# INFORME NO FINANCIERO 2025

# BENIGAR CORPORACIÓN

BENIGAR

# INDICE


CARTA DE LA CEO .....5

1. ACERCA DE ESTE INFORME .....7

2. ASPECTOS GENERALES .....8

2.1 MODELO DE NEGOCIO .....9
2.2. NUESTRA HISTORIA. .....11
2.3. ASPECTOS FINANCIEROS .....14
2.4 CREACIÓN DE VALOR 2025 EN CIFRAS. .....16
2.5 ANÁLISIS DEL ENTORNO .....17
2.6 POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES .....20
2.7 PROPÓSITO Y VALORES CORPORATIVOS .....25
2.8 ORGANIGRAMA. .....27

3. ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD .....28

3.1 PROCESO Y METODOLOGÍA .....28
3.2 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS .....29
3.3 TEMAS MATERIALES IDENTIFICADOS .....30
3.4 MATRIZ DE DOBLE MATERIALIDAD .....32
3.5 CONCLUSIONES Y VINCULACIÓN CON LA ESTRATEGIA .....33

4.INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES AMBIENTALES .....34

4.1 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL .....34
4.2 HUELLA DE CARBONO .....38
4.3 MOVILIDAD ELÉCTRICA. .....43
4.4 ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS .....47
4.5 USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS .....56
4.6 PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD .....66

5. INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL .....68

5.1 ANÁLISIS DE RIESGOS .....68
5.2 NUESTRO EQUIPO .....70
5.3. COMPOSICIÓN DE NUESTRA PLANTILLA .....96
5.4 RELACIONES SINDICALES Y RESPETO POR LOS CONVENIOS COLECTIVOS .....103

6. COMPROMISO CON LA SOCIEDAD .....105

7. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS .....114

**8. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES ..... 117**

**9. CONSUMIDORES ..... 119**

**10. SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES ..... 131**

**11. COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE ..... 133**

**12. INFORMACIÓN FISCAL ..... 137**

**12.1 ESTRATEGIA Y POLÍTICA FISCAL ..... 137**
**12.2 BENEFICIOS Y SUBVENCIONES ..... 139**
**12.3 LA GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES ..... 141**

**13. ÍNDICE DE CONTENIDOS ..... 143**

# Carta de la CEO



Estimado lector:

Me complace compartir contigo nuestra quinta Memoria de Sostenibilidad, correspondiente al ejercicio 2025.

Este ha sido un año marcado por un entorno especialmente complejo. La inestabilidad geopolítica, la incertidumbre macroeconómica y los crecientes desafíos derivados del cambio climático han condicionado la actividad empresarial y han puesto a prueba la capacidad de adaptación de organizaciones de todos los sectores. En Benigar hemos afrontado este escenario con responsabilidad, manteniéndonos fieles a nuestra forma de entender el negocio: actuar con visión de largo plazo, poniendo siempre a las personas y a nuestros clientes en el centro de cada decisión.

En paralelo, 2025 ha supuesto un punto de inflexión para el sector de la automoción y, especialmente, para BMW Group. El lanzamiento del BMW iX3, primer modelo de la nueva generación eléctrica NEUE KLASSE, marca el inicio de una nueva etapa tecnológica que transformará la movilidad durante los próximos años. A ello se suma la ampliación del portafolio de vehículos 100 % eléctricos con el estreno del nuevo BMW i3, reforzando una apuesta decidida por la electrificación y la innovación. Como concesionario oficial BMW desde hace más de cuatro décadas, asumimos este cambio con ilusión y con la responsabilidad de ofrecer a nuestros clientes el mejor acompañamiento durante esta transición.

La innovación ha seguido siendo uno de los pilares de nuestra estrategia. Durante este ejercicio hemos continuado desarrollando proyectos que mejoran la experiencia del cliente, impulsando la implantación de Retail Next, fortaleciendo nuestro nuevo Departamento de Atención al Cliente y avanzando en la digitalización de procesos que nos permiten ofrecer un servicio más ágil, personalizado y eficiente. Del mismo modo, hemos seguido invirtiendo en tecnología y automatización para mejorar nuestra productividad y facilitar el trabajo de nuestros equipos.

Las personas continúan siendo el principal motor de Benigar. Hemos reforzado iniciativas destinadas al desarrollo del talento, la formación continua y la comunicación interna, conscientes de que atraer, desarrollar y fidelizar profesionales seguirá siendo uno de los grandes retos de nuestro sector. Proyectos como Benigar Academy, los nuevos programas de *feedback* o las herramientas digitales de gestión del talento reflejan nuestra voluntad de construir una organización cada vez más preparada para el futuro.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad también se ha fortalecido. Hemos continuado impulsando iniciativas orientadas a mejorar nuestra eficiencia energética, reducir el consumo de recursos y avanzar hacia una organización cada vez más responsable desde el punto de vista ambiental y social. Al mismo tiempo, seguimos convencidos de que la sostenibilidad solo puede entenderse desde una perspectiva integral, donde el crecimiento económico vaya acompañado de un impacto positivo sobre las personas y el entorno.

Con la mirada puesta en el futuro, durante 2025 hemos definido una visión estratégica que busca equilibrar nuestras diferentes áreas de negocio, consolidar nuestras capacidades en innovación y experiencia de cliente y avanzar hacia un modelo de crecimiento sostenible. Queremos seguir evolucionando sin perder aquello que nos ha acompañado desde nuestros orígenes: la cercanía, la excelencia y el compromiso con quienes confían en nosotros.

Quiero agradecer, una vez más, el esfuerzo, la profesionalidad y la dedicación de todas las personas que forman parte de Benigar. Gracias también a nuestros clientes, colaboradores y socios por seguir acompañándonos en este camino de transformación.

Te invito a recorrer las páginas de esta memoria para conocer los principales avances alcanzados durante 2025 y descubrir cómo seguimos construyendo, juntos, una movilidad más innovadora, sostenible y centrada en las personas.

Un cordial saludo,

Belén Benito García

CEO, Benigar

# 1. ACERCA DE ESTE INFORME

Este Estado de Información No Financiera (EINF) ha sido elaborado de acuerdo con los requisitos establecidos en la **Ley 11/2018, de 28 de diciembre**, sobre información no financiera y diversidad. Dicha ley modifica el **Código de Comercio**, el **texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital** (Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio), y la **Ley 22/2015, de Auditoría de Cuentas**, incorporando las obligaciones derivadas del Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre.

Además, se han seguido las **directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea** (2017/C 215/01), derivadas de la **Directiva 2014/95/UE**, así como los principios del **Pacto Mundial de Naciones Unidas** y los estándares del **Global Reporting Initiative (GRI).**

Este informe, correspondiente al ejercicio comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2025**, recoge la información no financiera de BENIGAR y sus sociedades dependientes, en relación con aspectos ambientales, sociales, laborales y de Derechos Humanos, relevantes para su actividad empresarial.

Para la definición de los contenidos incluidos, se han considerado los resultados del **análisis de doble materialidad** realizado en 2025, que identifica las prioridades y expectativas de los grupos de interés de la organización.

# 2. ASPECTOS GENERALES

**Corporación BENIGAR se construye sobre cuatro pilares fundamentales: excelencia, sostenibilidad, colaboración, e innovación.** Estos valores impregnan la cultura corporativa de todas nuestras empresas y son la base sobre la que desarrollamos nuestra actividad. Somos conscientes de que las personas son el motor de nuestro éxito: desde los clientes que confían en nuestros productos y servicios, hasta nuestra plantilla, colaboradores, proveedores y socios estratégicos que aportan su talento día a día.

La estructura de BENIGAR se compone de nueve compañías, organizadas en tres grandes áreas de negocio. Nuestro enfoque combina eficiencia económica, tecnología avanzada, innovación y compromiso con la sostenibilidad, generando oportunidades de mejora para todo nuestro ecosistema mientras reducimos al mínimo el uso de recursos.

Nos distinguimos por una atención cercana al cliente, basada en el conocimiento profundo de sus necesidades y una capacidad constante de adaptación al entorno. Esta actitud nos ha permitido evolucionar, crecer y consolidarnos como un referente empresarial en la Comunidad Valenciana.

Tras más de cuatro décadas en el sector de la automoción, BENIGAR se encuentra en una etapa clave de transformación: la unificación de marca iniciada en 2023 se extendió en 2025 a todas las líneas de negocio, un proceso que detallamos en el apartado 2.2. Porque en BENIGAR, creemos firmemente que la unión nos fortalece: juntos somos más fuertes, más ágiles y mejores.

## 2.1 Modelo de negocio

Corporación BENIGAR está organizada en tres grandes áreas de negocio, diferenciadas por su actividad, pero unidas por una misma visión: ofrecer experiencias de alta calidad a los clientes más exigentes: Inmobiliario, Mobiliario y Automoción.

Inmobiliario

Esta división representa el origen de la Corporación, nacida bajo las marcas Principado Inmobiliaria y Ducado Inmuebles. En sus inicios, se especializó en la comercialización de viviendas, espacios comerciales y edificios de oficinas de alto standing, ubicados en localizaciones privilegiadas y construidos con materiales de primera calidad y tecnología de vanguardia.

Mobiliario

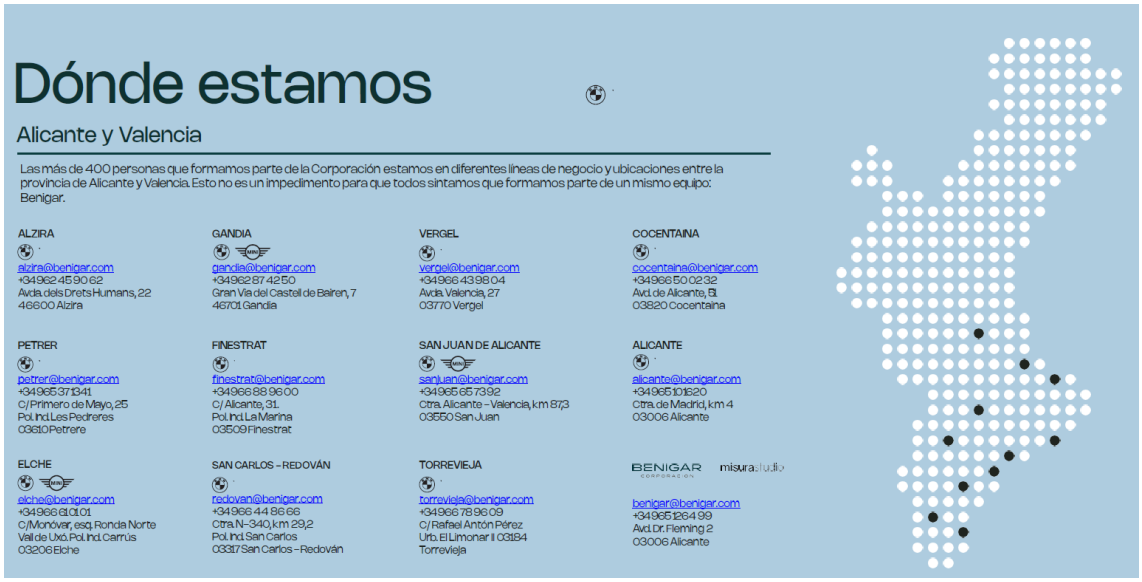
BENIGAR Misura es la propuesta de interiorismo y diseño de espacios de BENIGAR, orientada a un cliente de perfil premium con exigencias estéticas y funcionales de alto nivel. Con presencia en Alicante y Elche, Misura acompaña a sus clientes en proyectos de reforma y equipamiento de espacios residenciales y comerciales, bajo una filosofía de atención personalizada y calidad en cada detalle.

En 2025, Misura consolidó su posicionamiento de marca a través de alianzas estratégicas con referentes del deporte y la gastronomía de alto nivel, entre ellas la colaboración con el chef Pablo Montoro y la renovación del acuerdo con el tenista Juan Carlos Ferrero.

Automoción

Es la línea de negocio principal de BENIGAR, y se articula en dos formatos comerciales.

Por un lado, BENIGAR agrupa los concesionarios oficiales de BMW y MINI, que operan bajo los formatos comerciales Fersán, Hispamóvil y Móvil Begar, con presencia en 11 instalaciones () distribuidas entre Alicante y Valencia. Su propuesta de valor se basa en un enfoque integral que cubre todas las necesidades del cliente en el ámbito de la movilidad: venta de vehículos nuevos y de ocasión, financiación, mantenimiento, renting, venta de recambios y productos *lifestyle*. Gracias a su trayectoria y excelencia operativa, BENIGAR Automoción se ha consolidado como el máximo representante de la marca BMW en la Comunidad Valenciana y el segundo concesionario oficial más antiguo de España.




Por otro lado, Benga by Benigar es la línea de venta de vehículos de segunda mano de BENIGAR. En los últimos ejercicios, Benga! se había posicionado como la apuesta 100% digital de BENIGAR por una movilidad más sostenible, accesible y transparente, combinando compraventa y suscripción de vehículos multimarca.

En 2025, esta línea de negocio revisó su posicionamiento e identidad visual para reforzar su vinculación con la marca corporativa, pasando a denominarse comercialmente Benga by Benigar. El cambio incluyó una nueva imagen de marca, logotipo y paleta de color, trasladados a la decoración interior y exterior de las instalaciones, la uniformidad del equipo comercial, la renovación de la página web (en curso) y la estrategia de comunicación en redes sociales, junto con una revisión de la tipología de vehículos comercializados.

## 2.2. Nuestra historia.

BENIGAR nació en la provincia de Alicante impulsada por el espíritu emprendedor de Aniceto Benito, quien en 1964 fundó la promotora Principado. Ladrillo a ladrillo, fuimos construyendo no solo viviendas y espacios emblemáticos en la costa alicantina —convirtiéndonos en la promotora con mayor número de desarrollos en primera línea de playa de Benidorm— sino también los sólidos cimientos de una empresa familiar que no ha dejado de evolucionar.

En 1979, guiados por la visión y pasión del fundador, BENIGAR dio el salto al sector de la automoción con la apertura de Fersán. Aunque existían otras opciones en el mercado, Aniceto Benito supo ver en BMW una marca con un futuro prometedor, alineada con sus propios valores: calidad, vanguardia y diferenciación. A esa visión, se sumaron principios como la honestidad, el compromiso y la excelencia, que han acompañado nuestro crecimiento desde entonces.

Con el tiempo, la expansión continuó con la inauguración de Hispamóvil en 1989 y Móvil Begar en 2005, consolidando una red de concesionarios que hoy es referente de BMW en la Comunidad Valenciana y ocupa el segundo lugar entre los concesionarios oficiales más antiguos de España.

Nuestro crecimiento ha sido constante. En 2017 ampliamos nuestras operaciones con nuevos puntos de venta y servicio en Cocentaina-Alcoy, Gandía y Alzira. En 2019, Misura Studio abrió su segundo showroom en Elche, y en 2021 dimos un paso hacia el futuro con el lanzamiento de Benga!, nuestro negocio digital centrado en la movilidad sostenible.

El año 2023 marcó un hito clave en nuestra trayectoria: unificamos las marcas Fersán, Hispamóvil y Móvil Begar bajo una sola identidad —BENIGAR— dando lugar a BMW BENIGAR, MINI BENIGAR y BMW Motorrad BENIGAR. Este cambio no solo reforzó nuestra eficiencia operativa y cohesión interna, sino que consolidó nuestro compromiso con una movilidad Premium, innovadora y sostenible.

En 2025, este proceso de unificación de marca se extendió al resto de líneas de negocio: Misura Studio pasó a integrarse bajo la denominación Benigar Misura, y Benga! actualizó su identidad visual para reforzar su vinculación con BENIGAR, pasando a denominarse comercialmente Benga by Benigar. Con ello, todas las líneas de negocio de BENIGAR —automoción, inmobiliario y mobiliario— comparten ya una misma identidad de marca corporativa.

Asimismo, BENIGAR continuó su expansión con la inauguración de las nuevas instalaciones de BMW Benigar Gandía —un espacio renovado que materializa la apuesta de BENIGAR por la experiencia Premium en la provincia de Valencia— y la apertura de un nuevo espacio exclusivo de BMW Motorrad de ocasión, ampliando la oferta para los aficionados a las dos ruedas.

Hoy, tres generaciones después, la visión de nuestro fundador sigue guiando cada paso. 430 profesionales formamos parte de esta organización en continuo crecimiento, con una mirada puesta en el futuro, una apuesta decidida por la innovación y una convicción firme: las personas —clientes, equipo y colaboradores— están en el centro de todo lo que hacemos.

# TIMELINE

## UNA HISTORIA DE MÁS DE 60 AÑOS



**1964**
**PRINCIPADO**

Aniceto Benito funda la promotora Principado, inicio de la empresa familiar en el sector inmobiliario alicantino.



**1979**
**FERSÁN**

Entramos en la automoción con la apertura de Fersán, hoy segundo concesionario oficial de BMW más antiguo de España.



**1989**
**HISPAMÓVIL**

Ampliamos nuestras marcas comerciales con la entrada de Hispamóvil en Elche.



**2001**
**DUCADO**

Con Ducado, dedicada a construcciones industriales y de oficinas, iniciamos obras de gran importancia empresarial.



**2004**
**NUEVA SEDE CORPORATIVA**

Inauguramos nuestra nueva sede de oficinas, premiada por el Colegio Oficial de Arquitectos de la CV en 2005/2006.



**2005**
**MÓVIL BEGAR**

Incorporamos Móvil Begar, nuestra tercera marca comercial, e iniciamos una gran expansión por toda Alicante.



**2009**
**MISURA STUDIO**

Iniciamos Misura Studio, estudio de interiorismo y mobiliario para proyectos integrales de viviendas, oficinas y negocios.



**2017**
**EXPANSIÓN A VALENCIA**

Adquirimos instalaciones en Gandía y Alzira, ampliando nuestro alcance al sur de Valencia. 11 instalaciones en total.




**2021**
**BENGA!**

Lanzamos Benga!, nuestro modelo de negocio digital, reforzando el compromiso con la sostenibilidad.



**2023**
**NUEVA IDENTIDAD**

Unificamos nuestras marcas bajo BENIGAR, inicio de una nueva etapa de transformación.




**2025**
**UNIFICACIÓN AMPLIADA**

Extendemos la identidad a Misura y Benga by Benigar, con nuevas instalaciones en Gandía y un espacio BMW Motorrad de ocasión.

## 2.3. Aspectos financieros

BENIGAR se organiza a través de dos estructuras societarias independientes: **Corporación Financiera Benigar, S.L.**, que agrupa la línea de negocio de Automoción, y **Benigar Patrimonio, S.L.**, que agrupa las líneas de Inmobiliario y Mobiliario.

**Corporación Financiera Benigar** se estructura en torno a seis sociedades:

- Automóviles Fersán, S.A.
- Móvil Begar, S.A.
- Hispamóvil, S.A.
- OK Services Rent a Car, S.L. (Benga by Benigar)
- Inmobiliaria Benigar San Juan, S.L.
- Corporación Financiera Benigar, S.L., que actúa como sociedad matriz de esta rama.

Estas seis sociedades concentran la actividad de la línea de negocio de Automoción —venta de vehículos nuevos y de ocasión, reparación y mantenimiento, y comercialización de recambios—. Inmobiliaria Benigar San Juan, S.L. gestiona además los inmuebles donde se ubican las propias instalaciones de BENIGAR, sin relación con la línea de negocio de Inmobiliario descrita a continuación.

**Benigar Patrimonio, S.L.** engloba, por su parte, las sociedades Inmobiliaria Principado, S.A., Ducado Muebles, S.L., Premium Costa Blanca Inmobiliaria, S.L., Misura Studio, S.L., Easy Home, S.L. y Chic Design Home, S.L., a través de las cuales se desarrollan las líneas de negocio de Inmobiliario y Mobiliario. Benigar Patrimonio está participada por seis accionistas de la familia fundadora: Aniceto Benito Núñez, M.ª Ángeles García, Aurora Benito Gracia, Luis Javier Benito García, Alfonso Benito García y Belén Benito García.

Cada una de estas entidades desarrolla un negocio específico y está integrada dentro del marco estratégico de su respectiva matriz. Esta configuración permite un control más directo sobre las operaciones y minimiza los riesgos que pudieran surgir en alguna de las compañías individuales.

El modelo de control financiero de BENIGAR se apoya en dos pilares fundamentales:

- Centralización financiera, sin concentrar en exceso las decisiones operativas ni de financiación conjunta.
- Gestión autónoma de cada unidad de negocio, bajo la responsabilidad directa de los CEO (Javier Benito, Belén Benito y Alfonso Benito) y los Gerentes (Alberto Marchante, Antonio Amorós y Fernando García).

Esta fórmula permite reducir los posibles conflictos de interés entre las estrategias comerciales y financieras, creando barreras de seguridad entre las sociedades y fomentando una gestión orientada a la rentabilidad individual. A su vez, las sinergias

internas y la mejora continua de procesos contribuyen a maximizar el rendimiento global de BENIGAR.

La sociedad matriz no solo actúa como eje de control, sino también como gestora de los beneficios generados por las filiales, canalizando su distribución a través de dividendos anuales y destinándolos a la creación de nuevos negocios o al fortalecimiento de aquellas sociedades que requieren inversiones para crecer.

En cuanto a la política financiera, Corporación BENIGAR mantiene una relación estratégica con las entidades financieras, a quienes considera socios clave para el desarrollo del negocio.

En esta línea:

- Establece límites máximos de apalancamiento adaptados a la naturaleza de cada sociedad.
- Comparte información financiera mensual con la marca BMW y anualmente con las entidades bancarias, especialmente con BMW Bank.
- Mantiene una política de total transparencia en sus relaciones con el sector financiero, reforzando la confianza y la colaboración a largo plazo.

## 2.4 Creación de valor 2025 en cifras.

# Magnitudes clave

Benigar en cifras



### ACTIVIDAD

2 provincias

13 instalaciones

1 marca

859 vehículos electrificados vendidos
+60,9% vs 2024

3.038 Ventas de vehículos de ocasión

2.890 Ventas de vehículos nuevos

66.700 Entradas totales en taller

56.043 Clientes atendidos
+15,6% vs 2024

100% de las reclamaciones resueltas

Facturación total posventa
+6,8% vs 2024



### MEDIOAMBIENTE

33,6% Reducción de emisiones totales

37,1% Media de autoconsumo eléctrico

9 de 12 sedes con autoconsumo solar

20% de la flota interna es eléctrica

86,8% Residuos valorizados, +4,5% vs 2024

47 Puntos de carga eléctrica
+1 instalación vs 2024

+60,9% Venta de vehículos electrificados vs 2024



### PERSONAS

430 Personas

15 Nacionalidades

30,8% Mujeres entre directivas

21,9% Mujeres en plantilla.
+16% vs 2024

93.5% Contratación indefinida

44,6 eNPS
+un salto de casi 40 puntos vs 2024

253.560€ Invertidos en formación

8.054h. Horas de formación
+13,8% vs 2024

## 2.5 Análisis del entorno

El sector de la automoción en España atraviesa una transformación que combina, de forma simultánea, cambios en el producto, en el modelo de negocio, en el marco regulatorio y en las expectativas sociales. Para los grupos de distribución como BENIGAR, este entorno plantea retos estructurales y oportunidades concretas.

**Un sector con peso económico y responsabilidad creciente**
La distribución de vehículos sigue siendo un pilar de la economía española. Según Faconauto, el sector genera un impacto superior a los 56.000 millones de euros, equivalente al 3,7% del PIB, y sostiene cerca de 500.000 empleos directos, indirectos e inducidos, con una tasa de contratación indefinida superior al 84%. Este peso económico conlleva una responsabilidad creciente en materia de descarbonización, transparencia y gestión responsable, ámbitos en los que la regulación europea está incrementando sus exigencias.

La Comunidad Valenciana, donde BENIGAR concentra su actividad, se sitúa entre las regiones con mayor proyección en movilidad sostenible del mapa industrial español.

**El mercado en transición**
El mercado español cerró 2025 con 1.372.128 matriculaciones, un +12,2% respecto a 2024, superando el millón de unidades por segundo año consecutivo. La transformación del *mix* de producto es el dato más relevante del ejercicio: los vehículos alternativos —electrificados, híbridos y de gas— representaron el 57,6% del total matriculado, superando por primera vez a los combustibles fósiles en el conjunto del año.
Los vehículos electrificados (BEV+PHEV) alcanzaron 245.629 unidades, prácticamente el doble que en 2024 (+96,2%), con una cuota del 17,9% sobre el total del mercado. Los eléctricos puros (BEV) crecieron un +75,7% hasta las 115.062 unidades, y los híbridos enchufables (PHEV) más que se duplicaron (+118,7%) hasta las 130.567 unidades. Los híbridos convencionales (HEV) se consolidaron como la primera tecnología por volumen, con 484.416 unidades (+22,7%) y una cuota del 35,3%, lo que refleja la preferencia de una parte del mercado por una electrificación sin dependencia de infraestructura de recarga. El diésel y la gasolina, con caídas del 8,6% y 16,0% respectivamente, mantienen su tendencia a la baja.

En la Comunidad Valenciana, el crecimiento de los vehículos híbridos fue el más intenso de todas las comunidades autónomas en el acumulado enero-agosto (+68,4%), reflejo de una demanda local que avanza más rápido que la media nacional hacia la electrificación. En este contexto, BENIGAR alcanzó en 2025 una cuota de vehículos electrificados del 20% sobre sus ventas totales, por encima de la media del mercado español.

*Fuente: ANFAC / Instituto de Estudios de Automoción (IEA), datos DGT. Acumulado enero-diciembre 2025.*

**Retos estructurales del sector**

Más allá de las tendencias de mercado, el sector afronta retos estructurales que requieren decisiones estratégicas:

1. **Renovación del parque y calidad del aire.** El crecimiento de las ventas de vehículos eléctricos e híbridos es una tendencia estructural en Europa, impulsada por el paquete *Fit for 55* y los objetivos de reducción de $CO_2$ para fabricantes. En 2025, el porcentaje de vehículos electrificados sobre el total de matriculaciones en Europa se situó en el entorno del 25-30%, con diferencias significativas entre mercados; España avanzó a un ritmo más moderado, aunque con tendencia de aceleración. Un estudio de Salix Analytics, presentado por Faconauto, aporta un matiz complementario sobre política de calidad del aire: con un parque de 14,6 años de antigüedad media que se renueva a solo un 4% anual, su modelización concluye que la diferencia en emisiones de $NO_2$ entre un parque exclusivamente eléctrico y uno con un *mix* de tecnologías modernas (BEV, Euro 6d, Euro 7) es reducida, y que el factor más determinante para la calidad del aire urbano es la velocidad de renovación del parque, no solo el tipo de motorización de los vehículos nuevos. La Ley de Movilidad Sostenible obliga al Gobierno a aprobar un Plan Nacional de Renovación del Parque, cuyo plazo venció en marzo de 2026 sin haberse activado.

2. **Un marco regulatorio ESG que ya es exigencia operativa.** La entrada en vigor progresiva de la Directiva CSRD y la Taxonomía Verde Europea eleva los requisitos de transparencia y reporte para las empresas del sector. La CSRD amplía el alcance de las obligaciones de información no financiera y exige que los datos de sostenibilidad sean coherentes, comparables, verificables y trazables, conforme al principio de doble materialidad. La revisión de la Directiva en 2025 incorporó simplificaciones en los estándares ESRS y reforzó el papel del consejo de administración en la supervisión del sistema de información ESG. Para los concesionarios, el impacto es directo: BMW Group y otros fabricantes trasladan estas exigencias a su red de distribución, que debe demostrar avances medibles. El incumplimiento conlleva riesgo de sanciones, pérdida de reputación, restricción de acceso a financiación sostenible y cierre de oportunidades comerciales.

