad en un espacio preferente, dentro de su estrategia corporativa".

Durante la intervención, Hormigos desglosó la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor, no solo en la fase de uso del automóvil, clave para entender la movilidad electrificada como sostenible desde la extracción de los materiales hasta el reciclaje de los componentes; una estrategia que pasa por la descarbonización, apoyada en la electrificación. Eso sí, ofreciendo distintas tecnologías a los usuarios, sin imposiciones, dejando que el cliente escoja la tecnología que mejor se adapte a sus necesidades.

Todo ello fue ejemplificado con el BMW X3, primer modelo de la marca en ofrecerse en todas las tecnologías disponibles: diésel y gasolina tradicionales, hibridación ligera, híbrido enchufable y 100% eléctrico. En función del tipo de carga y el uso del automóvil, el usuario tendrá podrá maximizar la sostenibilidad de un coche electrificado frente a uno de combustión interna, que ya de por sí ofrece una movilidad muy baja en emisiones.

De este modo, se conforma un presente multienergía en el grupo, teniendo como punta de lanza al nuevo BMW iX, fabricado pensando desde el principio en la movilidad eléctrica, con componentes sostenibles y reciclados además del uso de tecnologías de vanguardia, el máximo nivel de conectividad y digitalización hasta la fecha del Grupo BMW. Así mismo, Hormigos también anunció el estudio de la pila de hidrógeno para determinados tipos de movilidad y que actualmente el Grupo BMW trabaja en ello para poder ofrecer una alternativa a medio plazo.

Pero más allá del producto, la estrategia del Grupo BMW afecta a muchas otras áreas, comenzando por la cadena de suministro, donde prevalecen los estrictos estándares y controles en materia medioambiental y de derechos humanos. Por ejemplo, a la hora de

obtener materiales como el cobalto o el litio, con total trasparencia, sin intermediarios y solo a través de proveedores certificados.

Este proceso integrado de sostenibilidad continúa con la producción, que desde 2020, se lleva a cabo con energías 100% renovables en todas sus fábricas. Sirvan como ejemplo los nuevos BMW iX y BMW i4, que se fabrican con energía hidroeléctrica. Una medida que se suma a otros hitos importantes, como la reducción en un 55% de los recursos empleados en la fabricación, en el periodo 2006-2020.

De este modo, si en el intervalo 2019-2030 se busca conseguir una reducción del 20% en las emisiones de CO2 en la cadena de suministro, y de un 80% durante el proceso de producción, el ahorro durante la fase de uso alcanzará el 50%. Si le sumamos los esfuerzos en la fase de reciclaje, así como el empleo de materiales reusados (aluminio, plástico, acero…) se alcanzará el objetivo total de 200 millones de toneladas de CO2 ahorradas. Que de modo ilustrativo, equivalen a más de 20 veces las emisiones anuales de una ciudad como Múnich o Madrid.

Una estrategia global que está certificada por el índice de sostenibilidad Dow Jones Sustainability Index, que en 2020 situó al Grupo BMW como el fabricante de automóviles más sostenible del mundo, en su búsqueda de la neutralidad climática de cara al año 2050.

“Una marca de coches puede ser sostenible. Estamos en un momento que vivimos un proceso de descarbonización, estamos dejando de emitir mucho CO2, con una tecnología como la electrificación, en sus distintas variantes”, explicaba Hormigos.

“En el Grupo BMW vamos más allá de la descarbonización y aplicamos la sostenibilidad a todo el ciclo de vida del vehículo, ya sea un automóvil o una motocicleta. Desde que extraemos los materiales, hasta que reciclamos el coche, estamos siendo sostenibles. Algo que se extiende a toda la cadena de valor”, continuó.

Y añadió: “En términos de economía circular, desde hace dos años nos basamos en cuatro conceptos como son Re:Usar, Re:Pensar, Re:Ducir y Re:Ciclar. Por ejemplo, la proporción media de materiales reutilizados pasará del 30% actual al 50% en los próximos años. Además, ya en 2020, el 99% de los residuos generados en los procesos de producción fue reciclado o regenerado”.

BMW
GROUP
Comunicación corporativa

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 | www.mini.es

Twitter BMW Group España: https://twitter.com/BMWGroupEspana

Instagram BMW Group España: https://www.instagram.com/bmwgroupespana/