3. **Descarbonización de la cadena de valor.** La reducción de la huella de carbono se extiende a cada eslabón de la cadena de valor: instalaciones, flotas, gestión de residuos, consumo energético y proveedores. Según SERNAUTO, la eficiencia energética, el uso de renovables y la economía circular son las principales palancas que el sector debe activar para responder a estas exigencias. El estudio de Salix Analytics señala además que una parte creciente de las partículas en suspensión urbanas procede no del tubo de escape —prácticamente eliminado en los vehículos modernos Euro 6d y BEV— sino del desgaste de neumáticos, frenos y calzada, lo que amplía el foco de la sostenibilidad más allá de la motorización: el mantenimiento preventivo, la gestión de neumáticos y la posventa de calidad se convierten en vectores de impacto ambiental relevantes para talleres y servicios de distribución.

4. **Transición al modelo de agencia.** MINI opera bajo modelo de agencia en España desde 2024, y BMW tiene prevista su transición para 2026-2027. Este sistema elimina el stock propio del concesionario, que pasa a actuar como agente de ventas a cambio de una comisión, lo que transforma la estructura de ingresos y márgenes y sitúa la posventa y la experiencia de cliente como principales diferenciadores competitivos.

5. **La posventa como eje de rentabilidad.** En un contexto de compresión de márgenes en venta de vehículos nuevos, la posventa se consolida como el principal generador de valor, pudiendo representar hasta el 50% de los resultados en algunos grupos de concesionarios, según estimaciones de Faconauto. Las alianzas con aseguradoras, empresas de renting y flotas corporativas, junto a una propuesta de servicio diferenciada, son hoy una prioridad estratégica del sector.

6. **Riesgos físicos del cambio climático.** La DANA que afectó a la Comunidad Valenciana en noviembre de 2024 confirmó que los riesgos físicos derivados del cambio climático son riesgos operativos reales para el sector. BENIGAR, con instalaciones en la zona afectada, tuvo impacto directo en su sede de Alzira. Este episodio refuerza la necesidad de incorporar la resiliencia climática —evaluación de exposición de activos, planes de contingencia y cobertura aseguradora adecuada— en la gestión estratégica, en línea con los requisitos de información sobre riesgos físicos y de transición del marco regulatorio europeo.

**Transformación de competencias y talento**

La evolución del sector implica también un cambio en los perfiles profesionales. El mercado demanda perfiles híbridos que combinen competencias técnicas, digitales y relacionales; la formación continua, la recualificación del equipo existente y la atracción de talento joven son, según el World Economic Forum y la OCDE, palancas críticas para la competitividad a largo plazo.

*Este análisis del entorno es el punto de partida del proceso de doble materialidad que BENIGAR llevó a cabo en 2025, cuyos resultados —impactos, riesgos y oportunidades identificados y priorizados— se recogen en la sección 3 de este informe.*

## 2.6 Política de Sostenibilidad: misión, visión y valores

**Nuestra política de sostenibilidad es: "*Driving to the future*".**




En BENIGAR estamos convencidos de que los tiempos excepcionales requieren **repensar lo establecido** y explorar nuevas vías hacia un futuro más justo, eficiente y sostenible. Ir más allá de lo convencional, en la relación con nuestros clientes y en la manera de hacer negocio, significa también pensar en el entorno que nos rodea y en el bienestar de las personas. **Esa es nuestra definición de sostenibilidad**.

Para nosotros, la sostenibilidad no es solo un objetivo, sino una forma de actuar con compromiso y responsabilidad en todos los ámbitos:

**Medioambiental** → *Driving to Greener Horizons*

**Económico y humano** → *Driving to Premium Workplace*

**Gobernanza** → *Driving to Excellence*

**Impacto social** → *Driving to Social Impact*

No se trata únicamente de ofrecer productos y servicios sostenibles, sino de ser una empresa sostenible en sí misma. Porque **ser sostenibles va mucho más allá de "ser**

**verdes”**: implica coherencia, ética, transparencia y compromiso con nuestros grupos de interés y con las generaciones que vienen.

Entendemos la sostenibilidad como un pilar central de nuestra estrategia corporativa y una herramienta para construir un futuro mejor. En línea con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la Agenda 2030, trabajamos de forma activa y transversal para cumplir especialmente con cinco metas prioritarias para nosotros:




Somos plenamente conscientes de que la **movilidad** representa uno de los mayores retos de nuestra era. Al mismo tiempo, es una de las principales fuentes de emisiones de carbono. Resolver estos desafíos requiere una colaboración activa entre el sector privado, el sector público y la ciudadanía. Por eso, desde BENIGAR, asumimos el compromiso de ser parte activa del cambio: **fomentando una movilidad rápida, segura, eficiente y sostenible.**

Queremos marcar la diferencia. **Aportar valor real con nuestros productos y servicios**. Ser una compañía que no solo responde a las expectativas de sus clientes, sino que también contribuye al bienestar colectivo y al cuidado del planeta.




En BENIGAR entendemos la excelencia como una actitud constante. Nos comprometemos a mantener los más altos estándares de calidad y a impulsar la mejora continua en todos nuestros productos y servicios. Creemos que solo a través de la excelencia podemos generar un impacto real y duradero para nuestros clientes, proveedores y aliados estratégicos.
Lograrlo implica comprender a fondo el comportamiento del cliente, anticipar tendencias y asumir retos ambiciosos. Revisamos y optimizamos sistemáticamente nuestros procesos con un único propósito: elevar la experiencia de quienes confían en nosotros. Para BENIGAR, ser excelentes significa actuar con **responsabilidad, integridad y compromiso**, cada día, sin excepciones.




Las personas están en el centro de nuestra cultura corporativa. En BENIGAR apostamos por construir un entorno laboral donde cada persona se sienta inspirada, valorada y segura. Sabemos que contar con equipos competentes, comprometidos y alineados con nuestros valores es clave para avanzar en la dirección correcta y ofrecer experiencias memorables a nuestros clientes.

Por ello, trabajamos activamente para crear un espacio que garantice **igualdad de oportunidades, diversidad, desarrollo profesional y aprendizaje continuo**. Nos comprometemos a ofrecer condiciones laborales estables, promover el bienestar integral y facilitar la conciliación personal, familiar y profesional. Queremos que cada persona que forma parte de BENIGAR se sienta parte de un propósito más grande.




En BENIGAR creemos que ser una empresa significa mucho más que generar valor económico: implica **crear impacto positivo en la sociedad**. Por eso, nos implicamos activamente en el entorno donde operamos, colaborando con iniciativas sociales, culturales, educativas y medioambientales.

Desde nuestra propia experiencia y compromiso, promovemos un **cambio de mentalidad hacia modelos de producción y consumo más sostenibles**, que pongan en el centro a las personas y al planeta. Apostamos por la creación de alianzas estratégicas —públicas y privadas— y por compartir el conocimiento como motor de transformación. Porque el verdadero progreso se construye en colectivo.



Nuestro compromiso con el planeta es claro: queremos **liderar la transición hacia una movilidad más sostenible y baja en emisiones**. En BENIGAR trabajamos para minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones y productos, integrando la sostenibilidad en todo el ciclo de vida de nuestro negocio.

Aplicamos principios de economía circular —**reducir, reutilizar y reciclar**—, apostamos por energías renovables, valorizamos nuestros residuos y reducimos nuestra huella de carbono. Porque creemos firmemente que **sostenibilidad y rentabilidad no son opuestos, sino aliados inseparables**.

## 2.7 Propósito y valores corporativos

En BENIGAR creemos que una empresa sólida se construye a partir de un propósito claro, una visión inspiradora y unos valores compartidos que orientan cada acción. Estos principios son los que nos permiten avanzar con coherencia, adaptarnos a los cambios y generar impacto real en las personas, en el negocio y en el entorno.

**Misión:**
Ofrecer soluciones de movilidad y servicios premium que nos permitan construir relaciones duraderas basadas en la cualificación, profesionalidad y confianza de nuestro equipo humano, manteniendo siempre un firme compromiso con el respeto al entorno.

**Visión:**
Ir más allá de lo establecido en la experiencia del cliente y del negocio, generando el máximo valor para las personas y para el entorno en el que operamos.

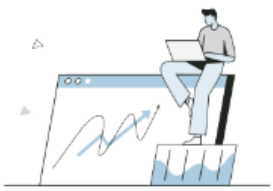
**Propósito:**
Aportar valor real a las personas, haciendo las cosas bien desde dentro: empezando por nuestro equipo y extendiéndose a nuestros proveedores, clientes y la sociedad en su conjunto.

**Motor de Excelencia:**
Bajo el lema *"Motor de Excelencia"*, sintetizamos nuestra pasión por mejorar continuamente. Buscamos la excelencia en cada detalle: en el servicio al cliente, en el trabajo diario, en las relaciones humanas y en el impacto que generamos.

<u>Nuestros Valores</u>
Los valores de BENIGAR son la base de nuestra cultura corporativa. Nos guían, nos unen y nos impulsan a seguir creciendo, como equipo y como compañía.



**Todas las personas son valiosas.**
La humildad, el respeto y la cercanía están presentes en todo lo que hacemos. Valoramos el esfuerzo de cada persona que forma parte de BENIGAR y fomentamos un entorno inclusivo, donde el compañerismo y la integridad son la norma.



**La relevancia está en la excelencia.**
Buscamos destacar a través de la calidad y la mejora continua. Asumimos desafíos, nos atrevemos a innovar y actuamos siempre con responsabilidad, honestidad y compromiso. Para nosotros, la excelencia no es una meta, sino una forma de trabajar cada día.



**Llegamos más lejos si pensamos como equipo.**
Creemos en la fuerza de lo colectivo. Fomentamos la colaboración y una comunicación abierta, sincera y constante. Confiamos en el talento de las personas y promovemos la autonomía y la responsabilidad compartida para alcanzar objetivos comunes.



**Estamos abiertos a las nuevas ideas**
Somos inconformistas por naturaleza. Creemos en la diversidad de pensamiento y en la curiosidad como motor de la innovación. Impulsamos una cultura abierta donde todas las ideas cuentan y donde las mejores soluciones surgen de la colaboración.

<u>Una visión adaptada al cambio</u>

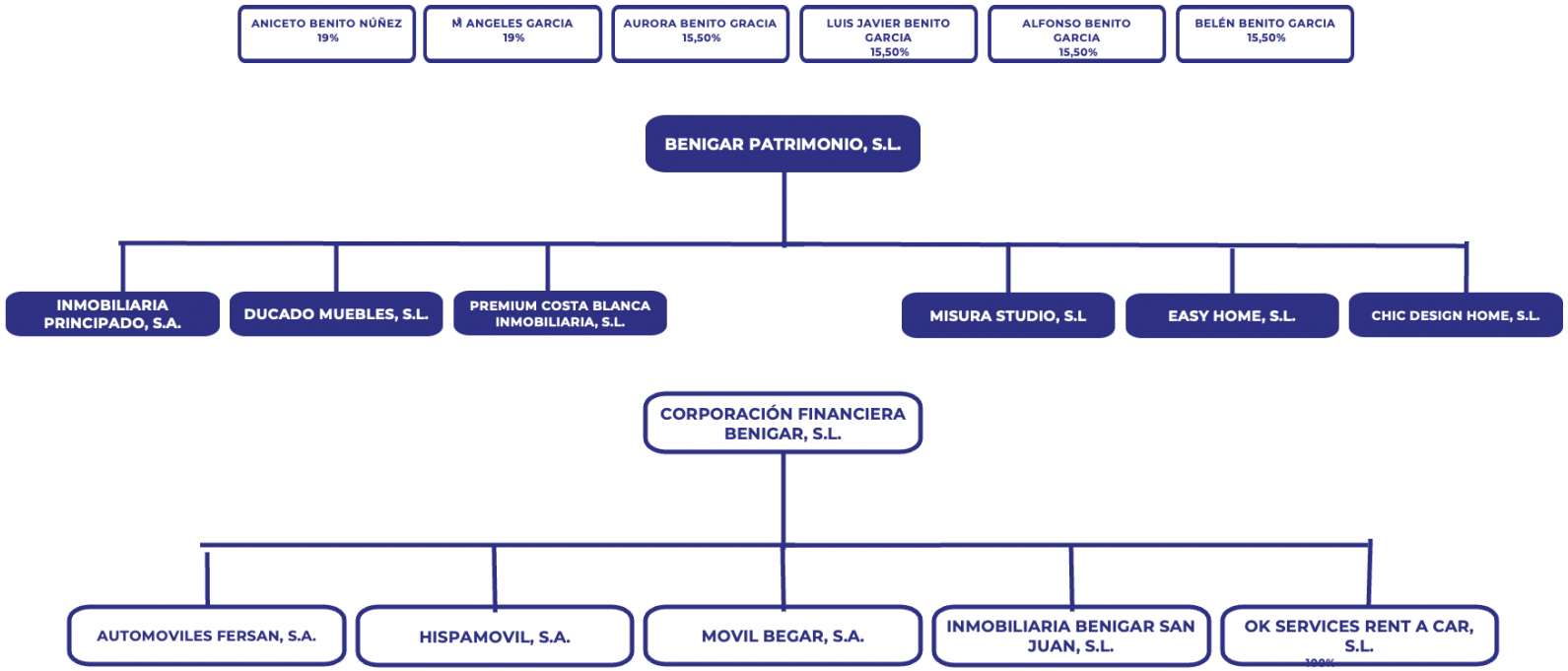
Nuestra historia de más de cinco décadas ha estado marcada por la evolución constante. Hemos sabido prosperar en contextos de incertidumbre gracias a nuestra capacidad de adaptación, observación y acción ágil. Pero hoy, más que nunca, no basta con adaptarse: **es necesario anticiparse.**

Desde BENIGAR observamos el presente con atención, pero también con una mirada puesta en el futuro. Entendemos que anticiparse a las nuevas dinámicas del mercado, de la sociedad y de la movilidad es esencial para seguir siendo relevantes. Por eso, nuestra visión es clara: **ir más allá de lo establecido, creando valor duradero para las personas y para el entorno.**

Este propósito es el que nos impulsa a evolucionar constantemente, a transformar la forma en la que hacemos las cosas y a diseñar estrategias que nos permitan construir un futuro sostenible, inclusivo y excelente.

## 2.8 Organigrama.

**Estructura holding Grupo BENIGAR:**



# 3. ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD

## 3.1 Proceso y metodología

En 2025, BENIGAR ha realizado por primera vez un **análisis de doble materialidad**, alineado con los requisitos establecidos por la **Directiva de Información Corporativa en Sostenibilidad (CSRD)** y los **Estándares Europeos de Información en Sostenibilidad (ESRS)**. Este ejercicio representa un salto cualitativo respecto al análisis de materialidad realizado en 2022, que quedaba limitado a la identificación de temas relevantes sin la doble perspectiva que exige el nuevo marco normativo.

El análisis ha sido elaborado por el Departamento de Datos y Sostenibilidad de BENIGAR, siguiendo las directrices metodológicas de los ESRS y la Nota de Implementación NEIS 1 publicada por EFRAG, conforme a los principios de proporcionalidad, trazabilidad y participación definidos por la CSRD. Como referencias complementarias se han utilizado los indicadores GRI, los criterios sectoriales del SASB para la automoción y las guías del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

El proceso se ha estructurado en cinco fases secuenciales:

1. **Identificación de temas relevantes**, tomando como referencia los subtemas definidos por los ESRS, los criterios del SASB aplicables al sector de la automoción y las recomendaciones del Pacto Mundial.

2. **Clasificación de impactos** como riesgo negativo u oportunidad positiva, a partir del conocimiento interno de la empresa y de referencias sectoriales reconocidas.

3. **Evaluación de impactos, riesgos y oportunidades (IROs)** mediante escalas cualitativas tipo Likert (1 a 5) y criterios estandarizados de gravedad, alcance, remediabilidad y probabilidad.

4. **Priorización de asuntos significativos**, aplicando umbrales definidos: gravedad ≥ 3,5, o combinación de gravedad ≥ 3 y probabilidad ≥ 3, priorizando la gravedad del impacto sobre la probabilidad conforme a NEIS 1.

5. **Validación de resultados** con el equipo directivo y los responsables de sostenibilidad de la compañía.

Se han aplicado **dos cuestionarios diferenciados** según la perspectiva evaluada: uno orientado a la materialidad de impacto — efectos reales o potenciales que la empresa genera sobre las personas y el medio ambiente — y otro orientado a la materialidad financiera — riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad que pueden afectar significativamente la situación económica de la empresa.

## 3.2 Participación de los grupos de interés

Uno de los pilares del proceso ha sido la participación de los grupos de interés. Se realizó un mapeo detallado de todos los grupos afectados a lo largo de la cadena de valor de BENIGAR — incluyendo etapas ascendentes y descendentes —, identificando a aquellos cuya perspectiva es clave para comprender los impactos reales o potenciales sobre las personas y el medio ambiente.

Para la **evaluación de materialidad de impacto** se distribuyeron encuestas a empleados/as, clientes, proveedores/as, auditores/as y socios/as estratégicos como BMW. En total participaron **113 personas**. El grupo más representativo fue el de clientes (41%), seguido de empleados/as de BENIGAR (26%). El proceso incluyó dos rondas de contacto a lo largo de dos semanas para asegurar una representación amplia y equilibrada, y se habilitó el correo sostenibilidad@benigar.com como canal único de comunicación.

Para la **evaluación de materialidad financiera** se trabajó con un grupo más reducido de perfiles con conocimiento específico sobre efectos financieros: 28 participantes, con predominio de directivos/as de BENIGAR (39%) y de empresas proveedoras (29%).

En la ponderación de respuestas se aplicó un sistema diferenciado según el grado de afectación y conocimiento de BENIGAR: los grupos externos recibieron un peso base (×1), los grupos internos (×2), los grupos directamente afectados por cada temática concreta (×4) y los perfiles expertos con conocimiento técnico o normativo (×8). Este criterio garantiza que el análisis refleje con precisión el nivel de exposición real de cada grupo ante los impactos evaluados.

Más allá del proceso de consulta para la doble materialidad, BENIGAR mantiene canales de comunicación estables con cada grupo de interés: con **la plantilla**, a través de los canales descritos en el apartado 5.2.1 (intranet viBE, *Newsletter*, GeNews, Genius Hotline, buzones comunicacion@benigar.com y sostenibilidad@benigar.com; con los **clientes**, a través del Departamento de Atención al Cliente y los sistemas de reclamación descritos en el apartado 9; con los **proveedores y la marca BMW**, a través del *reporting* financiero mensual descrito en el apartado 2.3; y con la **comunidad y entidades sociales**, a través de las colaboraciones descritas en el apartado 6.

## 3.3 Temas materiales identificados

El análisis ha evaluado **15 temas en total**. La siguiente tabla recoge la clasificación de cada uno en función de su puntuación en materialidad de impacto, relevancia financiera y resultado de materialidad:

| TEMA | IMPACTO | RELEVANCIA FINANCIERA | MATERIAL |
|---|---|---|---|
| **TEMAS DOBLEMENTE MATERIALES** | | | |
| Experiencia del cliente | Muy alto | Muy alto | Sí |
| Seguridad y salud en el trabajo | Alto | Muy alto | Sí |
| Consumo y eficiencia energética | Muy alto | Alto | Sí |
| Condiciones de trabajo y bienestar | Alto | Muy alto | Sí |
| Cambio climático y emisiones | Muy alto | Alto | Sí |
| Ética empresarial y transparencia | Alto | Alto | Sí |
| Gobernanza en sostenibilidad | Alto | Alto | Sí |
| Gestión de residuos y contaminación | Muy alto | Medio | Sí |
| Uso de recursos y economía circular<br>Gravedad 3,56 + probabilidad 3,38 ≥ umbral combinado (NEIS 1) | Bajo | Bajo | Sí |
| **TEMAS NO MATERIALES O NO ALINEADOS** | | | |
| Gestión de recursos hídricos<br>Alto impacto ambiental, baja relevancia financiera percibida | Alto | Bajo | No alineado |
| Oportunidades de mercado en sostenibilidad<br>Alta relevancia financiera, bajo impacto en sostenibilidad | Bajo | Muy alto | No alineado |
| Capacitación y desarrollo de talento<br>Alta relevancia financiera, muy bajo impacto directo | Muy bajo | Muy alto | No alineado |
| Responsabilidad Social Empresarial | Alto | Medio | No |
| Diversidad e inclusión | Muy bajo | Medio | No |
| Cadena de valor responsable | Muy bajo | Medio | No |

Los **temas doblemente materiales más relevantes** —con puntuación alta en ambas dimensiones— son la experiencia del cliente, la seguridad y salud en el trabajo, el consumo y eficiencia energética, y las condiciones de trabajo y bienestar.

Tres temas presentan una **desalineación significativa** entre perspectivas que merece atención estratégica: la capacitación y desarrollo de talento y las oportunidades de mercado en sostenibilidad obtienen una relevancia financiera muy alta pero baja materialidad de impacto, lo que indica que los grupos internos perciben su potencial de negocio, aunque el impacto sobre personas y entorno sea limitado. En sentido contrario, la gestión de recursos hídricos registra un impacto alto en sostenibilidad con baja relevancia financiera percibida —una señal de infraestimación del riesgo que BENIGAR incorpora como área de vigilancia activa.

El tema **biodiversidad y ecosistemas** fue evaluado pero no ha alcanzado los umbrales de materialidad, dado que todas las instalaciones de BENIGAR se ubican en zonas industriales consolidadas, alejadas de hábitats sensibles. Su gestión se integra en los temas de contaminación y economía circular.

## 3.4 Matriz de doble materialidad




**DOBLEMENTE MATERIALES**

Experiencia del cliente
Seguridad y salud en el trabajo
Consumo y eficiencia energética
Condiciones de trabajo y bienestar
Cambio climático y emisiones
Ética empresarial y transparencia
Gobernanza en sostenibilidad
Gestión de residuos y contaminación

Recursos y economía circular *(umbral)*

**NO MATERIALES / NO ALINEADOS**

Gestión de recursos hídricos *(No alineado)*
Oportunidades de mercado en sostenibilidad *(No alineado)*
Capacitación y desarrollo de talento *(No alineado)*
Responsabilidad Social Empresarial

Diversidad e inclusión
Cadena de valor responsable

La matriz visualiza la posición de cada tema evaluado desde las dos perspectivas simultáneamente, permitiendo identificar de forma clara los asuntos que requieren atención prioritaria, los que presentan relevancia en una sola dimensión y los que han quedado fuera del umbral de materialidad en este ejercicio.

## 3.5 Conclusiones y vinculación con la estrategia

El análisis de doble materialidad 2025 confirma que **los principales focos de gestión sostenible** de BENIGAR se concentran en tres ámbitos: **la calidad del servicio y la relación con el cliente**, **las condiciones laborales y la seguridad de las personas**, y la **gestión ambiental** operativa — especialmente **energía, residuos y emisiones**.

Este análisis no es un ejercicio de *reporting.* Es la base sobre la que BENIGAR ha estructurado su respuesta estratégica en sostenibilidad para el período 2025-2030. A partir de los resultados, la compañía ha integrado los temas materiales en el ***Roadmap* ESG 2025-2030**, el instrumento de gestión que traduce cada IRO en objetivos, metas y KPIs concretos por eje, con cada acción trazada a una IRO concreta. Su desarrollo operativo se detalla en los planes de acción de cada pilar, **pudiendo integrarse progresivamente** en el sistema corporativo de gestión de riesgos (ERM), aplicando a los riesgos ESG y climáticos **un rigor más equiparable** al de los riesgos financieros y operativos.

Los temas que no han alcanzado el umbral de materialidad en 2025 —diversidad e inclusión, desarrollo de talento, cadena de valor responsable y oportunidades de mercado en sostenibilidad— no se descartan: quedan bajo supervisión activa y serán revisados en el próximo ciclo de evaluación, con especial atención a aquellos que muestran desalineación entre impacto y relevancia financiera.

BENIGAR se compromete a mantener un proceso periódico de revisión del análisis de materialidad, asegurando su actualización ante cambios normativos, de contexto o de expectativas de los grupos de interés, y garantizando la trazabilidad entre análisis, decisión, gestión y seguimiento, en línea con los principios de la CSRD.

# 4.INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES AMBIENTALES

## 4.1 Gestión medioambiental

La actividad de BENIGAR, como grupo de distribución y servicios en el sector de la automoción, genera un impacto ambiental derivado de sus operaciones: consumo energético en instalaciones y talleres, gestión de residuos especiales — aceites, neumáticos, baterías —, emisiones asociadas a la flota y los desplazamientos, y uso de recursos como el agua y los materiales. Este impacto, aunque no comparable al de una actividad industrial de fabricación, requiere una gestión activa, sistemática y trazable.

Estos efectos ambientales —en particular la exposición a residuos especiales y sustancias químicas en los procesos de taller— están directamente vinculados a la salud y seguridad de las personas trabajadoras, cuya gestión se desarrolla en detalle en el apartado 5.2.5.

En 2025, la gestión ambiental de BENIGAR está integrada en la estrategia corporativa de sostenibilidad y es coordinada por el Departamento de Datos y Sostenibilidad, que centraliza el seguimiento de indicadores, la identificación de riesgos y la planificación de medidas de mejora en todas las empresas de BENIGAR.

BENIGAR desarrolla su gestión ambiental en el marco de la legislación vigente aplicable a su actividad, incluyendo la normativa sobre residuos, emisiones, eficiencia energética, uso del agua y responsabilidad medioambiental, a nivel europeo, estatal y autonómico. El seguimiento del marco normativo y su actualización es una de las medidas de gestión del riesgo de incumplimiento.

**Marco de riesgos ambientales**

El análisis de doble materialidad realizado en 2025 ha confirmado que el cambio climático y las emisiones, el consumo y la eficiencia energética, y la gestión de residuos y contaminación son temas materiales para BENIGAR, tanto desde la perspectiva de impacto como desde la financiera. Este resultado orienta las prioridades de gestión ambiental de BENIGAR para el presente ejercicio y los siguientes.

Los principales riesgos ambientales identificados y las medidas de gestión asociadas se recogen en la siguiente tabla:

| Riesgo identificado | Medidas de gestión |
|---|---|
| **Incumplimiento de la legislación ambiental vigente** | **Seguimiento continuo de la normativa aplicable; actualización periódica del inventario legal; revisión interna de cumplimiento** |
| **Exceso de consumo energético** | **Auditorías energéticas periódicas; plan de medidas de eficiencia; seguimiento mensual de consumos por sede** |

| | |
|---|---|
| **Exceso de consumo de agua** | **Medidas de uso eficiente; seguimiento de consumos; detección de fugas y mejoras en instalaciones** |
| **Contribución al cambio climático** | **Cálculo anual de huella de carbono (Alcances 1 y 2); inscripción en el Registro MITECO; plan de reducción de emisiones; avance hacia energías renovables** |
| **Exposición a riesgos físicos del cambio climático** | **Evaluación de vulnerabilidad de instalaciones ante fenómenos meteorológicos extremos; planes de contingencia operativa; cobertura aseguradora adecuada; integración en el sistema de gestión de riesgos corporativo** |
| **Incorrecta gestión de residuos** | **Cumplimiento de obligaciones legales; clasificación, reciclaje y trazabilidad documental con gestores autorizados** |

**Recursos, provisiones y garantías frente a riesgos ambientales**

BENIGAR no dispone de una partida presupuestaria diferenciada para la prevención de riesgos ambientales; los recursos se canalizan a través del Departamento de Datos y Sostenibilidad, creado en 2024, y de las auditorías energéticas periódicas.

En cuanto a las garantías frente a un eventual daño, BENIGAR dispone de **Pólizas de Responsabilidad Civil Corporativa** en sus tres sociedades, que cubren con carácter general los riesgos derivados de su actividad. La organización no cuenta, sin embargo, con una póliza específica de seguro de responsabilidad ambiental, ni mantiene provisiones contables diferenciadas para este tipo de riesgo.

Sistema de gestión ambiental

BENIGAR gestiona su impacto ambiental a través de un sistema interno de control operacional que cubre las principales palancas de impacto ambiental: auditorías energéticas periódicas en sus instalaciones —con una vigencia de cuatro años; la última se realizó en 2024, por lo que la siguiente está prevista para 2028—, que permiten identificar ineficiencias y establecer planes de mejora concretos; seguimiento del Roadmap ESG 2025-2030, que actualiza el Plan Estratégico de Sostenibilidad en marcha desde 2022, gestionado por el Departamento de Datos y Sostenibilidad desde 2024; medidas operativas de optimización del consumo de electricidad, agua, papel y combustibles en todas las sedes; y mejora continua en los procesos de taller, la organización del trabajo, el uso del equipamiento y la gestión de residuos especiales.

BENIGAR no dispone actualmente de una certificación ambiental formal (ISO 14001). No obstante, como concesionario oficial, se rige por los exigentes Estándares de Calidad y Sostenibilidad de Retail de BMW Group — que sí dispone de certificación ISO 14001 —, lo que se traduce en un cumplimiento riguroso de la normativa medioambiental

aplicable a su actividad: gestión de residuos peligrosos de taller, control de emisiones, reciclaje de baterías de vehículos eléctricos y eficiencia energética.

Este sistema permite mantener un ciclo constante de identificación, acción y verificación, alineado con el principio de precaución y con los requisitos de trazabilidad del marco normativo ESG. BENIGAR ya cumple con muchos de los requisitos de la norma y, por ello, se plantea en los próximos ejercicios avanzar hacia una certificación externa — un paso que, además, la marca fomenta entre sus concesionarios.

En 2025, BENIGAR participó, a través de Benga!, en el Programa Pyme Sostenible de la red de Cámaras de Comercio, que incluyó un diagnóstico conjunto del grado de implicación ambiental de la organización. El resultado, un Plan de Acción y Mejora Ambiental de la Cámara de Comercio de Alicante estructurado en cinco ejes —agua, energía, innovación, producción y consumo responsables, y huella de carbono y movilidad—, se ha utilizado como herramienta de apoyo para orientar la gestión ambiental de BENIGAR, complementando —sin sustituir— el sistema de gestión propio descrito en esta sección.

**Compromiso ambiental: Driving to Greener Horizons**

La estrategia medioambiental de BENIGAR se articula bajo el compromiso *Driving to Greener Horizons*, que define el marco de acción ambiental con una visión integral: no solo la reducción de emisiones, sino la gestión responsable de todos los recursos, la circularidad en los procesos y la adaptación progresiva a los retos ambientales del sector. Este compromiso se concreta en líneas de acción con seguimiento, integradas en el Roadmap ESG 2025-2030, y vinculadas a los temas materiales identificados en el análisis de doble materialidad.

Las cuatro líneas de acción son:

1. **Descarbonización operativa.** Reducción de la huella de carbono mediante la incorporación progresiva de energías renovables en las instalaciones de BENIGAR—con instalaciones fotovoltaicas ya operativas en varias sedes— y la aplicación de tecnologías eficientes en los procesos de taller y climatización.

2. **Movilidad eléctrica.** Impulso a la electrificación como parte central del modelo de negocio, tanto en la oferta comercial como en la flota interna de BENIGAR. Los avances en infraestructura de recarga y en volumen de vehículos electrificados vendidos se detallan en la sección 4.3.

3. **Circularidad y gestión responsable de residuos.** Avance hacia un modelo más circular en la gestión de los residuos generados por la actividad —especialmente aceites usados, neumáticos y baterías—, con trazabilidad documental y colaboración con gestores autorizados. Los datos de 2025 se recogen en la sección 4.4.

4. **Uso eficiente de recursos.** Optimización del consumo de agua, energía y materias primas en todas las instalaciones, con seguimiento de indicadores y

objetivos de reducción anuales. Los datos de consumo de 2025 se desarrollan en la sección 4.5.

## 4.2 Huella de Carbono

**Marco normativo y metodología**

El cálculo de la huella de carbono de BENIGAR se realiza anualmente, siguiendo la metodología oficial del MITECO, alineada con el estándar GHG Protocol y la norma UNE-ISO 14064-1, cubriendo las emisiones de Alcance 1 (emisiones directas) y Alcance 2 (emisiones indirectas por consumo eléctrico).

Este compromiso forma parte de la estrategia de transparencia ambiental y descarbonización progresiva de BENIGAR, y se refuerza con un vínculo financiero directo: en octubre de 2025, BENIGAR (Hispamovil S.A.) formalizó con BBVA un préstamo vinculado a un KPI de sostenibilidad (Sustainability-Linked Loan), con vencimiento en 2034. El indicador acordado es la intensidad de emisiones —t $CO_2e$ por millón de euros de ventas (Alcances 1 y 2). La reducción de la huella de carbono tiene, por tanto, consecuencias financieras directas para el grupo.

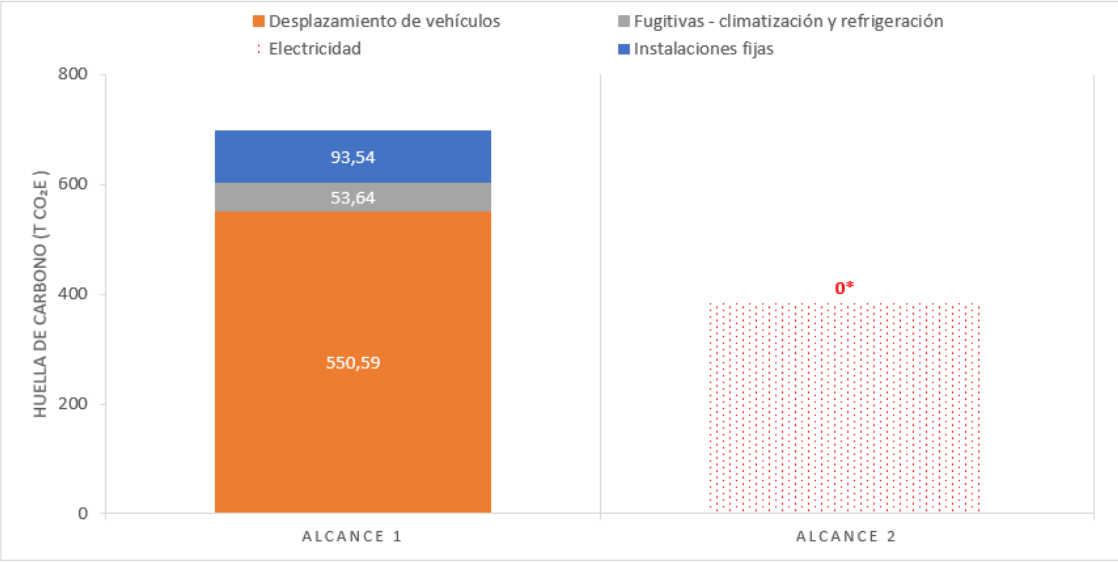
**Resultados 2025**

En 2025, BENIGAR calculó su huella de carbono utilizando la herramienta oficial del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO). Para ello, se empleó el **factor de emisión eléctrico de 2025**, establecido en **0,258 kg $CO_2e$/kWh** para el mix general. Dado que BENIGAR tiene contratada electricidad con Garantía de Origen 100% renovable (Endesa Energía S.A.U.) en la totalidad de sus instalaciones, el factor aplicado al Alcance 2 fue de **0 kg $CO_2e$/kWh**, conforme a la metodología MITECO.

Las emisiones totales del ejercicio ascendieron a **697,76 t $CO_2e$**, correspondientes íntegramente al **Alcance 1**. El **Alcance 2 resultó 0 t $CO_2e$**, con el siguiente desglose por fuente:

- **Instalaciones fijas** (calderas, LPG y gas natural): **93,54 t $CO_2e$** (13,4% del total).
- **Desplazamiento de vehículos** (flota corporativa): **550,59 t $CO_2e$** (78,9% del total).
- **Emisiones fugitivas por climatización y refrigeración**: **53,64 t $CO_2e$** (7,7% del total).

| | | |
|---|---|---|
| **EMISIONES DIRECTAS (Alcance 1)** | **Instalaciones fijas** | **93.538,71 kg $CO_2e$** |
| | **Desplazamiento de vehículos** | **550.585,97 kg $CO_2e$** |
| | **Fugitivas – climatización y refrigeración** | **53.638,80 kg $CO_2e$** |
| **Subtotal Alcance 1** | | **697.763,48 kg $CO_2e$** |
| **EMISIONES INDIRECTAS (Alcance 2)** | **Electricidad** | **0 kg $CO_2e$** |
| **TOTAL (Alcance 1 + 2)** | | **697.763,48 kg $CO_2e$** |

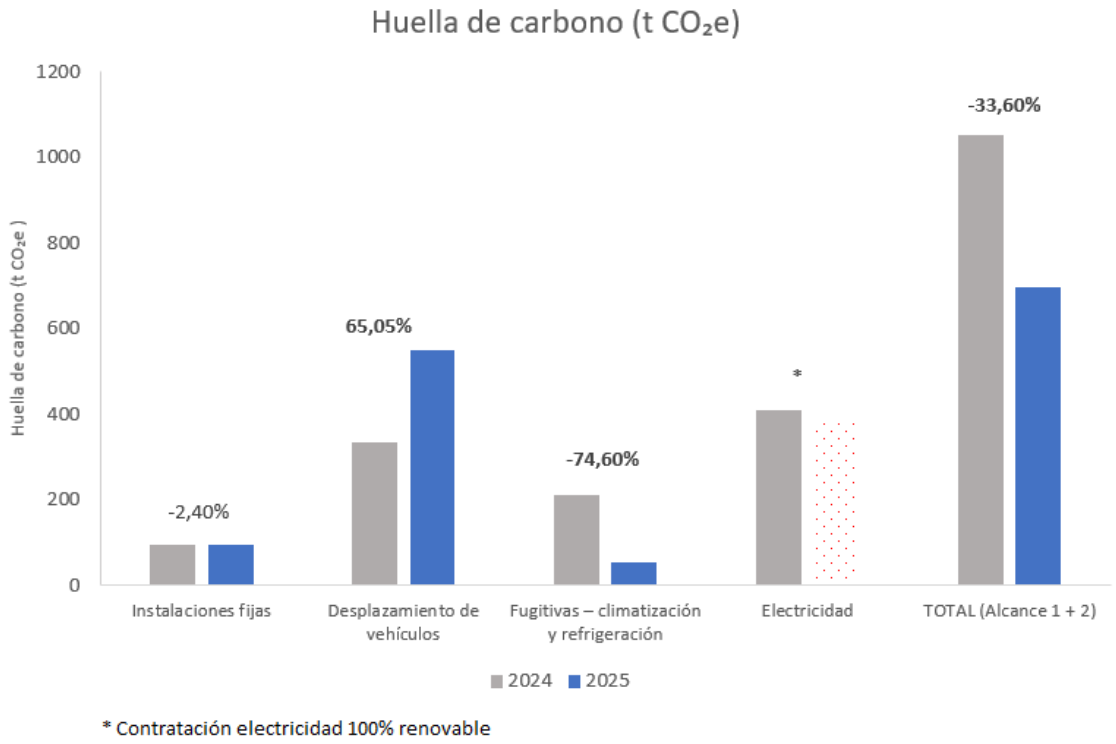



* Contratación electricidad 100% renovable

**Evolución y análisis**

En 2025, las emisiones totales **se situaron en 697,76 t $CO_2e$**, una **reducción del 33,6%** respecto a 2024 y en niveles similares a 2023. El dato más significativo del ejercicio es el del **Alcance 2: 0 t $CO_2e$**. En 2023, el consumo eléctrico generaba 436,17 t $CO_2e$; en 2024, 410,57 t $CO_2e$. La **contratación de electricidad 100% renovable con Garantía de Origen en todas las instalaciones** elimina de forma estructural lo que hasta hace dos años era la mayor fuente de emisiones de BENIGAR —si en 2025 se hubiera aplicado el factor del *mix* general sin GdO, el Alcance 2 habría supuesto 385,12 t $CO_2e$ adicionales.

Dentro del Alcance 1, las emisiones fugitivas por climatización se redujeron un 74,6% (de 211,30 a 53,64 t $CO_2e$), en línea con el carácter bienal de las recargas de gases refrigerantes. Las instalaciones fijas se mantuvieron prácticamente estables (-2,4%). Las emisiones por desplazamiento de vehículos, sin embargo, registran una tendencia al alza sostenida: de 163,74 t $CO_2e$ en 2023 a 333,58 t $CO_2e$ en 2024 (+103,7%), y a **550,59 t $CO_2e$ en 2025 (+65,1%)**. Es la categoría que concentra el mayor peso del Alcance 1 (78,9%) y BENIGAR valorará medidas de gestión al respecto, entre ellas la incorporación progresiva de criterios ESG en las decisiones de renovación de la flota interna.




**Indicadores de intensidad**

Esta tabla recoge los indicadores de intensidad de emisiones de carbono de BENIGAR para el período 2023–2025, que permiten evaluar el desempeño climático en relación con la actividad económica, la dimensión física y el tamaño del equipo.

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| **t $CO_2e$ / millones € de ventas (KPI préstamo BBVA)** | **3,53** | **4,55** | **2,82** |
| **t $CO_2e$ / $m^2$ de instalaciones** | **0,010** | **0,015** | **0,010** |
| **t $CO_2e$ / empleado/a** | **1,96** | **2,63** | **1,62** |

Los tres indicadores muestran una mejora significativa en 2025 respecto a 2024 y sitúan a BENIGAR en niveles de intensidad equivalentes o mejores que 2023, a pesar del crecimiento de la actividad y de la plantilla.

El indicador de **intensidad económica** — t $CO_2e$ por millón de euros de ventas — es el KPI vinculado al préstamo con BBVA y el más relevante desde la perspectiva financiera: refleja cuántas emisiones genera BENIGAR por cada millón de euros de facturación. Su

reducción de 4,55 en 2024 a **2,82 en 2025** supone una mejora del 38% en un solo ejercicio, impulsada principalmente por la eliminación del Alcance 2 mediante la contratación de energía 100% renovable.

El indicador de **intensidad física** — t $CO_2e$ por metro cuadrado de instalaciones — permite comparar el desempeño ambiental con independencia del tamaño del negocio. Se sitúa en **0,010** en 2025, recuperando los niveles de 2023 tras el repunte de 2024.

El indicador de **intensidad de personal** — t $CO_2e$ por persona empleada — refleja la huella per cápita del equipo. Su descenso de 2,63 a **1,62** en 2025 es especialmente relevante en un año en el que la plantilla creció de 400 a 430 personas: la reducción de emisiones absolutas fue suficientemente intensa para compensar el crecimiento del equipo y mejorar el ratio.

**Compromiso financiero vinculado a la descarbonización**

El indicador acordado con BBVA toma como año base 2024 (4,5531 t $CO_2e$/M€) con reducciones acumulativas anuales. Lo relevante no es la variación año a año, sino la posición al cierre de cada ejercicio respecto al año base.

Los hitos establecidos son:

| | 2024 (año base) | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 | 2034 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| t $CO_2e$ / millones € de ventas | 4,5531 | 4,3482 | 4,1433 | 3,9384 | 3,7335 | 3,5286 | 3,3237 | 3,1188 | 2,9140 | 2,7091 | 2,5042 |

El cumplimiento se verificará anualmente, pudiendo utilizarse el EINF verificado como uno de los métodos válidos de verificación, con un ajuste del diferencial de ±0,02% según el resultado.

**El resultado de 2025 —2,82 t $CO_2e$/M€— se sitúa ya por debajo del objetivo previsto para 2030**, alcanzando en un único ejercicio la reducción acumulada que el préstamo contemplaba lograr a lo largo de casi una década. Al ser la reducción acumulativa, este desempeño garantiza el cumplimiento de todos los hitos futuros mientras las emisiones se mantengan en niveles similares.

**Plan de reducción de emisiones 2025–2030**

En cumplimiento del **RD 214/2025**, BENIGAR ha elaborado un plan de reducción de emisiones con horizonte 2030, alineado con ESRS E1 y articulado en cinco ejes estratégicos.

Las metas propias van más allá de los hitos del préstamo BBVA:

| Eje | Acciones en curso (2025) | Meta 2026 | Meta 2030 |
|---|---|---|---|
| **Medición y registro** | **Cálculo anual HdC Alcances 1+2 con metodología MITECO; verificación TÜV SÜD en el marco del EINF** | **HdC 2025 verificada por TÜV SÜD Iberia; cumplimiento KPI BBVA (≤ 4,35 t $CO_2e$/M€); valoración de inscripción voluntaria en el Registro de Huella de Carbono del MITECO** | **Reducción ≥ 40% emisiones vs. año base 2024; inscripción en el Registro de Huella de Carbono del MITECO** |
| **Eficiencia energética** | **Programadores automáticos de climatización implantados; sustitución progresiva LED; monitorización energética con 3Finetika en varias sedes; concienciación interna iniciada** | **Mejora y nueva presentación del proyecto AInergy para obtener financiación; extensión de monitorización a todas las sedes; ampliación del plan de concienciación** | **Reducción ≥ 30% consumo energético vs. año base** |
| **Energía renovable** | **Electricidad 100% renovable contratada en todo el grupo; ampliación de 7 a 9 sedes con fotovoltaica** | **Avance en instalación fotovoltaica en sedes pendientes; mantenimiento electricidad 100% renovable** | **≥ 70% energía de autoconsumo renovable** |
| **Movilidad y flota** | **Incremento de vehículos electrificados en oferta comercial** | **Definición de criterios ESG para renovación de flota interna progresiva; aumento de vehículos electrificados en flota propia** | **Flota interna de bajas emisiones** |
| **Compensación residual** | **___** | **Análisis de opciones de compensación certificada; definición de estrategia** | **Compensación de emisiones no reducibles en origen** |

En el eje de eficiencia energética destaca el proyecto **AInergy**, desarrollado en 2025 en colaboración con Cloud Levante y 3Finetika: un ecosistema energético inteligente basado en IA para la gestión integrada del consumo de electricidad, gas y agua, la optimización del autoconsumo solar y la generación de datos trazables para el reporte ESG. El proyecto fue presentado a convocatoria de financiación externa en 2025, obteniendo el reconocimiento de finalista y segundo premio; como resultado, BENIGAR recibió la oferta de cursar gratuitamente el *Senior Management Program Sustainability* (SMPS) de ESIC, un programa presencial de 8 meses orientado a la integración de criterios ESG en la estrategia empresarial. Ante la no obtención de la financiación solicitada, BENIGAR trabaja en 2026 en mejorar la propuesta para volver a presentarla, con el objetivo de implementar AInergy progresivamente en todas las instalaciones.

El plan contempla además una dimensión de adaptación climática, orientada a reducir la vulnerabilidad operativa ante riesgos físicos — especialmente relevante en la Comunidad Valenciana, zonas expuestas a olas de calor, lluvias intensas y estrés hídrico, como quedó evidenciado con la DANA de noviembre de 2024. Las líneas de acción

cubren la resiliencia de infraestructuras, la continuidad del negocio, la gestión eficiente del agua, la protección del equipo ante calor extremo y la formación interna. El detalle se desarrolla en el Plan Climático Integrado 2025–2030 de BENIGAR, disponible como documento de respaldo.

## 4.3 Movilidad eléctrica

La transición hacia una movilidad más limpia es una de las líneas de acción centrales del compromiso *Driving to Greener Horizons* de BENIGAR y un eje estratégico de su modelo de negocio.

Como distribuidor oficial BMW, BENIGAR está en una posición privilegiada para acelerar la electrificación del parque móvil en su área de influencia — tanto a través de la oferta comercial como mediante acciones de sensibilización y facilitación del acceso a la infraestructura de recarga.

**Comercialización de vehículos electrificados**

El Grupo BMW tiene como objetivo que al menos el 50% de sus ventas globales sean de vehículos totalmente eléctricos mucho antes de 2030. Para avanzar hacia esa meta, los concesionarios reciben cuotas y objetivos anuales escalonados orientados al cumplimiento de la normativa de reducción de emisiones de $CO_2$. En 2025, los vehículos electrificados representaron el 26% del total de ventas del Grupo BMW a nivel mundial, con los vehículos totalmente eléctricos suponiendo alrededor del 18%.

En este contexto, BENIGAR comercializó durante 2025 un total de **859 vehículos electrificados**, de los cuales **444 correspondieron a modelos 100% eléctricos (BEV)** y **415 a híbridos enchufables (PHEV) e híbridos convencionales**, lo que representa el **20%** del total de vehículos vendidos por el grupo en el ejercicio. Esto supone un incremento del **60,9%** respecto a los 534 vehículos electrificados vendidos en 2024.

| Tipo de vehículo | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| BEV (100% eléctrico) | 219 | 444 |
| Híbrido convencional y enchufable (PHEV) | 315 | 415 |
| Total electrificados | 534 | 859 |
| Total (BMW+Mini+BMWi) | 4.203 | 4.297 |
| % sobre total ventas | 12,7% | 20% |

El crecimiento de los vehículos electrificados (+60,9%) se produce en un contexto de ventas totales prácticamente estables (+2,2%), lo que refleja un desplazamiento real de la demanda hacia la electrificación. El avance de los BEV es especialmente significativo, con ventas que se han más que duplicado respecto a 2024 (+102,7%), situando a

BENIGAR por encima de la media mundial del Grupo BMW en penetración de BEV (18%). El **objetivo interno del 25% de electrificados sobre el total de ventas está fijado para 2026**; el incremento de 12,7% a 20,0% en un único ejercicio marca una trayectoria sólida hacia esa meta.

Los 444 vehículos 100% eléctricos (BEV) comercializados en 2025 evitan la emisión estimada de **966 t $CO_2$ al año** respecto a un parque equivalente de vehículos de combustión, según estimación basada en una media de 13.000 km/año por vehículo, un consumo de referencia de 7,0 l/100 km (media del parque español, IDAE) y el factor de emisión de gasolina de 2,392 kg $CO_2$/l (MITECO 2025).

Como reconocimiento a este impulso en la electrificación, el concesionario Móvil Begar fue distinguido con el premio al "Mejor concesionario en ventas de BEV" por parte de la red BMW en 2024. En 2024, BENIGAR fue además reconocida como "empresa más comprometida" con la movilidad sostenible en el marco del *Urban Mobility Challenge* de CicloGreen, durante *la Semana Europea de la Movilidad*.

### Infraestructura de recarga

BENIGAR dispone actualmente de **47 puntos de recarga** instalados en sus centros, con el siguiente desglose:

| Tipo de carga | Nº puntos 2023 | Nº puntos 2024 | Nº puntos 2025 |
|---|---|---|---|
| **Carga lenta (AC)** | **38** | **41** | **42** |
| **Carga rápida (DC)** | **3** | **5** | **5** |
| **Total** | **41** | **46** | **47** |

La disponibilidad de infraestructura propia es un elemento clave para reducir las barreras de adopción del vehículo eléctrico entre los clientes y para facilitar la descarbonización progresiva de la movilidad interna de BENIGAR.

### Sensibilización y divulgación de la electromovilidad

Además de promover la adopción de vehículos sostenibles a través de la actividad comercial, BENIGAR desarrolla iniciativas activas de concienciación sobre la movilidad eléctrica, dirigidas tanto a clientes como a la sociedad en general.

En 2025 se sentaron las bases del programa de divulgación en electromovilidad del Departamento de Producto, que combina jornadas de prueba dinámica, sesiones formativas internas y eventos de presentación de nuevos modelos eléctricos. Estas

iniciativas, en fase de consolidación durante el ejercicio, se han estructurado como programa estable a partir de 2026.

En 2025, estas acciones alcanzaron a más de 60 personas a través de 3 iniciativas:

- *Formación en centros educativos*.
  Colaboración con el centro de formación profesional IES Carrús de Elche, aportando un vehículo y toda la información técnica necesaria para que los alumnos del módulo de Formación Profesional de Artes Gráficas realizasen sus prácticas sobre impresión y vinilado de vehículos y pudiesen exponer este trabajo en la feria nacional de FP realizada en Valencia, sirviendo también como demostración activa y promocional del centro y sus competencias.

- *Eventos de electromovilidad*.
  Puesta en marcha de 12 eventos de prueba dinámica y sesión formativa de vehículos BEV y tecnologías de movilidad sostenible del Grupo BMW entre nuestros clientes, en los que realizamos 212 pruebas de test drive con 53 clientes.

- *Vehículos BEV de sustitución en talleres*.
  Prevista para 2026 la puesta a disposición de 7 vehículos eléctricos para clientes durante el tiempo de reparación o mantenimiento, en el marco del programa Mobility de la marca, con el objetivo de ofrecer una experiencia directa de conducción eléctrica

En septiembre de 2025, BENIGAR participó en la **Semana Europea de la Movilidad (SEM)**, la campaña anual que moviliza a organizaciones de toda Europa para fomentar el transporte sostenible. La edición 2025 se centró en el lema *"Movilidad para todas las personas"* — transporte accesible, seguro e inclusivo para cualquier persona, independientemente de sus ingresos, ubicación o capacidades —, un mensaje especialmente alineado con el compromiso de BENIGAR con la movilidad eléctrica y la inclusión social.




BENIGAR se adhirió como **Colaborador de Difusión oficial** de la campaña, asumiendo el compromiso de visibilizar iniciativas de movilidad sostenible entre el equipo, los clientes y la comunidad. Los equipos de Sostenibilidad y Marketing Digital coordinaron el envío de comunicaciones internas para fomentar la participación del equipo en el **Concurso de Fotografía #ConcursoSEM**, invitando a compartir imágenes del compromiso con la movilidad sostenible en el día a día. Entre las imágenes difundidas en la campaña se incluyó una fotografía del proyecto **Talleres CODA**, reflejando el vínculo de BENIGAR con la movilidad inclusiva y el apoyo a colectivos con necesidades específicas. Como reconocimiento, Nerea Ferrando Jorge, responsable de sostenibilidad de BENIGAR, fue una de las ganadoras del concurso con su imagen, poniendo en valor tanto el compromiso personal como el institucional con una movilidad más responsable.

El Plan de Acción y Mejora Ambiental de la Cámara de Comercio de Alicante (2025), resultado del Programa Pyme Sostenible, aporta recomendaciones adicionales en materia de huella de carbono y movilidad sostenible —renovación progresiva de la flota hacia vehículos eléctricos e híbridos y promoción de hábitos de conducción eficiente— que BENIGAR toma como referencia complementaria junto a las actuaciones ya en marcha descritas en esta sección.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

- Crecimiento del 60,9% en ventas de vehículos electrificados, con 859 unidades comercializadas y una cuota del 20% sobre el total de ventas de BENIGAR.

- Los BEV se duplican respecto a 2024 (+102,7%), situando a BENIGAR por encima de la media mundial del Grupo BMW en penetración de eléctricos puros.

- Adhesión como Colaborador de Difusión oficial de la Semana Europea de la Movilidad 2025 e inicio del programa de divulgación en electromovilidad.

- En 2026, el responsable de producto desarrollará un programa estructurado de acciones de divulgación y formación en electromovilidad, con el objetivo de acercar las ventajas de la movilidad eléctrica a clientes, potenciales compradores y al propio equipo. Las iniciativas previstas incluyen jornadas de prueba dinámica, sesiones formativas en electrificación y electromovilidad dirigidas a profesionales de BENIGAR, y eventos privados de presentación de la nueva generación de modelos eléctricos BMW.

- Incremento progresivo del porcentaje de vehículos electrificados sobre el total de ventas, con seguimiento trimestral del indicador y objetivo de alcanzar el 25% en el horizonte 2026, en línea con la aceleración prevista por BMW Group para los próximos ejercicios.

- Ampliación progresiva de la infraestructura de recarga en las instalaciones de BENIGAR, con prioridad en las sedes con mayor volumen de clientes.

- Incorporación paulatina de vehículos eléctricos a la flota interna, con criterios ESG en cada renovación.

## 4.4 Economía circular y prevención y gestión de residuos

La actividad de BENIGAR genera residuos inherentes a los procesos de taller y posventa: aceites usados, baterías, fluidos de mantenimiento, filtros, metales, envases y residuos voluminosos, entre otros. La gestión responsable de estos residuos —con foco en la prevención, la reutilización y la valorización— es uno de los temas materiales identificados en el análisis de doble materialidad de 2025 y una obligación legal de primer orden en el marco de la **Ley 7/2022** de residuos y suelo contaminado para una economía circular.

El modelo de gestión de BENIGAR avanza hacia la **economía circular**: transformar los residuos generados en nuevos recursos, reduciendo al máximo el envío a depósito controlado y maximizando la tasa de valorización.

### Gestión de residuos con SERTEGO

Para garantizar la trazabilidad rigurosa y el cumplimiento normativo, BENIGAR colabora con SERTEGO, filial de Grupo Urbaser, entidad especializada en la gestión de residuos industriales peligrosos y no peligrosos, autorizada por la Administración Pública tanto para la recogida como para el reciclaje.

Su labor incluye el seguimiento continuo de la normativa medioambiental vigente, el asesoramiento técnico y legal, la implementación de mejoras correctivas y la generación de documentación que garantiza la trazabilidad y transparencia de las operaciones.




### Metodología de reporte 2025

A partir del ejercicio 2025, BENIGAR ha realizado el desglose de dos fuentes complementarias para obtener un mayor nivel de detalle sobre cómo se tratan los

residuos y la cantidad total generada. Por un lado, los albaranes de recogida de SERTEGO permiten conocer la cantidad exacta de cada tipo de residuo recogido en cada centro, estructurada por **código LER** (Lista Europea de Residuos, Decisión 2000/532/CE) y con clasificación de peligrosidad. Por otro, los certificados anuales de gestión de SERTEGO (uno por centro) aportan el tipo de tratamiento aplicado a cada fracción y el porcentaje de valorización o regeneración efectiva.

Para hacer comparables los datos de 2025 con los del ejercicio anterior, se ha reanalizado también la información de 2024 con la misma metodología y las mismas fuentes, aplicando los once grupos de clasificación en ambos años. Los datos de ejercicios anteriores que figuraban en informes previos no son directamente comparables con esta nueva estructura, al haberse registrado bajo categorías más agregadas.

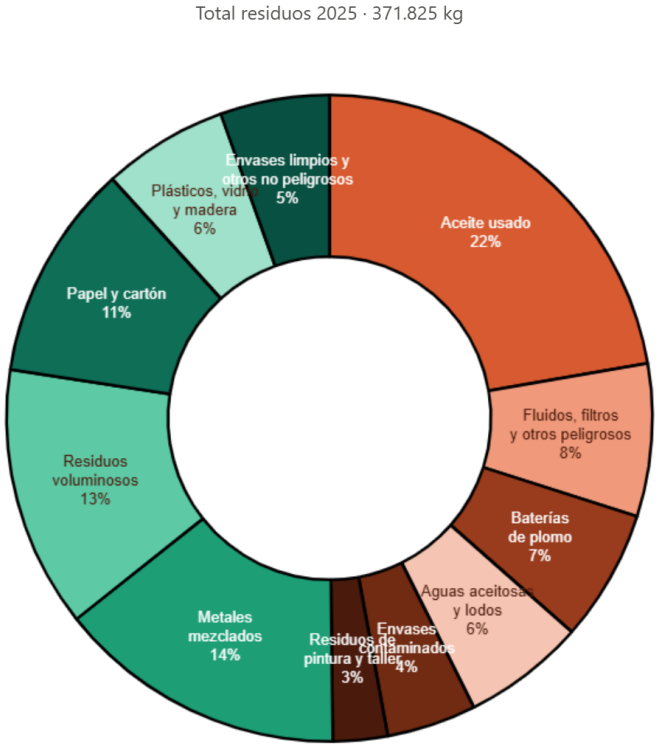
Durante el proceso de depuración de los albaranes 2025 se identificaron y excluyeron 5 registros con error de conversión unidad tonelada/kilo (originados en el propio sistema de registro de SERTEGO), cuya magnitud resultaba incompatible tanto con el resto de las líneas del mismo albarán como con los totales anuales certificados para ese mismo centro y tipo de residuo.

**Residuos generados en 2025:**

En 2025, BENIGAR generó un **total de 371.825 kg** de residuos gestionados a través de SERTEGO, lo que supone un incremento del +13,5% respecto a los 327.583 kg registrados en 2024 bajo la misma metodología de once grupos, aplicada de forma homogénea sobre los albaranes de ambos ejercicios.

Del total, el **49,8% son residuos peligrosos** (185.320 kg) y el **50,2% no peligrosos** (186.505 kg).

Los residuos peligrosos están gestionados íntegramente por SERTEGO, gestores autorizados conforme a la normativa vigente.




Dentro de los residuos peligrosos, el aceite usado concentra el mayor peso con diferencia (45% del total peligroso, 82.870 kg), seguido a distancia por fluidos, filtros y otros peligrosos (15%) y baterías de plomo (13%). En los no peligrosos, el reparto está más equilibrado: metales mezclados lidera con el 29% (53.863 kg), seguido de residuos voluminosos (26%) y papel y cartón (22%).

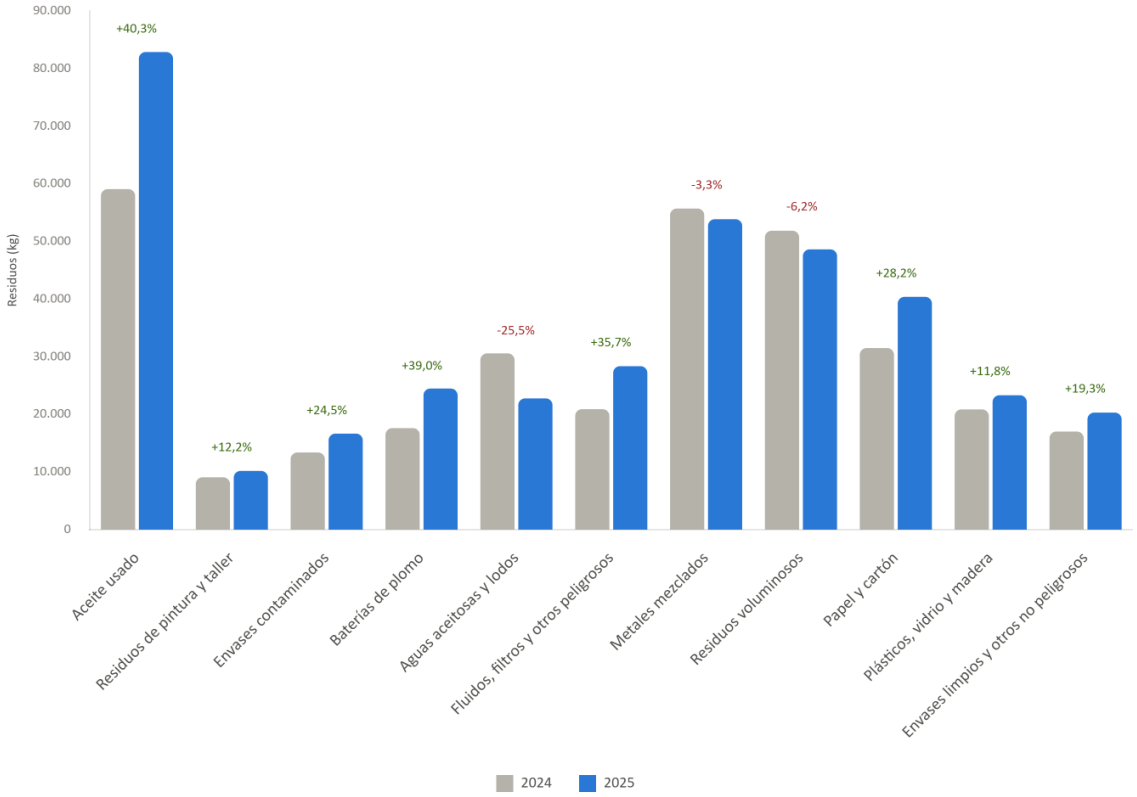
**Tabla comparativa de residuos gestionados 2024–2025**

| Grupo de residuo | Código LER | Tipo | 2024 (kg) | 2025 (kg) | Var. (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| **Residuos peligrosos** | | | | | |
| **Aceite usado** | **13 02 05*** | **Peligroso** | **59.080** | **82.870** | **+40,3%** |
| **Residuos de pintura y taller[1]** | **08 01 11* / 08 01 13*** | **Peligroso** | **9.079** | **10.185** | **+12,2%** |
| **Envases contaminados[2]** | **15 01 10*** | **Peligroso** | **13.385** | **16.660** | **+24,5%** |
| **Baterías de plomo** | **16 06 01*** | **Peligroso** | **17.609** | **24.476** | **+39,0%** |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Aguas aceitosas y lodos** | **13 05 07* / 13 05 08*** | **Peligroso** | **30.580** | **22.770** | **-25,5%** |
| **Fluidos, filtros y otros peligrosos[3]** | **16 01 07* / 16 01 13* / 16 01 14*** | **Peligroso** | **20.898** | **28.359** | **+35,7%** |
| ***Total residuos peligrosos*** | | | **150.631** | **185.320** | **23%** |
| **Residuos no peligrosos** | | | | | |
| **Metales mezclados** | **16 01 17 / 17 04 05** | **No peligroso** | **55.711** | **53.863** | **-3,3%** |
| **Residuos voluminosos** | **20 03 07** | **No peligroso** | **51.861** | **48.628** | **-6,2%** |
| **Papel y cartón** | **20 01 01** | **No peligroso** | **31.503** | **40.390** | **+28,2%** |
| **Plásticos, vidrio y madera** | **16 01 19 / 16 01 20 / 17 02 01** | **No peligroso** | **20.860** | **23.318** | **+11,8%** |
| **Envases limpios y otros no peligrosos** | **15 01 02 / 15 01 06** | **No peligroso** | **17.017** | **20.306** | **+19,3%** |
| ***Total residuos no peligrosos*** | | | **176.952** | **186.505** | **5,4%** |
| **TOTAL** | | | **327.583** | **371.825** | **+13,5%** |

Los residuos con asterisco (*) en el código LER son peligrosos según el Catálogo Europeo de Residuos (Decisión 2000/532/CE).

[1] Incluye papel de enmascarar impregnado de pintura, filtros de cabina, lijas, barnices y disolventes.
[2] Envases metálicos y plásticos con restos de aceites, pinturas u otras sustancias peligrosas.
[3] Incluye fluidos de frenos y refrigeración, filtros de aceite y combustible, absorbentes impregnados, aerosoles y RAEE peligrosos.




El crecimiento no es homogéneo entre categorías: en los residuos peligrosos destacan los incrementos en aceite usado (+40,3%) y envases contaminados (+24,5%), con aguas aceitosas y lodos como única excepción a la baja (-25,5%). En los no peligrosos, papel y cartón (+28,2%) crece más que el resto, mientras que metales mezclados y residuos voluminosos se mantienen estables. En conjunto, los peligrosos crecen más (+23,0%) que los no peligrosos (+5,4%), lo que eleva su peso sobre el total del 46,0% al 49,8%.

**Tratamiento y valorización de residuos**

Los indicadores de este apartado proceden de una fuente distinta a la anterior: los certificados anuales de gestión emitidos por SERTEGO (uno por centro), que recogen el tipo de tratamiento aplicado a cada fracción y el porcentaje de valorización o regeneración efectiva. Al tratarse de un subconjunto certificado — no de la totalidad de los albaranes —, estos indicadores no son sumables con los de generación total del apartado anterior.

**Los certificados 2025 cubren 342.657 kg — el 92,2% del total generado** (371.825 kg) —, procedentes de 12 centros, el mismo número certificado en 2024 (que cubrió 277.988 kg, el 84,9% del total generado ese año).

Sobre ese volumen certificado, así se distribuye el tipo de tratamiento aplicado:

| Indicador | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| % gestionados como Reciclado (R3/R4/R5) | 33,3% | 41,5% |
| % gestionados como Valorización (R1/R2) | 35,2% | 32,2% |
| % gestionados como Regeneración de aceites (R9) | 21,1% | 22,5% |
| % gestionados como Recuperación (R2/R7) | 10,4% | 3,7% |
| % material efectivamente valorizado (ponderado) | 83,1% | 86,8% |
| % con destino valorización (operación R) | 100% | 100% |

El reciclado aumenta su peso respecto a 2024 (33,3% → 41,5%), mientras que la valorización y la recuperación reducen su participación relativa. BENIGAR alcanza **en 2025 un 86,8% de material efectivamente valorizado** —el porcentaje ponderado de aprovechamiento real certificado por SERTEGO para cada fracción de residuo—, frente al 83,1% registrado en 2024. El 100% de los residuos certificados mantiene destino de valorización (operación R), sin ningún registro en operación D, en ambos ejercicios.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Implantación de un sistema de clasificación de residuos por código LER en todos los centros, con trazabilidad individualizada por albarán y doble contraste con los certificados anuales de SERTEGO.
- Consolidación de la cobertura de certificados SERTEGO a 12 centros (92,2% del volumen total gestionado), con mejora de la tasa de valorización efectiva hasta el 86,8% (+4,5% vs. 2024).
- Gestión del 100% de los residuos peligrosos a través de SERTEGO u otros gestores autorizados, con operación de valorización R en todos los casos.

**Para 2026:**

- Consolidación de la tasa de valorización como KPI anual de seguimiento.
- Evaluación de medidas de prevención en origen para las categorías de mayor volumen: aceite usado, residuos de taller de pintura y metales.

**Reciclaje de neumáticos**

La gestión de neumáticos fuera de uso es una obligación específica regulada por el **RD 1619/2005**. BENIGAR mantiene un registro anual de las unidades gestionadas a través de SERTEGO — gestor autorizado —, con trazabilidad completa por centro.

En 2025, BENIGAR gestionó un total de **9.018 unidades**, lo que supone un incremento del **36,7%** respecto a las 6.595 unidades de 2024 y consolida una tendencia de crecimiento sostenido en los últimos ejercicios.

*Evolución histórica:*

| Reciclaje de neumáticos | |
|---|---|
| **Año** | **Unidades gestionadas** |
| **2022** | **6.396** |
| **2023** | **6.491** |
| **2024** | **6.595** |
| **2025** | **9.018** |

El incremento de 2025 refleja el crecimiento de la actividad operativa de BENIGAR, especialmente en los centros de San Juan (+45,7%), Gandía (+264,4%), Redován-Orihuela (+332,3%) y Torrevieja (+34,2%). Cocentaina-Alcoy no dispone de dato en 2024, por lo que su variación se registra como +100%. Torrellano no dispone de dato en 2025, por lo que su variación se registra como -100%.

| Reciclaje de neumáticos por centro | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro** | **Unidades gestionadas 2024** | **Unidades gestionadas 2025** | **Variación (%)** |
| **Cocentaina-Alcoy** | **——** | **705** | **+100%*** |
| **Petrer** | **454** | **469** | **+3,3%** |
| **Alicante** | **1.085** | **1.368** | **+26,1%** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Elche** | **1.006** | **1.221** | **+21,4%** |
| **Torrevieja** | **360** | **483** | **+34,2%** |
| **Redován-Orihuela** | **96** | **415** | **+332,3%** |
| **Alzira** | **608** | **612** | **+0,7%** |
| **Vergel** | **483** | **413** | **−14,5%** |
| **Finestrat** | **471** | **505** | **+7,2%** |
| **Gandía** | **236** | **860** | **+264,4%** |
| **San Juan** | **1.350** | **1.967** | **+45,7%** |
| **Torrellano** | **446** | **____** | **-100%*** |
| **TOTAL BENIGAR** | **6.595** | **9.018** | **+36,7%** |

**Proyecto RE:TORNABLE — Innovación en economía circular**

Como parte de la apuesta de BENIGAR por la economía circular, el proyecto RE:TORNABLE transforma la gestión de embalajes en la línea de Venta Externa de recambios, sustituyendo los envases de un solo uso por embalajes retornables, específicos y duraderos. Diseñado internamente e implementado en colaboración con Embamat — empresa especializada en ingeniería de embalajes — y con el apoyo de FEMPA, el sistema aplica los principios de ecodiseño, durabilidad y logística inversa: cada envase se recupera, revisa, limpia y reintroduce en la cadena de suministro, con trazabilidad individual en cada ciclo.




El impulso definitivo llegó con el **primer premio en las Becas BMW RE:THINK 2024**, que reconoció el proyecto como una innovación sostenible aplicable a la red de concesionarios y aportó la financiación para el piloto inicial. Los materiales técnicos fueron compartidos con BMW Group para facilitar su replicabilidad en toda la red.

*Estado en 2025*

En 2025, RE:TORNABLE cuenta con **114 unidades activas** en uso diario, distribuidas en cuatro tipologías diseñadas para distintos tipos de piezas: 40 específicos para capós, 36 para lunas, 37 multi-pieza y un prototipo para puertas. El sistema cubre aproximadamente el **8% de los más de 50.000 envíos anuales** de la línea de Venta Externa, con previsión de expansión progresiva.

Los resultados son medibles y verificables:

| Indicador | Valor 2025 |
|---|---|
| **Unidades activas** | **114** |
| **Cobertura sobre envíos anuales** | **≈8% (sobre 50.000 envíos/año)** |
| **Reducción de residuos de cartón y papel** | **-20% · ≈600 kg evitados/año** |
| **Reducción de incidencias en capós y lunas** | **-100% (de 20% y 5% a 0%)** |
| **Ciclos de uso por unidad** | **15–20 usos** |

| | |
|---|---|
| **Amortización técnica** | **18 meses** |
| **Valoración de talleres clientes** | **>9/10** |

Cada unidad se amortiza en torno a los 18 meses, manteniendo el balance operativo en equilibrio respecto al sistema convencional. La satisfacción de los talleres colaboradores supera el 9 sobre 10, confirmando el impacto positivo del sistema tanto en fiabilidad como en percepción de compromiso ambiental.

Entre los elementos innovadores destaca también la incorporación piloto de **90 geolocalizadores GPS** que permiten el seguimiento en tiempo real de los envíos, mejorando la trazabilidad y la experiencia de servicio para los talleres clientes.

El proyecto está alineado con los ODS 12 (Producción y Consumo Responsables) y ODS 13 (Acción por el Clima), y con los indicadores GRI 301 y GRI 306 de gestión de materiales y residuos.

*Reconocimiento*
RE:TORNABLE fue galardonado con el **primer premio de las Becas BMW RE:THINK 2024** a la Innovación Sostenible, con financiación de BMW Group, y en 2025 ganó además el Premio Compromiso con la Sostenibilidad en la Posventa, organizado por IFEMA (Motortec), SERNAUTO, ANCERA, CETRAA y CONEPA, en la categoría de Impacto en el Entorno.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Mantenimiento del sistema de gestión de residuos con SERTEGO con trazabilidad completa en todas las instalaciones
- Evolución del proyecto RE:TORNABLE con nuevas unidades y diseños

**Para 2026:**

- Incremento de la tasa de valorización de residuos respecto al ejercicio anterior
- Ampliación del proyecto RE:TORNABLE a nuevas tipologías de piezas y mayor número de unidades
- Análisis de nuevas oportunidades de reducción en origen de residuos de taller

## 4.5 Uso sostenible de los recursos

En BENIGAR entendemos la gestión eficiente de los recursos naturales — energía, agua y materiales — como una responsabilidad transversal y una palanca real de mejora ambiental. Por ello, trabajamos de forma continua para reducir nuestra intensidad de consumo, incorporar fuentes renovables y avanzar hacia un modelo operativo más eficiente y bajo en carbono, en el marco del compromiso *Driving to Greener Horizons*.

### Consumo energético

En BENIGAR trabajamos de forma continua para reducir nuestra intensidad energética e incorporar fuentes renovables en todas nuestras instalaciones.

En 2025, el consumo **total de electricidad de BENIGAR fue de 2.085,8 MWh**, distribuido entre sus distintas sedes:

| Origen | 2024 (MWh) | 2025 (MWh) |
|---|---|---|
| **Autoconsumo fotovoltaico** | **543,5** | **575,5** |
| **Electricidad de red** | **1.585,2** | **1.510,3** |
| **Total electricidad** | **2.128,7** | **2.085,8** |

En 2025, el consumo total de electricidad se **redujo un 2% respecto a 2024**, impulsadas principalmente por la expansión del autoconsumo fotovoltaico en dos instalaciones: Petrer y Gandía.

Además del consumo eléctrico, se registraron consumos de combustibles fósiles en dos ámbitos diferenciados:

*Instalaciones fijas.*

El consumo energético asociado a equipos auxiliares, calderas y grupos electrógenos en las instalaciones de BENIGAR fue de **45.066 litros en total**, con el siguiente desglose:

| Tipo | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| **Gasóleo C y LPG** | **39.803 litros** | **36.416 litros** |
| **Gas natural** | **8.617 kWh PCS** | **8.650 kWh PCS** |
| **Total instalaciones fijas** | **48.420 litros** | **45.066 litros** |

*Flota de vehículos.*

El consumo de combustible de la flota corporativa se estimó a partir del kilometraje recorrido por los vehículos de motorización térmica, aplicando factores de conversión estándar:

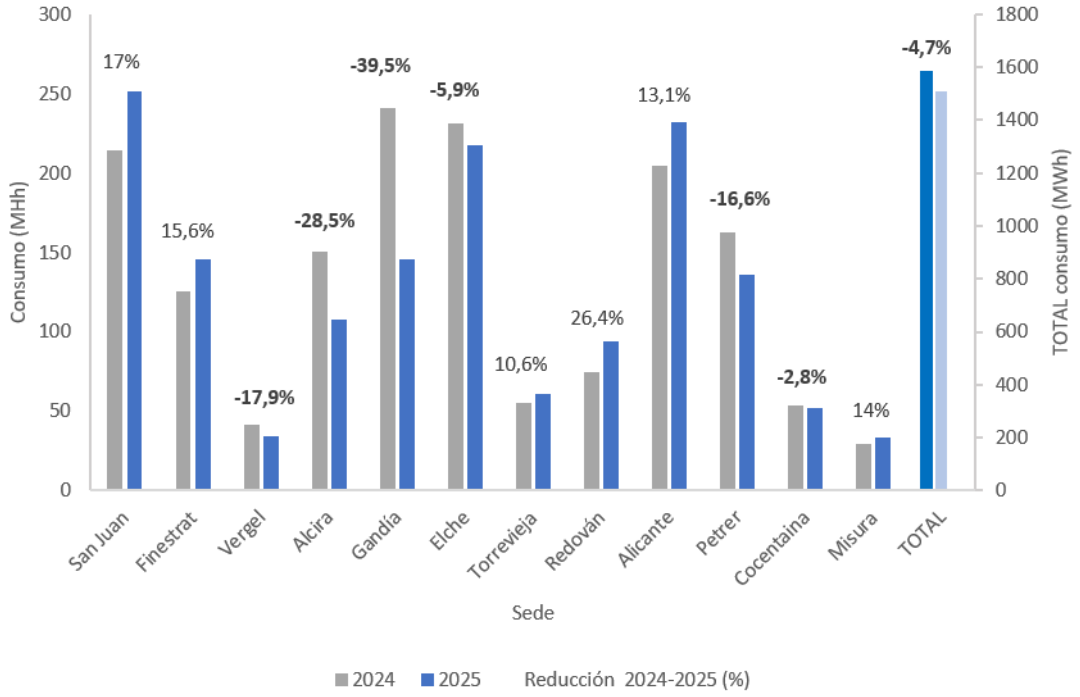
| Tipo | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Gasóleo B7 (flota vehículos) | 91.500_litros | 89.000 litros |
| Gasolina E5 (flota vehículos) | 45.500 itros | 48.000 litros |
| Total flota | 137.000 litros | 137.000 litros |

En 2025, la flota de BENIGAR estuvo compuesta por 121 vehículos, de los cuales 24 eran **eléctricos (20%).** El cálculo de consumo de combustibles fósiles se realizó únicamente sobre los 97 vehículos de motorización térmica (B7 y E5).

**Autoconsumo fotovoltaico**

La expansión de la generación solar propia es uno de los avances más relevantes de BENIGAR en materia de eficiencia energética. En 2025 ampliamos la instalación fotovoltaica a **9 sedes**, con un impacto directo en la reducción del consumo de red y de las emisiones de Alcance 2. El ahorro energético anual por autoconsumo ha continuado creciendo, pasando de 543,5 MWh en 2024 a **575,5 MWh** en 2025.

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| Nº sedes con instalación fotovoltaica | 3 | 7 | 9 |
| Ahorro energético anual (MWh) | 338,7 | 543.5 | 575,5 |
| Cuota media de autarquía energética | 36,5% | 39,3% | 37,1% |




La ligera reducción de la cuota de **autarquía** de 39,3% a **37,1%** se explica por la incorporación de nuevas sedes al perímetro de medición, cuya generación fotovoltaica aún no compensa proporcionalmente el consumo total de BENIGAR. El ahorro absoluto en MWh, sin embargo, continúa creciendo.

En 2025, el **consumo eléctrico total se redujo un 4,7%** respecto a 2024. Esta reducción varía entre sedes: los mayores descensos se registraron en Gandía (−39,5%), Alcira (−28,5%) y Vergel (−17,9%), mientras que Redován-Orihuela (+26,4%) y San Juan (+17%) registraron incrementos notables respecto al ejercicio anterior.

**Otras medidas de eficiencia energética existentes**

BENIGAR mantiene, entre otras, las siguientes medidas de eficiencia energética en sus instalaciones: **programadores automáticos** en los sistemas de climatización, ajustados a los horarios de uso de cada sede; **auditorías energéticas** periódicas lideradas por el Departamento de Datos y Sostenibilidad; y sustitución progresiva de luminarias por **tecnología LED** de bajo consumo.

BENIGAR dispone además de EMIOS, la plataforma de monitorización energética instalada con el apoyo de una subvención del IVACE (ver apartado 12.2), que recoge los datos de consumo de electricidad, gas natural, gasoil y agua en las distintas sedes. En 2025, BENIGAR firmó con 3Finetika un trabajo específico para analizar esta información en tres sedes piloto — Alicante, Petrer y Cocentaina-Alcoy —, con curvas comparativas de consumo 2024-2025, y con el objetivo de identificar ineficiencias y oportunidades de mejora. Este análisis se llevará a cabo durante 2026, y sus resultados permitirán valorar la extensión del sistema al resto de instalaciones.

Por otro lado, en el ámbito del confort térmico en taller, BENIGAR instaló en 2025 **ventiladores HVLS** (High Volume Low Speed) **de bajo consumo** en colaboración con Magnovent, en el marco del proyecto de mejora del confort térmico del equipo de taller. Esta tecnología se seleccionó frente a otras alternativas de climatización convencional precisamente por su menor consumo energético para el área de taller.

*Modelo econcesionario*

Avanzamos hacia el modelo de *econcesionario* promovido por Faconauto, centrado en la movilidad eléctrica, la eficiencia energética y la digitalización sostenible. En 2024, las sedes de Benigar San Juan y Móvil Begar Alicante fueron reconocidas con el sello de Concesión Adscrita Econcesionario, verificado por SGS.

En 2025, la sede de Elche inició el proceso de adhesión al sello *econcesionario*, actualmente en trámite.







**Consumo de agua**

El lavado de vehículos es el principal foco de consumo hídrico en las instalaciones de BENIGAR, ubicadas en la Comunidad Valenciana, zona identificada con riesgo de estrés hídrico.

En el análisis de doble materialidad de 2025, la gestión de recursos hídricos obtuvo una puntuación alta en impacto ambiental, pero no alcanzó los umbrales de materialidad financiera, por lo que el tema en su conjunto no llegó a considerarse material.

BENIGAR lo mantiene, no obstante, como área de vigilancia activa y de mejora continua, consciente de que la infravaloración del riesgo hídrico puede revertirse a medida que la presión regulatoria y climática sobre este recurso se intensifique.

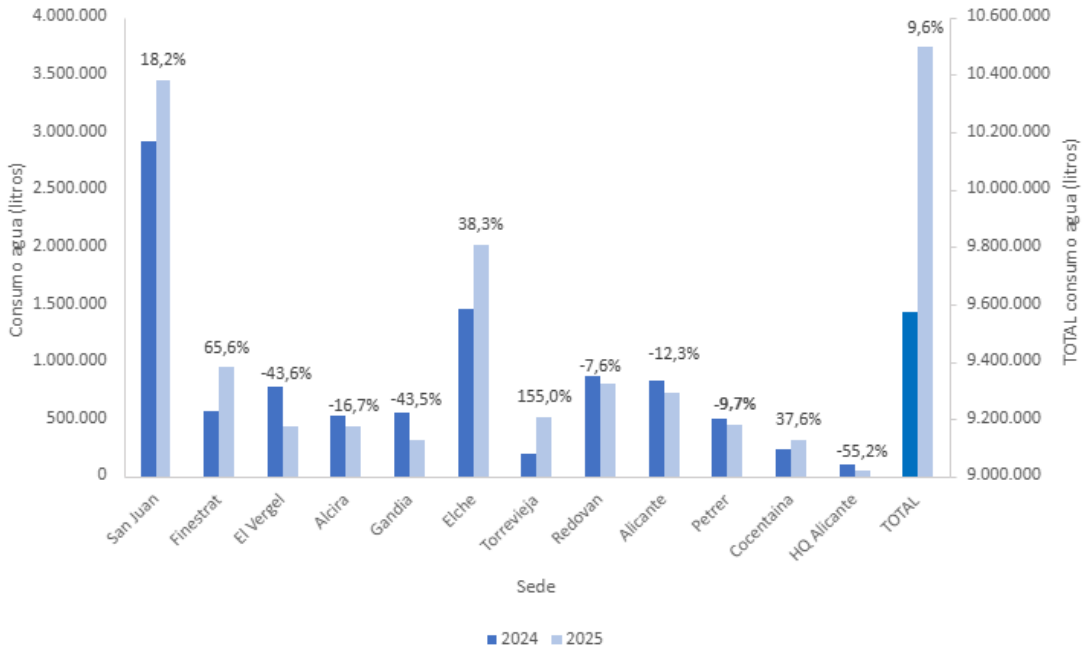
La siguiente tabla recoge el consumo de agua por centro en 2024 y 2025:

| Centro | Consumo agua (litros) | | Variación (%) |
|---|---|---|---|
| | 2024 | 2025 | |
| San Juan | 2.919 | 3.450 | 18,2% |
| Finestrat | 573 | 949 | 65,6% |
| Vergel | 785 | 443 | -43,6% |
| Alcira | 526 | 438 | -16,7% |
| Gandía | 552 | 312 | -43,5% |
| Elche | 1.460 | 2.019 | 38,2% |
| Torrevieja | 202 | 515 | 155% |
| Redován-Orihuela | 879 | 812 | -7,6% |
| Alicante | 836 | 733 | -12,3% |
| Petrer | 504 | 455 | −9,7% |
| Cocentaina-Alcoy | 234 | 322 | 37,6% |
| Misura | 105 | 47 | −55,2% |
| Total | 9.575.000 | 10.495.000 | 9,6% |

*Daimuz (157 m³ en 2024) queda excluido de esta comparativa y del total 2025 para una mejor comparativa entre ejercicios.*

En 2025, el **consumo total asciende a 10.495 m³, un incremento del +9,6%** respecto a 2024.

La evolución del consumo es dispar entre sedes, con incrementos y descensos significativos en ambas direcciones. BENIGAR tiene previsto investigar en detalle las causas de esta variabilidad, con el objetivo de identificar los factores que explican los aumentos más pronunciados y valorar, una vez localizados, las medidas de reducción de consumo más adecuadas para cada instalación.




*Consumo en lavaderos*

El aumento sostenido del consumo de agua en los procesos de lavado llevó a BENIGAR a poner en marcha en 2023 un **proyecto piloto de depuración microbiológica de aguas residuales** en la instalación de Benigar San Juan, financiado mediante la **Beca BMW RE:THINK 2023 a la Innovación Sostenible**. El sistema permite reutilizar parte del agua empleada en los lavaderos y fue reconocido por BMW como una iniciativa con alto potencial de réplica en su red, siendo también galardonado en la *IV Edición de los Premios Compromiso con la Sostenibilidad en la Posventa*.

Sin embargo, el consumo ha seguido creciendo en paralelo al aumento de la actividad, lo que llevó a explorar nuevas alternativas. En 2025 se analizaron opciones como productos de limpieza sin agua — entre ellos, Blinker Car Wash — y consumibles de formulación biológica, con una prueba piloto de consumibles bio programada en Elche para 2026.

Con el mismo propósito, en 2025 participamos en el programa *SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial de Naciones Unidas*, eligiendo el ODS 6 (Agua) como foco de análisis. La participación incluyó formación e identificación de IROs en el sector, y permitió explorar líneas de acción concretas para reducir el impacto hídrico. En 2026, estos aprendizajes se traducirán en un plan de acción hídrico con horizonte 2026–2030.

El Plan de Acción y Mejora Ambiental de la Cámara de Comercio de Alicante (2025), resultado del Programa Pyme Sostenible, aporta recomendaciones adicionales en materia de uso eficiente del agua en lavaderos, que BENIGAR valora como apoyo complementario a sus propias líneas de trabajo en esta área.

**Consumo de papel**

Mantenemos en vigor la iniciativa Cero Papel, orientada a la reducción progresiva del consumo de papel en todas nuestras operaciones. En 2025, el **consumo total fue de 7.233 kg**, lo que supone una **reducción del 56,4%** respecto a los 16.581 kg registrados en 2024 — el descenso más significativo desde el inicio del programa, reflejo del avance en la digitalización de procesos en las tres sociedades.

| Empresa | 2024 (kg) | 2025 (kg) |
|---|---|---|
| Hispamóvil | 3.052 | 2.195 |
| Fersán | 1.354 | 3.924 |
| Móvil Begar | 12.175 | 1.114 |
| Total | 16.581 | 7.233 |

El descenso más pronunciado corresponde a Móvil Begar, que redujo su consumo de 12.175 kg a 1.114 kg (−90,8%), mientras que Fersán registró un incremento de 1.354 kg a 3.924 kg (+189,8%) que merece seguimiento en el próximo ejercicio. Como alternativa sostenible, se utilizan sobres, tarjetas y bolsas de papel en sustitución del plástico.

**Residuos alimentarios**

Dado que la actividad de BENIGAR no implica una generación significativa de residuos alimentarios, este aspecto no se considera de impacto ambiental relevante. Se mantienen, no obstante, las islas de reciclaje y los contenedores para residuos orgánicos en zonas comunes, que fomentan hábitos responsables entre el equipo.

En 2024, BENIGAR colaboró además con la Asociación Comunidad de Personas Marginadas (ACOMAR) mediante una donación de 2.500 €, destinada a facilitar el acceso a alimentos básicos para personas en situación de vulnerabilidad.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Reducción del consumo eléctrico total en un 2% respecto a 2024.
- Expansión fotovoltaica completada: 9 sedes con autoconsumo solar, frente a 7 en 2024.

- Electricidad 100% renovable contratada en todas las instalaciones.
- Recepción de la propuesta de Estrategia de Energía Activa de 3Finetika y firma de un trabajo específico de análisis para Alicante, Petrer y Cocentaina-Alcoy, con curvas comparativas de consumo 2024-2025.
- Instalación de ventiladores HVLS en talleres para mejora del confort térmico y reducción del consumo de climatización.
- Reducción del consumo de papel en un 56,4%, con un total de 7.233 kg en 2025.
- Participación en el programa SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial, con foco en el ODS 6 (Agua).

**Para 2026:**

- Expansión fotovoltaica en sedes pendientes, con Finestrat y Misura como prioridades presupuestadas.
- Análisis de ineficiencias del trabajo con 3Finetika en Alicante, Petrer y Cocentaina-Alcoy, y valoración de su extensión a más sedes.
- Nueva presentación del proyecto AInergy para obtener financiación e iniciar su implantación progresiva.
- Definición del plan de acción hídrico 2026–2030 con objetivos, medidas e indicadores concretos, incluyendo soluciones para reducir el consumo en lavaderos.
- Prueba piloto de consumibles bio en la instalación de Elche para reducción de la huella hídrica en lavaderos.
- Definición de objetivo cuantificado de reducción del consumo de agua para el período 2026–2030.
- Promoción de la educación ambiental y sensibilización interna sobre uso eficiente de recursos (agua, papel, energía).

**Objetivo a largo plazo (2030):**

- Reducción significativa del consumo de agua en los procesos de lavado respecto al año base con implantación de sistemas de reutilización
- Impacto neto positivo en el agua, en línea con el marco del programa SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial y el ODS 6 (Agua)

## 4.6 Protección de la biodiversidad

Todas las instalaciones de BENIGAR se encuentran ubicadas en zonas industriales consolidadas, generalmente próximas a infraestructuras viarias principales como carreteras o autopistas. Esta ubicación reduce significativamente la exposición a hábitats sensibles y minimiza el riesgo de impacto sobre entornos naturales.

En el análisis de doble materialidad realizado en 2025, el tema de biodiversidad y ecosistemas (ESRS E4) fue evaluado conforme a los criterios establecidos por EFRAG y la NEIS 1. Los resultados confirmaron que las operaciones de BENIGAR no generan un impacto ambiental significativo sobre la biodiversidad, al no alcanzar los umbrales de materialidad establecidos en ninguna de las dos perspectivas — ni de impacto ni financiera.

Por este motivo, aspectos como la contaminación lumínica o acústica no se consideran relevantes en el contexto de la actividad de BENIGAR. El compromiso ambiental de BENIGAR en materia de biodiversidad se canaliza a través de las medidas recogidas en las secciones 4.4 (gestión de residuos y economía circular) y 4.5 (uso sostenible de los recursos), que contribuyen indirectamente a reducir la presión sobre los ecosistemas mediante una gestión más eficiente y circular de los recursos.

**Voluntariado ambiental**

Más allá de la gestión operativa, en BENIGAR impulsamos una cultura de compromiso activo con el entorno natural a través de **iniciativas de voluntariado ambiental anuales**, en las que participa el equipo de forma voluntaria. Estas acciones combinan el cuidado del medio ambiente con el trabajo en equipo y la vinculación con el territorio de la Comunidad Valenciana:

- **2023 y 2024 — Reforestación del Clot de Galvany (Elche):** participación en la reforestación de este espacio natural protegido, contribuyendo a la recuperación de la vegetación autóctona en uno de los humedales más relevantes de la provincia de Alicante.

- **2025 — Recogida de residuos en la Isla de Tabarca (Alicante):** jornada de voluntariado corporativo el 8 de noviembre, con la participación de **29 personas** del equipo de BENIGAR. La actividad se desarrolló en la playa principal y el puerto viejo de Tabarca —primera reserva marina declarada en España—, con recogida manual de residuos plásticos y otros materiales contaminantes.

  La jornada incluyó una charla de sensibilización sobre el impacto de los residuos en los ecosistemas marinos y la importancia de proteger los espacios naturales del litoral mediterráneo.

Esta iniciativa de 2025 se enmarca también en el compromiso de BENIGAR con el **ODS 6 (Agua limpia y saneamiento)**, reforzado por su participación en el programa *SDG*

*Ambition Accelerator* del Pacto Mundial de Naciones Unidas — una iniciativa que apoya a las empresas en la alineación estratégica y medible de sus operaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el marco de este programa, BENIGAR eligió la gestión sostenible del agua como foco estratégico, con el objetivo ambicioso de alcanzar un impacto neto positivo en el agua en cuencas sometidas a estrés hídrico como la de Alicante. El voluntariado en Tabarca es una expresión concreta de ese compromiso: actuar sobre el entorno marino y costero del territorio donde opera la empresa. Los objetivos estratégicos derivados del programa *SDG Ambition* se desarrollan en la sección 4.5 de este informe.

Estas iniciativas reflejan el compromiso de BENIGAR con la conservación del entorno natural de su territorio y contribuyen a sensibilizar al equipo sobre el impacto de los residuos y el uso responsable de los recursos naturales.

# 5. INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

## 5.1 Análisis de riesgos

En BENIGAR, los principales riesgos en materia de personas y recursos humanos provienen de circunstancias internas o externas que pueden afectar tanto el desarrollo de la actividad diaria como la consecución de los objetivos estratégicos. La identificación de estos riesgos parte de dos fuentes principales: los resultados del **análisis de doble materialidad** realizado en 2025 — que identificó la seguridad y salud en el trabajo y las condiciones de trabajo y bienestar como los temas sociales de mayor relevancia para BENIGAR — y los resultados de la **encuesta anual de clima laboral**, que aportan una visión directa de la percepción del equipo y permiten detectar señales tempranas de deterioro organizacional. Los datos detallados de la encuesta de 2025 se desarrollan en la sección 5.2.1.

Con el fin de minimizar estos impactos, BENIGAR ha implementado un conjunto de políticas, normas y mecanismos específicos orientados a una gestión eficaz del talento, al mantenimiento de un clima laboral positivo y estable, y al cumplimiento riguroso del marco normativo laboral vigente.

Los principales riesgos identificados y las medidas de gestión asociadas se recogen en la siguiente tabla:

| Riesgo identificado | Medidas de gestión |
|---|---|
| **Accidentalidad laboral y exposición a riesgos físicos en taller** | **Servicio de Prevención Ajeno con las cuatro especialidades preventivas; colaboración con mutuas MAZ y ASEPEYO; evaluaciones de riesgo periódicas; formación en PRL; seguimiento de índices de frecuencia y gravedad** |
| **Riesgos psicosociales y deterioro del clima laboral** | **Encuesta anual de satisfacción y clima laboral; canales de comunicación interna activos; programa de reconocimiento Premium People; modelo integral de bienestar BE WELL; política de desconexión digital** |
| **Dificultad para atraer y retener talento cualificado** | **Benigar Academy como programa estructurado de desarrollo; colaboraciones con universidades y centros de formación; sello HappyTrainees; política de contratación indefinida como criterio preferente; plan de retribución flexible** |
| **Cambios legislativos y regulatorios en materia laboral** | **Seguimiento continuo de la normativa laboral aplicable; actualización periódica de políticas internas; asesoramiento jurídico especializado; participación activa en organismos sectoriales como Faconauto y FEMPA** |
| **Incumplimiento normativo en materia de igualdad y no discriminación** | **Planes de Igualdad implantados en las tres sociedades; protocolo contra el acoso laboral, sexual y por razón de sexo; auditoría retributiva sobre el ejercicio 2024; formación específica a la Comisión de Igualdad y al equipo de Talento y Cultura; seguimiento de la brecha salarial de género** |
| **Aparición de nuevas reivindicaciones laborales o conflictividad** | **Modelo de relaciones laborales basado en la proximidad y el diálogo continuo con delegados de personal; participación de la representación sindical en las comisiones negociadoras de** |

| | |
|---|---|
| | **los planes de igualdad; mecanismos de escucha y comunicación directa** |
| **Exposición a factores externos disruptivos** | **Evaluación periódica de factores internos y externos que puedan afectar al capital humano; planes de contingencia operativa; seguimiento del entorno socioeconómico y laboral del sector** |

Para gestionar estos riesgos de forma efectiva, BENIGAR lleva a cabo una evaluación periódica de factores internos y externos, lo que permite identificar de forma anticipada cualquier elemento que pueda afectar al capital humano. Este enfoque estructurado garantiza que los riesgos sean abordados con medidas proactivas y adecuadas, permitiendo a la organización preservar la estabilidad del entorno laboral y avanzar en el cumplimiento de su estrategia empresarial.

## 5.2 Nuestro equipo

En BENIGAR, las personas son el motor que impulsa nuestra organización y el centro de nuestra estrategia empresarial. Nuestro equipo está formado por profesionales de **15 nacionalidades distintas**, lo que enriquece nuestra cultura interna con una valiosa diversidad de perspectivas, experiencias y orígenes. Esta pluralidad fortalece nuestra capacidad para innovar, colaborar y conectar con un entorno global.




Nacionalidades · Plantilla Benigar Corporación 2025

Nuestra política de sostenibilidad "**Premium Workplace**" refleja este compromiso: buscamos no solo contar con profesionales altamente cualificados, sino también con personas comprometidas, motivadas y alineadas con nuestros valores y propósito.

Creemos en un modelo de gestión centrado en las personas, donde el desarrollo profesional, la estabilidad laboral y el bienestar integral del equipo son claves para ofrecer un servicio excelente y generar valor sostenible.

Con este enfoque, desarrollamos acciones que promueven un entorno laboral inclusivo, seguro e inspirador, en el que se **favorezcan la igualdad de oportunidades, el aprendizaje continuo y la conciliación**.

Nuestro compromiso con las personas se articula en torno a cinco pilares clave:

- Una **cultura corporativa sólida**, basada en la colaboración, la integridad y la orientación al cliente.

- **Diversidad e igualdad de oportunidades**, garantizando un entorno laboral libre de discriminación y que valore la pluralidad.

- **Conciliación de la vida personal, familiar y laboral**, a través de medidas que favorezcan la flexibilidad y el equilibrio.

- **Formación y desarrollo profesional continuo**, como vía para el crecimiento individual y colectivo.

- **Salud, seguridad y bienestar**, creando condiciones óptimas que fomenten una organización saludable y sostenible.

## 5.2.1 Cultura corporativa sólida

### 5.2.1 Cultura corporativa sólida

En BENIGAR, entendemos que una cultura corporativa sólida es esencial para construir un entorno de trabajo positivo, participativo y orientado a la excelencia.

En 2025 hemos seguido reforzando este compromiso con iniciativas que promueven la **comunicación interna**, el **reconocimiento**, la **cohesión del equipo** y el **orgullo de pertenencia**.

### Comunicación interna

La comunicación interna se articula a través de varios canales complementarios: la intranet corporativa viBE, la *newsletter* interna GeNews, el canal WhatsApp Genius Hotline, y los buzones comunicacion@benigar.com y sostenibilidad@benigar.com.

En 2025 se incorporó ASSISTA, un nuevo canal específico para el área de posventa que centraliza procesos, tarifas, manuales y circulares clave, completando el ecosistema de comunicación interna de BENIGAR.

Asimismo, en 2025 se lanzó un nuevo espacio de sostenibilidad en la intranet, que centraliza contenidos, iniciativas y recursos relacionados con el compromiso ESG de BENIGAR y facilita la difusión interna de la estrategia de sostenibilidad.

En 2025 se **publicaron 157 noticias en la intranet** —frente a las 121 de 2024, un incremento del 29,8%— y se enviaron 11 *newsletters,* manteniéndose el mismo ritmo que el ejercicio anterior.

Este volumen de comunicación refleja una apuesta sostenida por mantener a toda la plantilla informada y conectada con la actividad, los valores y los proyectos de BENIGAR.

Desglose de las 157 noticias por categoría:

| Categoría | Nº noticias | % del total |
|---|---|---|
| **SOSTENIBILIDAD** | **41** | **26,1%** |
| **BENIGAR (institucional, RRHH, comercial)** | **59** | **37,6%** |
| **BMW / MINI / Motorrad GeNews (producto y marca)** | **57** | **36,3%** |
| **TOTAL** | **157** | **100%** |

Las **41 noticias de la categoría SOSTENIBILIDAD** incluyen contenido de naturaleza diversa: información de carácter divulgativo, campañas de sensibilización, activaciones con participación de plantilla, y comunicación institucional.

El siguiente desglose detalla su distribución por tipo de contenido:

| Tipo de contenido | Nº noticias | Ejemplos |
|---|---|---|
| **Serie "Tu Salud es lo Primero" (boletín AECC)** | **10** | **Alimentación y cáncer, dejar de fumar, protector solar, sedentarismo, ultraprocesados, cáncer de piel, salud psicológica** |
| **Campañas de sensibilización y patrocinios sin cifra de participación** | **11** | ***Movember* (3), Octubre Rosa, Día Mundial del Cáncer de Mama, Semana Europea de la Movilidad / #ConcursoSEM (2), campaña AECC (cuestación), apoyo a CODA (2)** |
| **Activaciones con participación de plantilla (ya contabilizadas en el recuento de activaciones internas)** | **5** | **Tabarca, donación de sangre, Árbol de los Sueños (3 noticias: lanzamiento, recordatorio y cierre)** |
| **Artículos de divulgación / contenido sectorial** | **5** | **IA: expectativas y limitaciones; renovables vs. fósiles; sostenibilidad en automoción (2); cambio climático (encuesta 63% españoles)** |
| **Institucional, reconocimientos y donaciones** | **6** | **Gavi, reconocimiento Cruz Roja (DANA), Premio Posventa, jornada Rethink The Game, jornada sostenibilidad y negocio, vacunación infantil (CEO)** |
| **Días mundiales / actos simbólicos institucionales** | **2** | **25N (Violencia de Género), bandera de los ODS** |
| ***Newsletter* propio** | **1** | **Boletín de Sostenibilidad — Recap de Junio** |
| **Iniciativa de negocio con enfoque ESG** | **1** | ***Welcome packs* con propósito** |

### Actividades internas y cohesión de equipo

A lo largo de 2025 se realizaron **23 activaciones internas con un total de 1.319 participaciones**, que abarcan jornadas corporativas, actividades de bienestar, sorteos y beneficios, encuentros de equipo, celebraciones y acciones de voluntariado, y compromiso social.

Las **jornadas corporativas** reunieron a distintos colectivos de BENIGAR: la Convención de Asesores de Servicio (51 personas), orientada al intercambio de buenas prácticas y al desarrollo profesional; la *Jornada PLANEA* (41 personas), dirigida a mandos intermedios para reforzar la coordinación y el liderazgo; y el *Open Day Desayuno Frontline* ( 11 personas), un encuentro de trabajo con el colectivo de administrativas de caja para la mejora de procesos.

Entre las **actividades de equipo** destacan el *Family Day* — Búsqueda de Huevos de Pascua (26 participantes, hijos e hijas del equipo), la Carrera de las Empresas de Alicante (19 personas), la Cursa de las Empresas de La Safor (2 personas), la Carrera de las Ciudades Contra el Cáncer de Páncreas (10 personas) y el Curso de Soporte Vital Básico impartido por ISABIAL (8 personas).

El programa de **sorteos y beneficios** mantuvo una participación activa a lo largo de todo el año, con 12 sorteos que alcanzaron colectivamente 1.058 participaciones, incluyendo entradas de cine, camisetas de fútbol, entradas al Alicante Ferrero Challenger, sorteo de paraguas BMW y bono regalo, entre otros.

A estas actividades se suman las **iniciativas de voluntariado y compromiso social** impulsadas por el Departamento de Datos y Sostenibilidad, con participación directa de plantilla: la jornada de limpieza de playa en la Isla de Tabarca (29 personas), la colecta de donación de sangre en colaboración con el Centro de Transfusión de la Comunitat Valenciana, celebrada en Benigar Sant Joan d'Alacant (24 personas, de los cuales 13 eran donantes primerizos), y el proyecto de recogida de juguetes navideños Árbol de los Sueños, en colaboración con CaixaBank (40 personas de la plantilla, 35 niñas y niños).

A lo largo del año, BENIGAR desarrolló además **otras acciones de sensibilización y solidaridad** que, por tratarse de patrocinios, campañas de comunicación, actos simbólicos o representación institucional, no se contabilizan dentro de las activaciones internas: la campaña de *Movember* en colaboración con la AECC, con donaciones canalizadas a través de la ruta motera solidaria; el acto simbólico del lazo humano formado por el equipo de Benigar Alicante con motivo del Día Mundial contra el Cáncer; la participación en *Octubre Rosa* y en la Carrera contra el Cáncer de Mama; la participación en el Concurso de Fotografía *#ConcursoSEM* de *la Semana Europea de la Movilidad*; el patrocinio a Las Guerreras de Santa Bárbara con motivo de Octubre Rosa; la participación institucional de BENIGAR en la *Gala Solidaria de Vectalia* a beneficio de la Asociación Parkinson Alicante; la conmemoración del 25N — *Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres*; y el alzado de la bandera de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las instalaciones de BENIGAR como símbolo de compromiso con la Agenda 2030.

El detalle completo de todas estas iniciativas se recoge en el apartado 6 (Compromiso con la sociedad).

**Reconocimiento al compromiso**

El programa *Premium People* impulsa una cultura de reconocimiento en todos los niveles de la organización a través de la intranet corporativa, vinculando los reconocimientos a los valores y comportamientos que BENIGAR promueve.

En 2025 se mantuvieron las iniciativas consolidadas y se incorporaron novedades:

- Desayuno de Fidelidad (junio, 10 personas): celebración de los 20 años de antigüedad en la empresa.
- Concurso #TuIdeaCuenta (junio, 5 ideas reconocidas): premiación de propuestas de mejora aportadas por la plantilla.
- Homenaje a la Trayectoria (2 personas jubiladas): reconocimiento a quienes se incorporan a la jubilación.
- Obsequio a Mamás Gestantes (6 personas): nuevo en 2025, detalle de bienvenida para las empleadas embarazadas.
- Premio Top Service: nuevo en 2025, reconocimiento a los mejores asesores y asesoras de servicio.
- Reconocimiento a la Gestión de Créditos: reconocimiento a la excelencia en la gestión administrativa y financiera.

**Club de Descuentos y Ventajas**

BENIGAR pone a disposición de su plantilla un programa de beneficios que incluye condiciones especiales en la adquisición de vehículos y productos de las marcas de BENIGAR, así como acuerdos con empresas colaboradoras.

En 2025 se incorporó una nueva ventaja: descuento del 10% en la cadena hotelera Serawa. El programa incluye también entradas de fútbol para CD Eldense, Hércules CF y Elche CF (como patrocinador de los clubes), cesta de Navidad, canastilla por nacimiento, acceso a retribución flexible y la posibilidad de disponer de un BMW el día de la boda.

**Premios y reconocimientos externos**

En 2025, BENIGAR obtuvo dos reconocimientos externos en comunicación y marketing de marca: el *Iberian Festival Awards* en la categoría “Mejor Activación en Festivales (campaña MINI)” y el *Premio Alce Bronce de Radio* en la categoría “Mejor Campaña de Radio (BMW Serie 1).”

**Resultados de la encuesta de clima 2025**

BENIGAR realiza una encuesta interna de satisfacción para medir el clima laboral y el compromiso del equipo, como parte de su apuesta por la mejora continua y el bienestar de las personas.

Los resultados reflejan una mejora significativa en todos los indicadores respecto a 2024, con **una participación que creció de 167 a 258 personas (+54,5%)**:

| Indicador | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| **Nº participantes** | **167** | **258** |
| **Orgullo de pertenencia** | **60,5** | **78,7** |
| **Índice de compromiso** | **55,0** | **65,7** |
| **Sentimiento laboral (sobre 100)** | **58,1** | **ND** |
| **eNPS** | **4,8** | **44,6** |

El dato más destacado es el **eNPS**, que pasa de **4,8 a 44,6 — un salto de casi 40 puntos** —, situándose en una franja que la metodología *Net Promoter Score* califica como muy buena. El índice de compromiso sube 10,7 puntos, reflejo del impacto acumulado de las iniciativas de cultura, reconocimiento y bienestar impulsadas en los últimos ejercicios. El orgullo de pertenencia experimenta una mejora significativa, pasando de 60,5 a 78,7 puntos, consolidándose en niveles altos. El incremento de participación — de 167 a 258 personas — refuerza además la validez estadística de los resultados y refleja una mayor confianza del equipo en el proceso de escucha interna.

El análisis por áreas confirma que el orgullo de pertenencia y la cohesión del equipo son especialmente sólidos: el 96,9% de las personas encuestadas siente que su contribución tiene un impacto positivo en la comunidad, y el 93,8% expresa sentir orgullo de formar parte de BENIGAR. La percepción de trato justo e inclusión es igualmente elevada, con un 96,9% de acuerdo respecto al trato justo por orientación sexual y un 93,8% por raza o procedencia étnica.

El área de Ventas destaca por su cohesión y liderazgo ético, con un 100% de acuerdo en aspectos como el compañerismo, la autenticidad y el compromiso de permanencia a largo plazo. El área de Taller combina un fuerte sentido de propósito y camaradería (100% de acuerdo en que el trabajo tiene un significado especial) con la principal oportunidad de mejora detectada en toda la encuesta: solo el 40% del equipo de Taller se siente adecuadamente informado sobre cambios importantes, frente al resto de áreas. Servicios Centrales sobresale en el desarrollo profesional (100% confirma haber recibido seguimiento de desempeño en los últimos seis meses), mientras que Administración valora especialmente la autonomía y los recursos disponibles (100% en ambos casos).

El principal reto identificado a nivel global es la percepción sobre la retribución: solo el 50% del equipo siente que recibe una parte justa de las ganancias generadas, y el 53,1% considera adecuada su remuneración —a pesar de que el 71,9% se declara dispuesto a realizar un esfuerzo adicional en su trabajo—. Este resultado, junto con la brecha de comunicación detectada en Taller, marca las dos líneas prioritarias de actuación para 2026.

Estos indicadores permiten identificar oportunidades de mejora y orientar acciones clave en liderazgo, reconocimiento, desarrollo profesional y motivación.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Lanzamiento del nuevo espacio de Sostenibilidad en la intranet viBE e incorporación de ASSISTA como canal específico de posventa, completando el ecosistema de comunicación interna.
- 157 noticias publicadas en intranet (+29,8% vs 2024) y 11 *newsletters* distribuidas a toda la plantilla, de las cuales 41 (26,1%) correspondieron a contenido de Sostenibilidad.
- 23 activaciones internas con 1.319 participaciones totales, incluyendo tres nuevas iniciativas de voluntariado y compromiso social impulsadas por Sostenibilidad (Tabarca, donación de sangre y Árbol de los Sueños).
- Incorporación de dos nuevos reconocimientos internos: *Premio Top Service* y *Obsequio a Mamás Gestantes*.
- Mejora significativa del eNPS (+39,8 puntos) y del índice de compromiso (+10,7 puntos), con un incremento del 54,5% en la participación en la encuesta de clima.

**Para 2026:**

- Despliegue del modelo integral de bienestar corporativo bajo el marco BE WELL, incorporación del Proyecto DEI como eje estratégico, y valoración de candidaturas a certificaciones externas de cultura y bienestar laboral.
- Identificación de la comunicación interna en el área de Taller y la percepción de equidad retributiva como líneas de atención prioritaria derivadas de la encuesta de clima 2025, sobre las que se valorarán acciones en 2026.

## 5.2.2 Diversidad e igualdad de oportunidades

En BENIGAR, promovemos una cultura basada en la equidad, el respeto y la inclusión, integrada en nuestra **Política de Sostenibilidad** *Premium Workplace*. Más allá del cumplimiento normativo (**Ley Orgánica 3/2007**), trabajamos para garantizar la igualdad real en todos los ámbitos de la organización: selección, promoción, retribuciones, conciliación y desarrollo profesional.

Contamos con **Planes de Igualdad** implantados en Fersan, Hispamovil y Móvil Begar, que recogen acciones específicas para avanzar hacia un entorno laboral más justo e inclusivo. En 2025, se aprobaron nuevos Planes de Igualdad que permanecerá en vigor durante cuatro años. Este plan incorpora el **nuevo protocolo contra el acoso laboral, sexual, por razón de sexo y otras conductas contrarias a la libertad sexual**, y se acompaña de una **auditoría retributiva** sobre el ejercicio 2024, realizada por la **consultora Amaltea**, que queda integrada en el propio plan.

En 2025 se inició el proceso de elaboración del **Plan LGTBI** de BENIGAR, en cumplimiento de la **Ley 4/2023**, en colaboración con la consultora Amaltea y con participación de la representación legal de la plantilla de las tres sociedades. El plan se aprobó formalmente el 29 de abril de 2026, con una vigencia de cuatro años. Se estructura en seis ejes de actuación — igualdad de trato y no discriminación, acceso al empleo y promoción profesional, formación y sensibilización, entornos laborales seguros e inclusivos, régimen disciplinario, y permisos y beneficios sociales —, e incorpora un protocolo específico de prevención y actuación frente al acoso por razón de orientación sexual, identidad o expresión de género, con su propio canal de denuncias. En el 2025, se registra una denuncia por acoso, pero oficialmente queda desestima por un tribunal externo y resuelta.

**Selección, contratación y lenguaje inclusivo**

Trabajamos para garantizar que nuestros procesos de selección sean justos, accesibles y libres de sesgos. En 2025 continuamos aplicando lenguaje no sexista en ofertas y comunicaciones de empleo, con seguimiento activo por parte del área de Talento y Cultura y los responsables de selección. El equipo de selección recibió formación específica en selección inclusiva en 2024, sentando las bases para aplicar estos criterios de forma sistemática.

Como parte de nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades, participamos en un *speed job dating* organizado por Cruz Roja en colaboración con Brandty, orientado a facilitar el acceso al empleo a mujeres en riesgo de exclusión social. Esta iniciativa refleja la voluntad de BENIGAR de abrir sus procesos de selección a perfiles diversos y contribuir activamente a la inserción laboral de colectivos vulnerables.

**Formación y sensibilización**

La formación en igualdad es un pilar fundamental de nuestra estrategia. En 2025 hemos desarrollado las siguientes acciones:

- **Formación en igualdad efectiva entre hombres y mujeres** (25 horas): cursada por tres personas, con el objetivo de fortalecer las competencias del equipo en materia de igualdad aplicada al entorno laboral.
- **Curso de Plan de Igualdad**: realizado por una persona, orientado a profundizar en el diseño, implantación y seguimiento de planes de igualdad en la empresa.
- **Formación de la Comisión de Igualdad** (9 horas): impartida a los miembros de la comisión reforzando su capacidad para identificar, prevenir y gestionar situaciones de desigualdad en el entorno laboral.

Paralelamente, se ha difundido información accesible a toda la plantilla, contribuyendo a una mayor sensibilización en torno a estas temáticas. Con motivo del 8 de marzo — Día Internacional de la Mujer, se realizó una comunicación interna específica que visibilizó el compromiso de BENIGAR con la igualdad y el talento femenino, con la grabación de un vídeo interno en el que participaron mujeres trabajadoras de BENIGAR de distintas instalaciones y edades, así como algunos compañeros a modo de aliados (*allies*), reafirmando el compromiso de la organización con la igualdad, el respeto y el reconocimiento del papel de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad.

**Conciliación y condiciones laborales**

- Reuniones planificadas dentro del horario laboral, evitando que la participación en espacios de decisión recaiga sobre el tiempo personal.
- Medidas de desconexión digital recogidas en la **Política de Desconexión Digital**.
- Criterio de preferencia para contratos indefinidos y jornada completa.
- Mecanismos para garantizar que las vacantes a tiempo completo sean comunicadas previamente al personal con jornada parcial, promoviendo la igualdad de oportunidades en el acceso a mejores condiciones contractuales.

**Retribución y prevención del acoso**

- Análisis de la brecha salarial de género, que a cierre de 2025 se sitúa en el 14,6%. El análisis de la brecha salarial muestra que la diferencia es menor en las categorías de menor cualificación — auxiliar (4%) y técnico/a (5,7%) — y se amplía en los niveles directivos (8%). BENIGAR reconoce que esta brecha refleja retos estructurales y mantiene su compromiso con la mejora continua en equidad retributiva.

- Aprobación del nuevo Protocolo contra el acoso laboral, sexual, por razón de sexo y otras conductas contrarias a la libertad sexual, integrado en los nuevos Plan de Igualdad.
- Una denuncia registrada por acoso, pero desestimada.
- Formación específica a la Comisión de Igualdad y al equipo de Talento y Cultura en materia de acoso y violencias sexuales.
- En 2025 no se registraron casos de acoso en ninguna de las sociedades de BENIGAR.

**Fomento del talento femenino**

- La representación femenina en la plantilla ha pasado del 20,3% en 2024 al 21,9% en 2025, con un incremento del 16% en la incorporación de mujeres respecto al año anterior.
- El 30,8% de los puestos directivos está ocupado por mujeres (4 de 13), con el objetivo de alcanzar el 35% en los próximos ejercicios.
- La CEO forma parte del Consejo Asesor de Faconauto Woman.
- Se aplica un criterio de preferencia para el sexo infrarrepresentado en los procesos de selección, especialmente en puestos técnicos, con resultado de incremento progresivo de la presencia femenina en plantilla.
- Convenios con centros educativos para incorporar mujeres en prácticas en áreas técnicas.
- Comunicación interna con motivo del 8 de marzo — Día Internacional de la Mujer, visibilizando referentes femeninos dentro de la organización y reforzando la cultura de igualdad.

**Diversidad funcional y accesibilidad**

- Infraestructura adaptada en las instalaciones: rampas, elevadores, baños accesibles, señalética clara, aparcamientos reservados y mobiliario adaptado. Centros con accesibilidad completa: San Juan, Finestrat, Gandía, Alicante y Cocentaina-Alcoy.
- Centros con accesos habilitados, pero sin baños adaptados: Alzira, Torrevieja y Redován-Orihuela.
- Centros con mejoras previstas: El Vergel y Elche.
- Para 2026: firma de un convenio de colaboración con COCEMFE para facilitar experiencias formativas y prácticas profesionales a personas con discapacidad física o en riesgo de exclusión social.

**Indicadores clave de plantilla (a 31 de diciembre 2025)**

- Total personas: **430** (336 hombres / 94 mujeres)
- Representación femenina: **21,9%**
- Personas con discapacidad: **4**

## 5.2.3 Conciliación de la vida laboral, familiar y personal

En BENIGAR, creemos que el equilibrio entre la vida profesional, familiar y personal es clave para el bienestar de nuestra plantilla y para construir un entorno laboral sostenible y comprometido. Por ello, la conciliación es uno de los ejes estratégicos de nuestros Planes de Igualdad.

Promovemos entornos de trabajo flexibles y adaptados, que permitan a las personas compatibilizar sus responsabilidades profesionales con sus necesidades personales. Este enfoque responde a nuestro objetivo de ser una organización moderna, eficaz y socialmente responsable, que combine la competitividad empresarial con el bienestar de su equipo.

**Organización de la jornada laboral**

Aplicamos distintos modelos de jornada adaptados a las características de cada área, buscando siempre el equilibrio entre eficiencia operativa y calidad de vida.

En los talleres de mecánica de Elche, San Juan, Finestrat y Alicante trabajamos en jornada intensiva de 08:00 a 16:15h durante todo el año, con personal de retén en horario partido para cubrir incidencias y garantizar la atención al cliente.

En los talleres de chapa y pintura, la jornada intensiva es de 07:00 a 15:00h, con sistema de guardias en el área de pintura. Durante los meses de verano, y como respuesta a las altas temperaturas, el horario de mecánica se adelanta también a las 07:00h en todos los centros.

En el área administrativa y comercial, el horario habitual es de lunes a viernes de 08:30 a 13:45 y de 16:00 a 18:30, o de 09:15 a 13:45 y de 16:30 a 20:30 según el centro.

**Turnos rotativos**

En las áreas de asesores de servicio, recambios y administración de taller de los centros principales, hemos implantado sistemas de turnos rotativos que permiten alternar semanas de jornada intensiva con jornada partida, mejorando la conciliación sin comprometer el servicio.

Desde 2022, pusimos en marcha un proyecto piloto en BENIGAR San Juan para reorganizar los turnos del área de posventa, extendido posteriormente a Elche y Alicante. En el área comercial —VN Alicante, VN San Juan y Motos San Juan— estamos introduciendo progresivamente este mismo modelo, logrando una distribución más equilibrada de la jornada.

Asimismo, el equipo de CRM trabaja con un sistema de turnos que reparte las cargas horarias de manera equitativa, respetando las pausas necesarias.

**Teletrabajo**

Los equipos de Marketing offline, Marketing digital, Talento y Cultura, Datos y Sostenibilidad e IT disponen de medidas de teletrabajo consistentes en un día completo semanal o dos o tres tardes a la semana, según la organización y necesidades de cada departamento.

Asimismo, se contemplan medidas específicas adaptadas a situaciones personales concretas, favoreciendo la conciliación y el bienestar cuando las circunstancias lo requieren.

**Trabajo a tiempo parcial y medidas de conciliación familiar**

Esta apuesta por la flexibilidad se extiende también a situaciones personales concretas. Hemos adaptado horarios ante circunstancias como convenios de custodia o necesidades familiares específicas, apoyando a las personas que lo necesitan sin afectar a su desarrollo profesional.

En 2025, **36 personas** trabajan a jornada parcial por distintos motivos — guarda legal, conciliación familiar, contrato inicial o estudios —, **15** están en reducción de jornada por conciliación familiar y **7** disfrutan de jornada intensiva por el mismo motivo.

Los equipos comerciales y de marketing digital disponen además de la opción de compensar el tiempo trabajado adicional — sábados, ferias u otros eventos extraordinarios — mediante tiempo libre, gestionado a través de Factorial y disfrutado de forma flexible según las necesidades de cada persona.

**Otras medidas destacadas**

*Desconexión digital.*
En línea con la **Ley Orgánica 3/2018**, mantenemos activa una **Política de Desconexión Digital**, aprobada por la Comisión de Igualdad, que garantiza el derecho al descanso y el respeto a los tiempos personales fuera del horario laboral. Actualmente implantada en Hispamovil, está prevista su extensión progresiva al resto de las sociedades. Incluye directrices claras sobre reuniones, vacaciones, contacto fuera de horario y salvaguarda del derecho sin sanciones.

*Retribución flexible.*
Hemos implementado un **Plan de Retribución Flexible** que permite al personal adaptar la composición de su salario a sus circunstancias y necesidades familiares, facilitando una mayor personalización y conciliación financiera.

*Políticas de permisos y licencias.*
Contamos con una política de permisos adaptada a situaciones familiares y personales, reforzando nuestro compromiso con un entorno más humano e inclusivo. En materia de conciliación, BENIGAR aplica el permiso legal de nacimiento y cuidado del menor de

forma equivalente para ambos progenitores, con 16 semanas de duración cada uno, favoreciendo el ejercicio corresponsable de la crianza.

*Actividades para empleadas, empleados y familias.*
Organizamos actividades que fomentan la cohesión y el tiempo en familia, enmarcadas dentro de BE WELL y, en concreto, dentro de su línea Be Well Social, orientada a impulsar experiencias de convivencia y acción colectiva que fortalecen la cohesión del equipo y los valores compartidos: Benigar Kids — Búsqueda de Huevos de Pascua, la participación en la Carrera de las Empresas, y jornadas anuales de voluntariado ambiental, en las que el equipo participa activamente en la conservación del entorno natural de la Comunidad Valenciana.

Con todas estas acciones, reafirmamos nuestro compromiso con una cultura empresarial que valora a las personas y promueve un equilibrio real entre la vida profesional y personal.

*Salud, bienestar y desarrollo de las personas*

En BENIGAR, la salud, el bienestar y el desarrollo de las personas constituyen una prioridad estratégica, integrada en el modelo BE WELL —en particular en sus líneas Be Well Actividad Física y Be Well Social— y en BENIGAR Academy, desarrollados con detalle en el apartado 5.2.5. En materia de salud, destaca la acreditación de Empresa Activa Contra el Cáncer obtenida en 2025, que consolida la alianza con la AECC en prevención y sensibilización. En desarrollo personal y profesional, BENIGAR Academy refuerza la apuesta por la formación y el crecimiento del equipo, con iniciativas como el Programa de Prácticas Start y la Beca Campus BMW.

## 5.2.4 Formación y desarrollo profesional

En BENIGAR entendemos la formación continua como una palanca esencial para el crecimiento de las personas y la transformación del sector. Apostamos por el aprendizaje como vía para fortalecer las competencias del equipo, adaptarnos a los cambios tecnológicos y afrontar con éxito los retos del entorno automovilístico actual.

**Formación BMW**

En 2025, se impartieron un **total de 6.624,5 horas** de formación, correspondientes exclusivamente a la formación BMW, marca de la que nuestros concesionarios son representantes oficiales. Esta formación representa el núcleo del desarrollo técnico y comercial del equipo, y asegura el cumplimiento de los más altos estándares de calidad de la marca.

Esto supone una media de **15,4 horas por persona trabajadora** y un incremento del **5,7% respecto a 2024**.

*Horas de formación BMW por categoría laboral:*

| CATEGORÍA LABORAL | Total (h) 2024 | Total (h) 2025 |
|---|---|---|
| **Auxiliares** | **0** | **532** |
| **Técnica/os** | **5.458,25** | **4.989,5** |
| **Mandos intermedios** | **689,25** | **823** |
| **Gerenta/es** | **74,5** | **155,5** |
| **Directiva/os** | **46** | **124,5** |
| **TOTAL** | **6.268** | **6.624,5** |

**Formación complementaria: una apuesta más allá del currículo oficial**

Aunque la mayoría de la formación en BENIGAR proviene de BMW, impulsamos también una formación complementaria orientada a atender necesidades específicas del negocio y fomentar una visión más transversal del desarrollo profesional.

En 2025, esta apuesta creció con fuerza: pasamos de 808 horas en 2024 a **1.429,5 horas**, **un incremento del 76,9%** que refleja el compromiso de BENIGAR con el desarrollo del talento más allá del currículo oficial de marca.

BENIGAR Academy: nuestra escuela de talento

En 2024 pusimos en marcha BENIGAR Academy, nuestra plataforma interna de desarrollo del talento. En 2025 continuó consolidándose como el marco de referencia para las iniciativas formativas propias, articuladas en cuatro ejes: el Programa de Prácticas Start, que integra talento joven en entornos profesionales reales; las formaciones ad-hoc, diseñadas para cubrir necesidades específicas de cada área —como el programa para asesores de servicio junior o la línea de *Customer Experience* —; las colaboraciones educativas con universidades y escuelas de negocio como CEU Jesús María, Universidad de Alicante, Universidad Miguel Hernández y ESADE; y el impulso al talento femenino, con programas específicos en áreas como posventa. Como reconocimiento a esta apuesta por el talento joven, BENIGAR obtuvo en 2024 el sello HappyTrainees 2024 de ChooseMyCompany.

**Posventa y servicio al cliente**

La mayor concentración de la formación complementaria se sitúa en el área de posventa, con iniciativas que combinan alcance transversal y profundidad especializada. 30 personas de equipos de posventa y administración de taller participaron en el programa *Gestión del tiempo y productividad*, impartido por Monlau Talent Group (240 horas en total). Otras 22 personas cursaron el programa *Todos somos vendedores de Celestino Boge* (77 horas en total), orientado a reforzar la orientación comercial en perfiles de servicio. Tres personas completaron el programa *Gestión económica del negocio de taller* de PROASSA (120 horas en total), especializado en la distribución de automoción, y una persona del área de IT cursó el Programa de *Gestión Posventa Empresas de Automoción* de 360 Business School (120 horas).

La responsable de atención al cliente cursó el Máster Postventa 4.0: Estrategia, Digitalización e Inteligencia Artificial de la Universidad Faconauto (100 horas), un programa completo que abarca gestión de taller, repuestos, digitalización, marketing, fidelización e IA, con *masterclasses* y *networking* con referentes del sector.

**Digitalización e Inteligencia Artificial**

En línea con la estrategia ESG de BENIGAR, en 2025 realizamos una apuesta significativa por la formación en digitalización e inteligencia artificial, con iniciativas que alcanzaron distintos niveles de la organización.

La iniciativa de mayor peso fue el Programa Superior Agente del Cambio para la Digitalización de la Empresa de Fundeun, cursado por una persona del departamento de Datos y Sostenibilidad (375 horas), orientado a desarrollar competencias para liderar procesos de transformación digital en la empresa. Complementariamente, otra persona del mismo departamento cursó el programa Marketing Digital Potenciado por IA de la Cámara CEU (54 horas). En el área de Talento y Cultura, realizó una persona el Programa de IA aplicada a la Dirección de RRHH de OPEM Universidades (60 horas). La consejera delegada, cursó el programa Fundamentos de Inteligencia Artificial de la Universidad de Navarra (12,5 horas).

Dos personas del departamento de Datos y Sostenibilidad participaron también en la jornada presencial de alfabetización avanzada en IA organizada por Golden Owl®, titulada "IA: Expectativas, Realidades y Limitaciones" (3 horas cada una, septiembre de 2025).

**Sostenibilidad**

El equipo de Datos y Sostenibilidad (2 personas), con la CEO como embajadora, participó en el programa SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial de Naciones Unidas (enero a mayo de 2025). Esta iniciativa formativa, centrada en el ODS 6 (Agua), desarrolló competencias en identificación de impactos y riesgos, definición de objetivos de sostenibilidad y planificación estratégica alineada con los estándares del Pacto Mundial. Las dos participantes del equipo dedicaron 32 horas cada una y la embajadora, 8 horas de apoyo en validaciones y seguimiento estratégico (total 72 horas).

En la misma línea, el equipo (2) asistió a la Jornada "Retos y tendencias en sostenibilidad: Novedades y herramientas para la transformación empresarial sostenible", organizada por el Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunitat Valenciana (CE/R+S) en colaboración con la Universidad de Alicante, el 31 de enero de 2025 (1 hora). La jornada contó con la participación de María Dolores Urrea (subdirectora General de Normalización y Técnica Contable del ICAC), Josep Ochoa (Vicesecretario General de la Universidad de Alicante) y Lorena García Villar (directora de CE/R+S), y abordó la Directiva CSRD, sus retos de implementación y la importancia de la capacitación en sostenibilidad.

El 15 de julio de 2025, el equipo (2) recibió también la presentación del Plan de Acción y Mejora Ambiental elaborado por la Cámara de Comercio de Alicante en el marco del Programa Pyme Sostenible (1,5h), resultado de un diagnóstico conjunto que sirvió de apoyo para orientar la gestión ambiental de Corporación Financiera Benigar en cinco ejes: agua, energía, innovación, producción y consumo responsables, y huella de carbono y movilidad.

Complementariamente, el equipo organizó la jornada de voluntariado ambiental en la Isla de Tabarca —en la que participaron 29 personas—, con un componente de sensibilización sobre ecosistemas marinos y gestión de residuos que refuerza la cultura de sostenibilidad interna, desarrollada con detalle en el apartado 5.2.5.

**Salud laboral**

Ocho personas de distintos equipos y centros — representando perfiles tan diversos como CEO, posventa, mecánica, carrocería, recambios y administración — cursaron el programa de Soporte Vital Básico del ISABIAL (32 horas en total), reforzando las capacidades de respuesta ante emergencias en toda la organización.

**Habilidades directivas**

Dos personas de la dirección cursaron el Curso de Habilidades Directivas de ESIC (100 horas en total), con foco en competencias de liderazgo y gestión avanzada.

**Igualdad**

Una persona del área de Talento y Cultura completó el Curso de Planes de Igualdad en la empresa de Amaltea (56 horas), en el marco del proceso de elaboración del Plan LGTBI de BENIGAR.

*Horas de formación complementaria por categoría laboral:*

| CATEGORÍA LABORAL | Total (h) 2025 | Inversión |
|---|---|---|
| **Auxiliares** | **526,5** | **3.578,8** |
| **Técnica/os** | **504,5** | **8.608** |
| **Mandos intermedios** | **194** | **2.333** |
| **Gerenta/es** | **50** | **2.700** |
| **Directiva/os** | **154,5** | **3.409,9** |
| **TOTAL** | **1.429,5**<br>**≈ 1.430** | **20.629,7**<br>**≈ 20.630** |

**La inversión en formación complementaria** creció a **20.629,58€** en 2025. Las incorporaciones de jornadas de sostenibilidad, IA y SDG Ambition se realizaron sin coste para la empresa.

**Total formación**

El **total de horas de formación** pasó de 7.076 horas en 2024 a **8.054 horas en 2025**, un **incremento del 13,8%** que equivale a una **media de 18,7 horas por persona** trabajadora.

La **inversión total en formación** — BMW y complementaria — se situó en **253.559,58€ en 2025**, frente a 250.989,98€ en 2024. Dentro de esta cifra, la formación BMW se redujo ligeramente (de 237.795€ a 232.930€), mientras que la inversión en formación complementaria creció con fuerza — de 13.194,98€ a 20.629,58€ — un **incremento del 56,3% que refleja la apuesta de BENIGAR por desarrollar capacidades propias más allá del currículo oficial de marca.**

Consolidamos así nuestra apuesta por la formación, tanto a través del plan oficial de BMW como mediante iniciativas complementarias propias, para preparar equipos capacitados, motivados y alineados con los valores de BENIGAR, capaces de afrontar con éxito los desafíos de un sector en transformación y de un entorno social en constante evolución.



## 5.2.5 Salud, seguridad, y bienestar laboral

En BENIGAR, las personas son el centro de nuestra actividad. Su salud, seguridad y bienestar no son solo una obligación normativa — son elementos estratégicos que determinan la calidad de nuestra organización y la experiencia de quienes la forman. Inspirados en los principios de la Organización Mundial de la Salud (OMS), trabajamos para consolidar un entorno laboral que promueva el bienestar físico, mental y social de toda la plantilla, con una cultura preventiva que acompaña cada actividad desde su diseño hasta su ejecución.

Este compromiso se traduce en actuaciones concretas: promover entornos seguros y saludables más allá de lo exigido legalmente, asignar los recursos necesarios para la prevención y el bienestar, capacitar e informar al personal para que participe activamente en la mejora de sus condiciones de trabajo, reducir la siniestralidad — especialmente la relacionada con desplazamientos — e impulsar hábitos saludables dentro y fuera del entorno laboral.

**Marco de prevención y gestión de riesgos laborales**

La gestión de la PRL en BENIGAR se articula a través de la colaboración con un Servicio de Prevención Ajeno, garantizando un enfoque técnico especializado en las cuatro disciplinas preventivas: higiene industrial, ergonomía y psicosociología aplicada, seguridad en el trabajo y medicina del trabajo.

Esta prestación se realiza mediante dos entidades: FEMPA, que da cobertura a Fersán, Hispamóvil y Móvil Begar; y Quirón Prevención, que presta servicio en el resto de los centros de trabajo. En paralelo, BENIGAR cuenta con las mutuas colaboradoras de la Seguridad Social MAZ y ASEPEYO para la gestión de las contingencias profesionales, facilitando una atención ágil ante posibles accidentes o enfermedades profesionales.

Este modelo permite adaptar la prevención a las características específicas de cada centro, asegurando que las acciones preventivas respondan con eficacia a los riesgos reales de cada entorno de trabajo. Como concesionario oficial, BENIGAR se rige por el Código de Conducta para Negocios Asociados de BMW Group, por lo que dispone de un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional basado en la ISO 45001.

**Modelo integral de bienestar: cuatro programas**

En 2025, BENIGAR definió un modelo integral de bienestar corporativo **estructurado en cuatro programas — BE WELL, Premium People, Club de Descuentos y Ventajas, y BENIGAR Academy** — orientados a promover un entorno laboral saludable, motivador e inclusivo.

A partir de 2026, este modelo entrará en pleno despliegue estructurado en toda la organización.

Programa 01. BE WELL

BE WELL engloba las iniciativas destinadas a **promover la salud física, emocional y social** de las personas que forman parte de BENIGAR, así como la **mejora de las condiciones ambientales en los centros de trabajo**.

Se articula en **cuatro líneas de actuación**.

1. *Be Well Prevención.*

   Promovemos la prevención y la detección precoz de enfermedades a través de reconocimientos médicos anuales, acciones de sensibilización y formación. En 2025 se realizaron los reconocimientos médicos de toda la plantilla y se impartió formación en Soporte Vital Básico en colaboración con ISABIAL (abril, 8 personas de distintos departamentos y centros, con criterio de representatividad por equipos; véase también apartado 5.2.4). Se desarrollaron asimismo acciones de sensibilización con la AECC: la campaña *Movember* (noviembre) y el boletín "Tu Salud es lo Primero". BENIGAR obtuvo en 2025 la acreditación de **Empresa Activa Contra el Cáncer**, que reconoce el compromiso de la organización con la prevención y el apoyo a las personas afectadas.

   En noviembre, BENIGAR acogió en Benigar San Joan d'Alacant una colecta de donación de sangre organizada en colaboración con el *Centro de Transfusión de la Comunitat Valenciana*: 24 personas participaron, con 24 donaciones realizadas, de las cuales 13 correspondieron a donantes por primera vez. La iniciativa se recoge también en el apartado 6.

2. *Be Well Actividad Física.*

   Fomentamos la actividad física como fuente de bienestar, promoviendo la participación del equipo en retos deportivos colectivos. En 2025 participamos en la **Carrera de las Empresas de Alicante** (octubre, 19 personas), la **Cursa de las Empresas de La Safor** (octubre, 2 personas) y la **Carrera de las Ciudades Contra el Cáncer de Páncreas** (noviembre, 10 personas, nueva en 2025).

3. *Be Well Social.*

   Impulsamos experiencias de convivencia y acción colectiva que fortalecen la cohesión del equipo y los valores compartidos. En 2025, dentro del **programa Family Days (BENIGAR Kids)**, se organizó una actividad de **búsqueda de huevos de Pascua** para los hijos e hijas de la plantilla (abril, 26 participantes).

   En Navidad, BENIGAR se sumó al **proyecto solidario "El Árbol de los Sueños"**, una iniciativa del área de Acción Social de CaixaBank que hace realidad los deseos navideños de niños y niñas en situación de vulnerabilidad de la Comunidad Valenciana, canalizados a través de entidades como Save the Children, Cruz Roja y Cáritas. BENIGAR se comprometió a hacer realidad los sueños de 35 niñas y niños, y la respuesta del equipo superó las expectativas: 40

personas de la plantilla participaron — algunas compartiendo el coste del regalo —, con una aportación aproximada de 50€ por carta. Los regalos se entregaron en Benigar Gandía y Benigar Alicante antes del 10 de diciembre para su distribución a través de las entidades colaboradoras.

La jornada de **voluntariado ambiental en la Isla de Tabarca** (noviembre, 29 personas) y el **apoyo solidario a Nuevos Talleres Coda** a través de la iniciativa "*Adopta un Comercio*" de la Generalitat Valenciana se recogen con detalle en el apartado 6.

4. *Be Well Entorno.*

Trabajamos en la **mejora de las condiciones ambientales de los centros de trabajo** como parte del compromiso de BENIGAR con la adaptación climática.

En 2025 se inició la instalación de **ventiladores de alto volumen y baja velocidad (HVLS) de Magnovent**, con las primeras unidades instaladas en Benigar Elche, Alicante y San Juan. La tecnología HVLS fue seleccionada por su **bajo consumo energético** frente a otras alternativas de climatización convencional.

Complementariamente, se realizaron pruebas piloto con chalecos refrigerantes en Benigar Elche y San Juan, para los puestos de mayor exposición térmica (chapa, pintura y lavadero), y BENIGAR estudia soluciones adicionales para los lavaderos exteriores.

En 2026, BENIGAR se compromete a que todas las instalaciones de automoción cuenten con ventiladores HVLS en el taller.

<u>Programa 02. Premium People</u>

A través de *Premium People* fomentamos una **cultura de reconocimiento** en todos los niveles de la organización. Mediante la intranet corporativa, las personas empleadas pueden reconocer de forma sencilla y pública las contribuciones de sus compañeras y compañeros, vinculando dichos reconocimientos a los valores y comportamientos que promovemos en BENIGAR.

Entre los reconocimientos otorgados en 2025 destacan el *Top Service* (mejores asesores y asesoras de servicio), *Tu Idea Cuenta* (iniciativas y propuestas de mejora del equipo), *Gestión de Créditos* (excelencia en gestión administrativa y financiera) y *Beca Campus BMW* (potencial de desarrollo de jóvenes profesionales).

<u>Programa 03. Club de Descuentos y Ventajas</u>

Ponemos a disposición de la plantilla un **programa de beneficios** con condiciones especiales en la adquisición de productos y servicios de nuestras marcas, así como acuerdos con empresas colaboradoras.

Durante 2025 se incorporaron nuevas ventajas, entre ellas un descuento del 10% en establecimientos de la cadena hotelera Serawa.

Programa 04. BENIGAR Academy

BENIGAR Academy nace del compromiso de BENIGAR con el **desarrollo social, educativo y profesional** de las nuevas generaciones, entendiendo que las empresas desempeñan un papel fundamental no solo en la generación de empleo, sino también en la creación de oportunidades y en la construcción de un futuro más inclusivo, sostenible y conectado con las necesidades reales de la sociedad.

La puesta en marcha del programa responde a una necesidad objetiva identificada tanto a nivel social como empresarial. España continúa registrando una de las tasas de desempleo juvenil más elevadas de Europa — en torno al 23-26% entre los menores de 25 años, según datos de Eurostat —, y distintos informes destacan las dificultades de muchas personas jóvenes para acceder al primer empleo por falta de experiencia práctica y por la desconexión entre formación y empresa. En paralelo, el sector de la automoción afronta una creciente dificultad para incorporar perfiles técnicos cualificados y garantizar el relevo generacional, situación que se intensifica en un contexto de transformación tecnológica que requiere nuevas competencias.

En este contexto, BENIGAR Academy surge como una iniciativa de responsabilidad social orientada a reducir esta brecha, estructurada desde 2025 en cuatro líneas de actuación: el *Programa de Prácticas Start*, las colaboraciones con centros educativos (retos, *hackathones* e iniciativas formativas con CEU Jesús María, Universidad de Alicante, Universidad Miguel Hernández y ESADE, entre otros), *el Talent Day* — jornada de puertas abiertas en las instalaciones de Gandía con participación de cuatro centros educativos — y la *Beca Campus BMW*, a través de la cual se concedieron cinco becas formativas a jóvenes profesionales del área de mecánica.

La participación de profesionales de BENIGAR como tutores y referentes de los estudiantes fortalece además una cultura organizacional más colaborativa e intergeneracional, favoreciendo la transmisión de conocimiento y la cohesión de equipos, en línea con uno de los valores corporativos de BENIGAR: "Todas las personas son valiosas".

Las acciones formativas desarrolladas en el marco de BENIGAR Academy, así como el detalle completo de horas e inversión en formación de 2025, se recogen en el apartado 5.2.4.

De cara a 2026, BENIGAR Academy ampliará su alcance con dos nuevas líneas:

- **un programa dirigido a colectivos vulnerables** para favorecer la integración sociolaboral mediante prácticas formativas en colaboración con entidades especializadas;

- y un **Programa de Desarrollo del Talento** orientado a acompañar el crecimiento profesional de las personas del equipo, para el que durante 2025 se han iniciado las entrevistas de desempeño que servirán de base para los itinerarios individualizados.

**Alcance del modelo en 2025**

A lo largo de 2025, las actividades desarrolladas en el marco de los cuatro programas registraron **955 participaciones en 21 actividades**, a las que se suman iniciativas adicionales como la donación de sangre con Cruz Roja y Árbol de los Sueños.

Esta cifra refleja el alcance transversal del modelo y su capacidad para movilizar al equipo en torno a iniciativas de salud, reconocimiento, beneficios y desarrollo. Las jornadas corporativas desarrolladas en paralelo — Convención de Asesores, Open Day Frontline y Jornada PLANEA — se recogen en el apartado 5.2.1.

**Indicadores de salud laboral**

Los principales indicadores de seguimiento en materia de salud laboral son la siniestralidad y el absentismo. Ambos permiten evaluar tanto la exposición al riesgo como el impacto operativo sobre la plantilla.

*Siniestralidad laboral*

Durante 2025 se registraron **50 accidentes laborales**: 26 con baja médica y 24 sin baja. Hay también 11 accidentes laborales in itinere. El 86% de los incidentes afectó a hombres. Adicionalmente, se notificaron **2 casos de enfermedad profesional**, uno por sexo.

| Número de lesiones laborales | Mujer | Hombre | TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Número de lesiones laborales** | **7** | **43** | **50** |
| **Número de enfermedades profesionales** | **1** | **1** | **2** |

*Evaluación de la siniestralidad — IF e IG*

Para evaluar la siniestralidad se utilizan los dos indicadores estándar recomendados por el INSST y el marco GRI 403: el Índice de Frecuencia (IF) y el Índice de Gravedad (IG).

El **IF general se situó en 33,9** (26 accidentes con baja / 766.488 horas × 1.000.000), por encima de la media general del sector de venta y reparación de vehículos (12-22 accidentes por millón de horas, según la Estadística de Accidentes de Trabajo del Ministerio de Trabajo), aunque dentro del rango habitual de las áreas de taller, chapa y

pintura (25-35, según datos de Mutua MAZ), de mayor exposición al riesgo por el uso de herramientas, elevadores, soldadura y compuestos químicos. Este perfil es coherente con el peso de la actividad de posventa y taller en BENIGAR, frente al bajo riesgo de las áreas de venta (IF sectorial habitualmente inferior a 5, según la misma fuente).

Desagregado por sexo: **hombres IF = 43,4** (26 accidentes / 598.930 horas estimadas × 1.000.000), con la totalidad de los accidentes con baja concentrada en este colectivo; **mujeres IF = 0,00** (0 accidentes / 167.558 horas estimadas × 1.000.000), aunque sí se registraron incidentes sin baja, reflejados en las 7 lesiones del cuadro anterior.

El **IG general se situó en 1,22** (939 jornadas perdidas por accidente laboral/ 766.488 horas × 1.000), equivalente a 1,22 días de trabajo perdidos por cada mil horas de exposición real. Desagregado por sexo: hombres IG = 1,57 (939 jornadas perdidas / 598.930 horas estimadas × 1.000), con la totalidad de las jornadas perdidas concentrada en este colectivo; mujeres IG = 0,00, al no haberse producido ninguna baja médica por accidente laboral entre las trabajadoras.

El índice de gravedad se sitúa dentro de los rangos habituales del sector, lo que refleja que, si bien la frecuencia de los accidentes es superior a la media sectorial, la severidad de las lesiones ha sido moderada. La reducción del índice de frecuencia y el refuerzo de las evaluaciones de riesgo en los puestos operativos — mayoritariamente masculinos — quedan identificados como objetivos prioritarios de mejora para el próximo ejercicio.

*Notas metodológicas: los índices se han calculado sobre las horas reales de exposición al riesgo, deduciendo de las 774.000 horas planificadas las 7.512 horas equivalentes a las 939 jornadas perdidas por accidente laboral (a razón de 8 horas por jornada), lo que da un denominador de 766.488 horas efectivas de trabajo*.

*La distribución por sexo se ha estimado de forma proporcional al peso de cada colectivo en la plantilla (78,14% hombres / 21,86% mujeres), ante la ausencia de un registro automatizado desagregado en el sistema de fichaje.*

*Absentismo laboral*

El índice de absentismo se calcula como el porcentaje de horas no trabajadas sobre el total de horas teóricas planificadas. En 2025, el total de horas planificadas fue de 774.000, correspondientes a 430 personas a cierre de año, sobre una jornada de 40 horas semanales y 225 días efectivos de trabajo.

Se registraron **31.920 horas de ausencia**, lo que representa un índice de absentismo del **4,1%**. Si se incorporan las bajas por maternidad y paternidad — no incluidas en el cómputo de 2024 — el índice asciende al 5,5%. Para garantizar la comparabilidad con el ejercicio anterior, el análisis se realiza excluyendo este concepto en ambos años, lo que arroja un incremento respecto a las 19.700 horas registradas en 2024. Este aumento se produce en paralelo a una reducción muy significativa de las horas de ausencia no justificadas, que han pasado de 1.244 horas en 2024 a 249,5 horas en 2025 — una

mejora del 80% que refleja el avance en el seguimiento y la cultura de responsabilidad interna.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Obtención de la acreditación Empresa Activa Contra el Cáncer, consolidando la alianza con la AECC en materia de prevención y sensibilización.
- Inicio del despliegue de ventiladores HVLS como medida de adaptación climática y bienestar laboral; en 2026 se continuará la instalación en las sedes pendientes.

**Para 2026:**

- En 2026 el modelo de cuatro programas entrará en pleno despliegue estructurado, con foco en la prevención, la actividad física, la cohesión de equipo y la comunicación interna.
- En 2026 se trabaja en el lanzamiento del programa Espacios Sin Humo en colaboración con la AECC, con Benigar Alicante como primera instalación candidata.
- Valoración de la candidatura a los Premios Mi Empresa es Saludable para el ejercicio 2026.

## 5.3. Composición de nuestra plantilla

En BENIGAR, apostamos por generar empleo estable y de calidad como parte de nuestro compromiso con el desarrollo profesional y personal de quienes forman parte de nuestro equipo. Creemos que la estabilidad laboral no solo aporta tranquilidad a las personas trabajadoras, sino que también fortalece la cultura corporativa y mejora la productividad.

Al cierre de 2025, el **93,5% de la plantilla cuenta con un contrato indefinido**, consolidando nuestro modelo de relaciones laborales duraderas y responsables.

Composición de la plantilla

La plantilla está formada por **430 personas: 336 hombres y 94 mujeres** (a 31 de diciembre 2025). Esto supone un **incremento del 16% en la incorporación de mujeres** respecto al año anterior. La representación femenina sobre el total de la plantilla ha pasado del 20,3% en 2024 al 21,9% en 2025, un avance significativo que refuerza nuestro compromiso con la igualdad y la diversidad.

En cuanto a la distribución por edad, el 24,2% de la plantilla tiene menos de 30 años, el 52,8% se encuentra en la franja de 30 a 50 años y el 23% supera los 50 años. Esta distribución conforma un equipo equilibrado entre franjas de edad, con una incorporación sostenida de talento joven que aporta capacidad de relevo generacional.

Para analizar la plantilla de forma homogénea entre nuestras tres sociedades, agrupamos a las personas trabajadoras en cinco categorías internas de reporting: auxiliar, técnico/a, mandos intermedios, dirección y gerencia. Esta agrupación responde a un criterio propio de análisis, dado que nuestra plantilla se rige por siete convenios colectivos distintos según actividad y territorio (detallados en el apartado 5.4), cada uno con su propio sistema de grupos profesionales conforme al artículo 22 del Estatuto de los Trabajadores; la clasificación jurídica real de cada persona es la que le corresponde por el convenio que le resulta de aplicación.

**Distribución por sexo y edad:**

| Distribución por sexo | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|---|
| Mujer | 62 | 74 | 81 | 94 |
| Hombre | 248 | 287 | 319 | 336 |
| TOTAL | 310 | 361 | 400 | 430 |

| Distribución por sexo y edad | Mujer | Hombre | Total |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Menor de 30 años** | **22** | **82** | **104** |
| **30 – 50 años** | **54** | **173** | **227** |
| **Más de 50 años** | **18** | **81** | **99** |
| **TOTAL** | **94** | **336** | **430** |

**Distribución por clasificación profesional por sexo:**

La mayoría de la plantilla de BENIGAR se concentra en perfiles técnicos, con 276 personas, seguidos por puestos auxiliares (99) y un menor número en mandos intermedios (37), dirección (13) y gerencia (5).

Aunque la presencia femenina sigue siendo mayoritaria en puestos auxiliares, también se refleja de forma creciente en áreas técnicas y directivas. En concreto, 4 mujeres ocupan puestos directivos y 45 trabajan en funciones técnicas, lo que indica un avance hacia una mayor diversidad profesional en perfiles de mayor cualificación.

Aun así, se identifican áreas de mejora en el acceso de mujeres a cargos intermedios y de responsabilidad, donde la representación masculina sigue siendo predominante — especialmente en gerencia, donde actualmente no hay presencia femenina.

| Distribución por sexo y clasificación profesional | Mujer | Hombre | Total |
|---|---|---|---|
| **Auxiliar** | **40** | **59** | **99** |
| **Gerente** | **0** | **5** | **5** |
| **Mando intermedio** | **5** | **32** | **37** |
| **Técnico/a** | **45** | **231** | **276** |
| **Directivo/a** | **4** | **9** | **13** |
| **TOTAL** | **94** | **336** | **430** |

Contratación y modalidades de empleo

En 2025, el **93,5% de la plantilla cuenta con contrato indefinido** (402 personas), consolidando el modelo de empleo estable y de calidad como seña de identidad de BENIGAR.

Los contratos temporales han aumentado de 9 a 22, en parte debido a necesidades operativas puntuales.

Los contratos de prácticas han pasado de 12 en 2024 a 6 en 2025, ajustándose al ciclo de incorporación de talento joven a través del programa START.

**Distribución por modalidad contractual y sexo:**

| Distribución por modalidades de contrato de trabajo y año | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| Indefinido | 352 | 379 | 402 |
| Temporales | 5 | 9 | 22 |
| Prácticas | 4 | 12 | 6 |
| TOTAL | 361 | 400 | 430 |

| Distribución por modalidades de contrato de trabajo y sexo | Mujer | Hombre |
|---|---|---|
| Indefinido | 85 | 317 |
| Temporales | 8 | 14 |
| Prácticas | 1 | 5 |
| Total | 94 | 336 |

**Distribución por modalidad contractual y edad:**

| | Menor de 30 | 30-50 | Más de 50 | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| Indefinido | 85 | 222 | 95 | 402 |
| Temporales | 13 | 5 | 4 | 22 |
| Prácticas | 6 | — | — | 6 |
| Total | 104 | 227 | 99 | 430 |

**Distribución por modalidad contractual y cargo:**

| | Auxiliar | Directivo/a | Gerente | Mando intermedio | Técnico/a | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Indefinido | 88 | 13 | 5 | 37 | 259 | 402 |
| Temporales | 8 | — | — | — | 14 | 22 |
| Prácticas | 3 | — | — | — | 3 | 6 |
| Total | 99 | 13 | 5 | 37 | 276 | 430 |

La distribución por sexo muestra una proporción de mujeres algo mayor entre los contratos temporales (36,4% del total) que en la plantilla en su conjunto (21,9%), mientras que los hombres presentan una tasa de indefinido superior (94,3% frente al 90,4% de las mujeres).

Por edad, la temporalidad se concentra en los perfiles más jóvenes: la totalidad de los contratos en prácticas y el 59,1% de los temporales corresponden a personas menores de 30 años, en línea con el ciclo de incorporación a través del programa START. A partir de los 30 años, la tasa de indefinido se sitúa entre el 96% y el 98%.

Por categoría profesional, los puestos de dirección, gerencia y mando intermedio son indefinidos en su totalidad; la temporalidad y las prácticas se concentran exclusivamente en los perfiles auxiliar y técnico/a.

Remuneraciones

La política retributiva de BENIGAR se basa en criterios objetivos de clasificación profesional, experiencia y responsabilidad. En línea con su compromiso con la igualdad retributiva, la organización realiza un seguimiento continuo de indicadores clave, entre ellos la **brecha salarial de género**, que a cierre de 2025 se sitúa en el **14,6%**— calculada como la diferencia entre la remuneración media anual de hombres (35.371€) y mujeres (€30.207€) sobre la remuneración media masculina, normalizada a jornada completa equivalente.

**Remuneración media por edad y sexo:**

| Remuneración media por edad y sexo | Mujer | Hombre | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Menor de 30 años | 19.825 | 23.376 | 22.625 |
| 30 – 50 años | 31.593 | 33.159 | 32.786 |
| Más de 50 años | 38.740 | 52.237 | 49.783 |
| TOTAL | 30.207 | 35.371 | 34.242 |

**Remuneración media por clasificación profesional y sexo:**

| Remuneración media por clasificación profesional y sexo | Mujer | Hombre | TOTAL |
|---|---|---|---|
| Auxiliar | 23.061 | 24.025 | 23.636 |
| Técnico/a | 29.393 | 31.186 | 30.894 |
| Mando intermedio | 48.019 | 51.949 | 51.418 |
| Gerente | | 146.856 | 146.856 |
| Directivo/a | 88.556 | 96.269 | 93.896 |
| TOTAL | 30.207 | 35.371 | 34.242 |

Para obtener un análisis más preciso y comparable, se ha aplicado una metodología de cálculo que homogeneiza los datos salariales, estimando la remuneración media anual equivalente a jornada completa. Esta aproximación corrige posibles distorsiones derivadas de contratos a tiempo parcial o periodos de inactividad. Se han excluido del análisis los casos de baja laboral. La información corresponde al estado de la plantilla a 31 de diciembre de 2025.

El análisis de la brecha salarial muestra que la diferencia es menor en las categorías de menor cualificación — auxiliar (4%) y técnico/a (5,7%) — y se amplía en los niveles directivos (8%). BENIGAR reconoce que esta brecha refleja retos estructurales que requieren un enfoque sostenido en el tiempo, y mantiene su compromiso con la mejora continua en equidad retributiva, desarrollando herramientas de análisis y líneas de acción que permitan avanzar hacia una mayor igualdad salarial de forma progresiva y realista.

Rotación y salidas de personal

Durante 2025 se produjeron **68 salidas**, distribuidas de la siguiente manera:

- **Bajas voluntarias y naturales (49):** 33 voluntarias, 10 por fin de contrato, 3 por jubilación, 2 por paso a pensionista y 1 por excedencia.
- **Despidos (19):** el 100% correspondió a hombres, principalmente en perfiles técnicos y auxiliares.

La **tasa de rotación se sitúa en el 15,8%** (68 salidas / 430 personas de plantilla media), calculada conforme a la metodología estándar establecida en la normativa de reporting no financiero. Este dato supone una ligera mejora respecto al ejercicio anterior y se sitúa significativamente por debajo de la media nacional, que en España se cifra en torno al 24,1%.

Si se considera únicamente la rotación voluntaria — las 39 salidas que responden a decisión propia de la persona trabajadora (bajas voluntarias, excedencias, jubilaciones y pasos a situación de pensionista), excluyendo fin de contrato y despidos —, la tasa se reduce al 9,1% (39 / 430).

Uno de nuestros objetivos para los próximos años es seguir reduciendo esta tasa, impulsando la fidelización del talento y consolidando la estabilidad laboral como seña de identidad de BENIGAR.

Número de despidos

Durante el ejercicio se registraron **19 despidos laborales**, de los cuales el 100% correspondió a hombres. En términos de edad, la mayoría se concentró en el tramo de 30 a 50 años, y por clasificación profesional, los despidos se dieron principalmente en los perfiles técnicos (15 casos) y auxiliares (3 casos). No se registraron despidos en puestos directivos ni gerenciales.

**Número de despidos por sexo:**

| | Mujer | Hombre | TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Número de despidos laborales** | **0** | **19** | **19** |

**Número de despidos por edad:**

| | Menor de 30 | 30-50 | Más de 50 | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| **Número de despidos laborales** | **3** | **15** | **1** | **19** |

**Número de despidos por clasificación profesional:**

| | Auxiliar | Técnico | Mando intermedio | Gerente | Directivo | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Número de despidos laborales** | **3** | **15** | **1** | **0** | **0** | **19** |

## 5.4 Relaciones sindicales y respeto por los convenios colectivos

En BENIGAR mantenemos un compromiso firme con el respeto a los derechos laborales y el cumplimiento de los convenios colectivos que regulan nuestra actividad, en todas las áreas geográficas y líneas de negocio donde operamos.

Actualmente, la plantilla está cubierta al 100 % por el convenio colectivo que le corresponde según su actividad y ubicación. En total, se aplican **siete convenios colectivos**, principalmente en los sectores de Comercio del Metal e Industria, Servicios y Tecnologías del Metal (SIDERO), tanto en la provincia de Alicante como en la de Valencia, además de otros específicos según el tipo de actividad desarrollada (por ejemplo, oficinas o alquiler de vehículos).

Cada persona trabajadora cuenta con un perfil profesional asignado acorde a su puesto, garantizando su correcta inclusión dentro del marco normativo laboral aplicable.

**Representación legal y diálogo social**

La representación de los trabajadores y trabajadoras en BENIGAR se articula a través de **delegados de personal** (no comités de empresa), presentes en cuatro de los cinco centros de trabajo. Estos delegados están vinculados a los sindicatos más representativos del sector. En materia de salud y seguridad en el trabajo, los propios delegados de personal asumen las funciones de representación especializada en prevención de riesgos laborales.

El modelo de relaciones laborales en BENIGAR se caracteriza por la cercanía, la comunicación directa y un diálogo constante. Aunque no existen reuniones periódicas formalizadas, los delegados son interlocutores habituales y accesibles para la resolución de cualquier incidencia o consulta. Además, firman todas las copias básicas de los contratos y participan activamente en las comisiones negociadoras de los planes de igualdad. Este enfoque cercano favorece un clima de confianza y colaboración entre la empresa y sus equipos.

**Convenios colectivos aplicables y representación sindical:**

| Convenio colectivo aplicable | Representación legal (N.º de delegados) |
|---|---|
| **Comercio del Metal - Alicante** | **4** |
| **Comercio del Metal - Valencia** | **2** |
| **SIDERO Alicante** | **6** |
| **SIDERO Valencia** | **1** |
| **Oficinas y Despachos - Alicante** | **0** |

| | |
|---|---|
| **Comercio de Muebles, Cestería y Artículos de Mimbre y Junco** | **0** |
| **Laudo Arbitral de Alquiler de Vehículos con o sin Conductor** | **0** |

**Personal cubierto por convenio:**

| Convenio colectivo aplicable | N.º empleado/as cubierto | % sobre plantilla |
|---|---|---|
| **Comercio del Metal - Alicante** | **132,6** | **30,8%** |
| **Comercio del Metal - Valencia** | **41,6** | **9,6%** |
| **Sidero Alicante** | **159,6** | **37,1%** |
| **Sidero Alicante – exceso de jornada** | **8** | **1,8%** |
| **Sidero Valencia** | **35,8** | **8,3%** |
| **Oficinas y Despachos - Alicante** | **34,7** | **8,1%** |
| **Comercio de Muebles, Cestería y Artículos de Mimbre y Junco** | **8,4** | **1,9%** |
| **Laudo Arbitral de Alquiler de Vehículos con o sin Conductor** | **9,8** | **2,3%** |
| **TOTAL** | **430** | **100%** |

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Aprobación de los nuevos **Planes de Igualdad**, negociado con la representación legal de la plantilla e integrado con el nuevo protocolo contra el acoso y la auditoría retributiva 2024.
- Inicio del proceso de elaboración del **Plan LGTBI** de BENIGAR en colaboración con la **consultora Amaltea** y con participación de la Comisión Negociadora de las tres sociedades, con su aprobación formal en abril de 2026.
- Mantenimiento de la cobertura convencional del 100% de la plantilla, con aplicación de siete convenios colectivos adaptados a cada actividad y territorio.

**Para 2026:**

- En 2026 se evaluará el nivel de adecuación de BENIGAR a la **Directiva Europea 2023/970** sobre transparencia retributiva, en vigor desde junio de 2026, que introduce nuevas obligaciones en materia de publicación de rangos salariales y reporte de brechas retributivas injustificadas.

- Continuidad del modelo de diálogo directo con la representación legal de la plantilla, con especial atención al seguimiento de los planes de igualdad vigentes y al despliegue de las medidas del Plan LGTBI.

# 6. Compromiso con la sociedad

En BENIGAR entendemos que nuestra actividad no solo tiene un impacto económico, sino también social, ambiental y cultural. Por ello, mantenemos un firme compromiso con la comunidad, el medioambiente y el desarrollo sostenible, a través de una participación en iniciativas institucionales, proyectos solidarios y colaboraciones con entidades del entorno.

**Participación institucional y colaboración sectorial**

BENIGAR forma parte de entidades clave como FACONAUTO, FEMPA y la Cámara de Comercio de Alicante, desde donde impulsa acciones de análisis, diálogo y evolución del sector de la automoción hacia modelos más sostenibles, responsables e innovadores. Esta vinculación permite anticipar cambios regulatorios, compartir buenas prácticas y consolidar el papel de BENIGAR como agente activo en la transformación del ecosistema industrial y empresarial.

**Compromiso con el empleo local**

BENIGAR mantiene un compromiso firme con el desarrollo socioeconómico de su entorno inmediato, priorizando la contratación de talento local. La actividad de la empresa, centrada en la Comunidad Valenciana, favorece la creación de empleo de proximidad y refuerza la cohesión de la comunidad. Este enfoque, además de reducir desplazamientos diarios y contribuir a la mejora de la calidad de vida del equipo, genera un vínculo duradero entre BENIGAR y el territorio donde opera.

Este compromiso con el empleo de proximidad se traduce en un impacto directo y sostenido sobre las poblaciones y el territorio donde BENIGAR opera: la contratación local reduce desplazamientos y refuerza la economía de la Comunitat Valenciana, mientras que los patrocinios deportivos y sociales descritos en este mismo apartado — Hércules de Alicante, Elche CF, CD Eldense, AECC y otras entidades locales— consolidan la vinculación de BENIGAR con su entorno más inmediato.

**Iniciativas sociales y solidarias**

*Apoyo a la salud global: GAVI/Vaccines4Children*
BENIGAR mantiene un compromiso sostenido con GAVI/Vaccines4Children, la Alianza Mundial para Vacunas e Inmunización, que financia el acceso a vacunas infantiles en países de renta baja y media. Esta causa se enmarca en el ODS 3 (Salud y bienestar) y refleja la voluntad de BENIGAR de extender su impacto social más allá del entorno inmediato.

En 2024 y 2025, BENIGAR donó 7.000€ y 8.000€ respectivamente, siendo reconocida en ambos ejercicios como "*Patrocinador Oro*" de la campaña — distinción que reconoce el nivel de compromiso y la aportación sostenida de BENIGAR.

BENIGAR tiene previsto mantener su apoyo a esta causa en 2026, reforzando su contribución anual a la vacunación infantil global.

*Colaboración con APSA*
BENIGAR mantiene una colaboración activa con APSA (Asociación Pro-Personas con Discapacidad de la Provincia de Alicante), apoyando el empleo protegido y la inserción sociolaboral de personas con discapacidad intelectual a través de dos iniciativas en 2025.

La primera es la contratación de LIMENCOP, S.L. — Centro Especial de Empleo perteneciente a APSA —, para el montaje del *welcome pack* entregado a los clientes compradores de vehículo BMW en 2025. El pack incluye una caja personalizada con bandeja, baliza y taza, cuyos materiales fueron facilitados por BENIGAR y cuyo ensamblado fue realizado íntegramente por personas con discapacidad de los talleres de LIMENCOP. En total se produjeron 1.998 unidades — 803 para Fersán, 604 para Móvil Begar y 591 para Hispamóvil —, convirtiendo una operación logística habitual en una acción de impacto social directo e incorporando el empleo protegido al propio modelo de negocio.

La segunda iniciativa fue la inclusión de jabones artesanales elaborados en los talleres de APSA en las cestas corporativas de Navidad, distribuidas entre empleadas y empleados, familiares y clientes: un total de 490 jabones. La adquisición se formalizó como donativo certificado por APSA (2.483,22€), reflejando la voluntad de BENIGAR de estructurar sus compras con entidades de inserción como acción de mecenazgo siempre que sea posible.

*Campaña solidaria de Navidad: El Árbol de los Sueños*
En Navidad de 2025, BENIGAR se sumó al proyecto solidario "*El Árbol de los Sueños*", una iniciativa del área de Acción Social de CaixaBank que hace realidad los deseos navideños de niños y niñas en situación de vulnerabilidad de la Comunidad Valenciana, canalizados a través de entidades como Save the Children, Cruz Roja y Cáritas. La campaña contó en su edición 2025 con más de 3.000 cartas de menores de toda la Comunidad que expresaron con ilusión sus deseos navideños.

BENIGAR se comprometió a hacer realidad los sueños de 35 niñas y niños, y la respuesta del equipo superó las expectativas: 40 personas de la plantilla participaron — algunas compartiendo el coste del regalo —, con una aportación aproximada de 50€ por carta. Los regalos se recogieron en Benigar Gandía y Benigar Alicante y fueron distribuidos a través de las entidades colaboradoras.

Esta iniciativa releva a las campañas de Navidad desarrolladas en colaboración con la Fundación DASYC en 2023 y 2024, orientadas igualmente a niñas y niños en situación de vulnerabilidad, consolidando la tradición solidaria de BENIGAR en las fechas navideñas.

*Compromiso ante la DANA y reconocimiento de Cruz Roja*
En respuesta a la DANA de noviembre de 2024, BENIGAR destinó 50.000€ de donación — 25.000€ a Cruz Roja y 25.000€ a la iniciativa conjunta de la Cámara de Comercio de

Alicante y Banco Sabadell —, aportación que gracias al *matchfunding* 1:1 de ambas entidades alcanzó un impacto total de 100.000€ destinados a la recuperación de los damnificados.

Este compromiso fue reconocido públicamente el 2 de julio de 2025, cuando Cruz Roja invitó a BENIGAR al acto "*Gracias por confiar en vuestra solidaridad*", celebrado en el Salón de Actos Miguel Burdeos de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), reuniendo a las empresas y organizaciones que habían demostrado un apoyo destacado a sus causas solidarias.

En 2025, la solidaridad de BENIGAR con los afectados por la DANA continuó a través del apoyo a Nuevos Talleres Coda — detallado a continuación.

*Apoyo a Nuevos Talleres Coda — iniciativa "Adopta un Comercio"*
En el contexto de la recuperación post-DANA en la Comunidad Valenciana, BENIGAR se sumó a la iniciativa "Adopta un Comercio" promovida por la Generalitat Valenciana para apoyar a pequeños negocios gravemente afectados por las inundaciones de noviembre de 2024. A través de una votación interna, la plantilla eligió beneficiario a Nuevos Talleres Coda S.L. (Catarroja, Valencia), taller familiar de más de 30 años especializado en la adaptación de vehículos para personas con movilidad reducida (PMR), que obtuvo el 67% de los votos.

BENIGAR lanzó una campaña en GoFundMe con un mecanismo de *matchfunding* 2:1: por cada euro donado por empleadas, empleados o colaboradoras y colaboradores, BENIGAR aportó dos euros adicionales. La campaña superó su meta de 3.000€, alcanzando 3.700€ entre 46 donantes. La aportación directa de BENIGAR fue de 2.468€, transferida íntegramente a Talleres Coda. El detalle completo de la campaña se desarrolla en el apartado 5.2.5.

*Participación en la Gala Solidaria de Vectalia*
BENIGAR participó en la gala solidaria de Navidad del Grupo Vectalia, cuya recaudación fue destinada a la Asociación Párkinson Alicante, entidad que trabaja en la atención, investigación y apoyo a personas afectadas por esta enfermedad y a sus familias.

**Alianzas para la salud**

BENIGAR ha consolidado en 2025 un conjunto de alianzas y acciones solidarias vinculadas a la salud, centradas principalmente en la lucha contra el cáncer, que abarcan la sensibilización, la prevención, el apoyo institucional y la acción solidaria, con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) como colaborador principal.

*Convenio con la AECC*
En 2025, BENIGAR formalizó un convenio de colaboración con la AECC, obteniendo la acreditación de **Empresa Activa Contra el Cáncer** y asumiendo una cuota anual de 1.500€ como contraprestación a este compromiso. A través de este convenio, BENIGAR se compromete a integrar la prevención del cáncer en su cultura interna, facilitar la

difusión de campañas de sensibilización entre la plantilla y participar activamente en las iniciativas que la AECC impulsa a lo largo del año.

El 4 de febrero, con motivo del Día Mundial contra el Cáncer, el equipo de Benigar Alicante formó un gran lazo humano como acto simbólico de apoyo a todas las personas que enfrentan o han enfrentado esta enfermedad, difundido a través de los canales internos y externos de comunicación. En mayo, BENIGAR apoyó la cuestación anual de la AECC, la gran campaña de recaudación de fondos con la que la asociación financia sus programas de investigación y atención a pacientes. A lo largo del año, BENIGAR distribuyó mensualmente entre su plantilla el boletín "*Tu Salud es lo Primero*", elaborado por la AECC con consejos para una vida más saludable, hábitos preventivos e información actualizada sobre el cáncer.

*Octubre Rosa: cáncer de mama*
En el marco del *Mes del Cáncer de Mama* (Octubre Rosa), BENIGAR se unió a la campaña "*Nos lo tomamos a pecho*" de la AECC y participó en la Carrera de las Empresas, cambiando su camiseta habitual del azul al rosa en conmemoración del Día Internacional del Cáncer de Mama, visibilizando su compromiso con la prevención y la detección precoz.

BENIGAR colaboró además con las **Guerreras de Santa Bárbara** — un grupo de mujeres que han encontrado en el tiro con arco una forma de unión, superación y apoyo mutuo ante el cáncer de mama —, con un patrocinio de 750€ y una jornada compartida que combinó deporte, emoción y solidaridad. Este vínculo tiene un significado especial para BENIGAR: una de las personas del equipo forma parte de las Guerreras, lo que hace que este apoyo nazca también desde la cercanía y el compromiso personal.

*Cáncer de páncreas*
BENIGAR participó en la XI Carrera Cáncer de Páncreas del Hospital General Universitario Dr. Balmis, cubriendo las inscripciones de las 10 personas del equipo que tomaron parte, con un donativo de 65€ destinado íntegramente a financiar actividades de investigación de la enfermedad. La participación de BENIGAR en esta causa —"Benigar corre por la vida"— tuvo también un carácter de recuerdo, en memoria de José Santacreu.

*Movember: cáncer de próstata, de testículo y salud mental*
En noviembre, en colaboración con la AECC, BENIGAR se sumó a la campaña *Movember* con una ruta motera dirigida a clientes de BMW Motorrad, que canalizó donaciones para la investigación del cáncer de próstata: 230€ recaudados a través de 15 donaciones.

*Donación de sangre — "Dona Sang"*
La donación de sangre es una de las acciones solidarias de mayor impacto directo que una empresa puede promover. Una sola donación puede salvar hasta tres vidas, y la disponibilidad permanente de sangre en los bancos hospitalarios es esencial para atender urgencias, cirugías y pacientes con enfermedades crónicas. Sin embargo, solo el 3-4% de la población española dona sangre habitualmente, lo que hace especialmente valiosa la implicación de las empresas en su fomento.

BENIGAR acoge anualmente una colecta organizada por el *Centro de Transfusión de la Comunitat Valenciana*, rotando entre instalaciones para facilitar la participación del mayor número posible de personas. En 2024, la colecta se celebró en Benigar Alicante. En 2025, se trasladó a Benigar Sant Joan d'Alacant (noviembre): 24 personas se presentaron, con 24 donaciones realizadas, de las cuales 13 correspondieron a donantes por primera vez — un dato especialmente relevante que refleja la capacidad de BENIGAR de incorporar nuevas personas a la cadena solidaria de donación. Para 2026, la colecta está prevista en Benigar Elche, continuando la rotación territorial iniciada.

**Voluntariado ambiental**

El voluntariado ambiental es una iniciativa que BENIGAR ha consolidado como acción anual, combinando el impacto positivo sobre el entorno natural con la cohesión del equipo y la vinculación con el territorio de la Comunidad Valenciana.

En 2023 y 2024, el equipo participó en jornadas de reforestación en el Clot de Galvany (Elche), espacio natural protegido y uno de los humedales más relevantes de la provincia de Alicante, con plantación de especies autóctonas y formación ambiental.

En 2025, la iniciativa se trasladó a la Isla de Tabarca (Alicante), primera reserva marina declarada en España. El 8 de noviembre, 29 personas — entre personas del equipo de BENIGAR y familiares y amigos de la plantilla — participaron en una jornada de recogida de residuos plásticos y materiales contaminantes en la playa principal y el puerto viejo de la isla. La jornada incluyó una breve charla de sensibilización sobre el impacto de los residuos en los ecosistemas marinos y la importancia de proteger los espacios naturales del litoral mediterráneo.

Esta acción se enmarca en el compromiso de BENIGAR con el ODS 6, reforzado por su participación en el programa SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y refleja la voluntad de extender el impacto ambiental de la empresa más allá de sus operaciones directas.

En 2026, BENIGAR continuará con esta línea de acción anual, extendiendo su impacto a nuevos espacios naturales o ampliando la participación del equipo.

**Fomento de la movilidad sostenible**

El compromiso de BENIGAR con la movilidad sostenible trasciende la actividad comercial y se traduce en acciones de sensibilización, participación en iniciativas europeas y apoyo a proyectos que democratizan el acceso a la movilidad.

En 2023, las Becas BMW RE:THINK reconocieron el proyecto "*Movamos la mirada*", una iniciativa orientada a visibilizar la pobreza de transporte y ampliar las oportunidades educativas y laborales para mujeres en situación de vulnerabilidad mediante ayudas al transporte y la movilidad — un precedente directo de este compromiso con la movilidad inclusiva.

En 2024, BENIGAR fue reconocida con el premio a la "empresa más comprometida" dentro del *Urban Mobility Challenge* organizado por Ciclo Green, en el marco de la Semana Europea de la Movilidad.

En 2025, BENIGAR participó en la *Semana Europea de la Movilidad* (SEM), la campaña anual que moviliza a organizaciones de toda Europa para fomentar el transporte sostenible. La edición 2025 se centró en el lema "Movilidad para todas las personas" — transporte accesible, seguro e inclusivo para cualquier persona, independientemente de sus ingresos, ubicación o capacidades —, un mensaje especialmente alineado con el compromiso de BENIGAR con la movilidad eléctrica y la inclusión social. BENIGAR se adhirió como *Colaborador de Difusión oficial de la campaña*, coordinando comunicaciones internas y externas para fomentar la participación en el Concurso de Fotografía #ConcursoSEM. Entre las imágenes difundidas se incluyó una fotografía del proyecto Talleres CODA, reflejando el vínculo de BENIGAR con la movilidad inclusiva. Como reconocimiento, Nerea Ferrando, responsable de sostenibilidad de BENIGAR, fue una de las ganadoras del concurso.

El compromiso con la electrificación como forma de movilidad más sostenible se desarrolla en detalle en el apartado 4.3 del presente informe.

**Premios e innovación sostenible: Becas BMW RE:THINK**

Las Becas BMW RE:THINK a la Innovación Sostenible son un reconocimiento anual a proyectos de concesionarios BMW que impulsan la sostenibilidad en el sector de la automoción. BENIGAR participa de forma continuada en esta convocatoria, con un historial de reconocimientos que refleja su apuesta por la innovación sostenible aplicada.

En 2023, BENIGAR obtuvo dos de los tres premios de la convocatoria con los proyectos "Depuración microbiológica de aguas residuales de lavadero" — orientado a reutilizar el 100% del agua del proceso de prelavado y lavado — y "Movamos la mirada" — dirigido a visibilizar y combatir la pobreza de transporte para mujeres en situación de vulnerabilidad.

En 2024, el proyecto "RE:TORNABLE", desarrollado en colaboración con EMBAMAT, obtuvo el primer premio. La iniciativa permite reutilizar embalajes en la venta externa, reduciendo devoluciones y minimizando el impacto ambiental.

En 2025, BENIGAR presentó "AInergy", un ecosistema energético inteligente basado en inteligencia artificial para la gestión integrada del consumo de electricidad, gas y agua en las instalaciones, desarrollado en colaboración con Cloud Levante — *start-up* vinculada al Parque Científico de la Universidad de Alicante — y 3Finetika, especialista en digitalización energética. AInergy aborda la eficiencia energética como uno de los retos materiales identificados en el análisis de doble materialidad de BENIGAR y propone una solución escalable a toda la red de concesionarios. Los impactos proyectados incluyen una reducción de 5,6 t $CO_2$/año, un ahorro de 42.000 litros de agua anuales y un ahorro económico de 4.400€/año, con un ROI del 21% en seis años. El

proyecto obtuvo el segundo premio y, como reconocimiento adicional, BENIGAR recibió la oferta de cursar gratuitamente el *Senior Management Program Sustainability* (SMPS) de ESIC, un programa de 8 meses orientado a la integración de criterios ESG en la estrategia empresarial. Ante la no obtención de la financiación externa solicitada, BENIGAR trabaja en 2026 en mejorar la propuesta con el objetivo de implementar AInergy progresivamente en todas las instalaciones.

**Vinculación con el territorio y el deporte local**

El compromiso de BENIGAR con el entorno donde opera se extiende también al deporte y la cultura local. A través de acuerdos de patrocinio con clubes de la Comunidad Valenciana, BENIGAR refuerza su presencia en el tejido social y deportivo de las provincias de Alicante y Valencia, apoyando proyectos que generan identidad colectiva y dinamismo económico en sus comunidades.

En 2025, BENIGAR renovó sus acuerdos de colaboración con el Hércules de Alicante C.F., el Elche CF y el CD Eldense, tres clubes con arraigo en la provincia de Alicante que representan la diversidad del fútbol profesional y semiprofesional valenciano. Estas alianzas, sostenidas en el tiempo y basadas en valores compartidos de esfuerzo, excelencia y compromiso con la ciudad, permiten a BENIGAR estar presente en espacios de alta visibilidad y vinculación comunitaria.

En el ámbito del tenis, BENIGAR mantiene su colaboración con Juan Carlos Ferrero, referente deportivo internacional y embajador de los valores de excelencia y superación que también guían la cultura interna de la organización. En 2025 se celebró el Clinic Ferrero, una experiencia exclusiva para clientes de BENIGAR en la que participaron activamente personas del equipo.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Formalización del convenio con la AECC y obtención de la acreditación Empresa Activa Contra el Cáncer.
- Colaboración con las Guerreras de Santa Bárbara en Octubre Rosa (750€) y participación en la Carrera de las Empresas, con cambio de camiseta al rosa por el cáncer de mama.
- Participación en la Carrera de las Ciudades contra el Cáncer de Páncreas (65€, 10 personas) y en la campaña *Movember* (230€ recaudados entre clientes de BMW Motorrad, 15 donaciones).
- Donación de 8.000€ a GAVI/Vaccines4Children, como Patrocinador Oro por segundo año consecutivo.
- Colaboración con APSA/LIMENCOP en el montaje del *welcome pack* de clientes BMW (1.998 unidades) y en los jabones artesanales de las cestas de Navidad (2.483,22€).

- Campaña solidaria "El Árbol de los Sueños": 35 niñas y niños con deseo cumplido, 40 personas de la plantilla participantes.
- Reconocimiento público de Cruz Roja a BENIGAR por su aportación tras la DANA de 2024, en el acto "Gracias por confiar en vuestra solidaridad" (2 de julio).
- Apoyo a Nuevos Talleres Coda mediante campaña de *crowdfunding* (3.700€ recaudados, 2.468€ aportados directamente por BENIGAR).
- Participación en la Gala Solidaria de Vectalia, a beneficio de la Asociación Párkinson Alicante.
- Adhesión como Colaborador de Difusión oficial de la Semana Europea de la Movilidad, con reconocimiento en el concurso #ConcursoSEM.
- Segundo premio en las Becas BMW RE:THINK con el proyecto AInergy.
- Renovación de los patrocinios con Hércules de Alicante C.F., Elche CF y CD Eldense, y celebración del Clinic Ferrero.
- Colecta de donación de sangre en Benigar Sant Joan d'Alacant (24 donaciones, 13 por primera vez).
- Jornada de voluntariado ambiental en la Isla de Tabarca (29 participantes).

**Para 2026:**

- Mantenimiento del apoyo anual a GAVI/Vaccines4Children como Patrocinador Oro.
- Organización de una jornada solidaria en beneficio de la AECC.
- Nueva propuesta de AInergy para su presentación a financiación externa e implementación progresiva.
- Colecta de donación de sangre en Benigar Elche.
- Continuación de la línea de voluntariado ambiental anual.

# 7. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS

BENIGAR mantiene un compromiso firme con la protección de los derechos humanos, tanto dentro de su organización como en su relación con terceros. Aunque, por la naturaleza de su actividad y el ámbito geográfico en el que opera, BENIGAR no identifica riesgos significativos de vulneración sistemática de derechos humanos, reconoce que pueden existir riesgos específicos vinculados al ámbito laboral, especialmente en lo relativo a la discriminación o condiciones de empleo.

Para prevenir, mitigar y gestionar dichos riesgos, BENIGAR ha aprobado una **Política de Derechos Humanos** y se guía por los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que está adherida desde 2021. Esta adhesión refleja su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con los principios relativos al respeto de los derechos humanos, el trabajo decente, la protección del medioambiente y la lucha contra la corrupción.

BENIGAR cumple con los **convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)**, relativos a la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio, y la abolición efectiva del trabajo infantil, tal como se detalla a continuación.

**Medidas internas de protección y promoción de los derechos humanos**

*Libertad sindical y negociación colectiva*

- Garantía del ejercicio de los derechos de asociación, libertad sindical y negociación colectiva en todas las empresas de BENIGAR.
- Implementación de mecanismos de protección para evitar represalias por actividades sindicales.
- Promoción del diálogo abierto y permanente entre la dirección y los representantes legales de las personas trabajadoras.
- Inclusión de estos principios en el Código Ético, aplicable a la plantilla y, cuando corresponda, a terceros (clientes, proveedores y subcontratas).

*Igualdad, diversidad e inclusión*

- Aplicación de una Política de Igualdad y No Discriminación que garantiza un entorno libre de discriminación por género, raza, religión, edad, orientación sexual, discapacidad u otras circunstancias personales.
- Monitoreo continuo de posibles conductas discriminatorias y tratamiento inmediato a través de canales establecidos.

- Fomento de una cultura organizativa inclusiva, que valora la diversidad de orígenes, habilidades y experiencias.
- Formación específica en igualdad, diversidad y no discriminación dirigida al Departamento de Talento y a la Comisión de Acoso.

*Rechazo del trabajo forzoso y obligatorio*

- Compromiso explícito con la prohibición del trabajo forzoso, asegurando que todos los contratos laborales se firman en condiciones de libertad y consentimiento.
- Establecimiento de controles internos y procedimientos de supervisión para prevenir este tipo de prácticas.
- Refuerzo de este compromiso a través de la Política de Derechos Humanos y el Código Ético.

*Prevención del trabajo infantil*

- Aplicación de normas estrictas que garantizan que todas las personas trabajadoras son mayores de 18 años.
- Cumplimiento riguroso de la legislación laboral vigente en materia de edad mínima para el empleo.

**Relación con proveedores y socios comerciales**

BENIGAR traslada su compromiso con los derechos humanos a su cadena de valor, fomentando que proveedores y colaboradores cumplan con los principios laborales fundamentales y adopten prácticas responsables en materia de derechos laborales y condiciones de trabajo.

**Seguimiento y resultados**

En 2025, **no se han registrado denuncias por vulneraciones de derechos humanos en ninguna de las empresas de BENIGAR**. Este resultado es reflejo del trabajo preventivo y del compromiso de BENIGAR por garantizar un entorno laboral ético, respetuoso y alineado con los estándares internacionales de derechos humanos y laborales.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Aprobación y comunicación interna de la Política de Derechos Humanos de BENIGAR, estableciendo el marco de referencia para la gestión de riesgos en esta materia.
- Mantenimiento de la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, con presentación de la Comunicación de Progreso (CoP) prevista para julio de 2026.
- Resultado de 0 denuncias por vulneraciones de derechos humanos en 2025, reflejo del marco preventivo implantado.

**Para 2026:**

- En 2026, extensión de los principios del Código Ético a la cadena de suministro mediante la incorporación de cláusulas específicas en los procesos de homologación de proveedores.

# 8. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES

En BENIGAR, la ética empresarial y el cumplimiento normativo son principios fundamentales que guían nuestro comportamiento y consolidan la confianza con nuestros grupos de interés. Actuar con integridad, transparencia y responsabilidad en todas nuestras relaciones y procesos es esencial para garantizar un entorno corporativo saludable y sostenible.

**Modelo de Cumplimiento Normativo**

Desde 2023, BENIGAR implementó su **Modelo de Cumplimiento Normativo**, con el objetivo de identificar y evaluar los riesgos de incumplimiento normativo tanto externo como interno; elaborar el Mapa de Riesgos Penales; establecer procedimientos y controles de prevención eficaces; garantizar el cumplimiento en materias clave como la protección de datos, la prevención del blanqueo de capitales y la prevención de delitos corporativos; mantener actualizada la normativa interna y ofrecer formación continua; e informar regularmente al Consejo de Administración a través del Comité de Cumplimiento.

**Sistema Interno de Información (SII)**

En cumplimiento de la **Ley 2/2023**, de 20 de febrero, BENIGAR ha desarrollado un Sistema Interno de Información (SII) para la gestión de comunicaciones relativas a infracciones normativas y lucha contra la corrupción. El sistema garantiza el anonimato y la confidencialidad de la identidad del informante, prohíbe cualquier tipo de represalia y asegura investigaciones respetuosas con los derechos fundamentales (honor, presunción de inocencia, defensa y no autoincriminación). Está gestionado por el Comité de Cumplimiento, designado por el Consejo de Administración, que ha nombrado una persona responsable del sistema.

**Política Anticorrupción**

BENIGAR ha aprobado una **Política Anticorrupción**, respaldada por el Consejo de Administración, que establece una postura de tolerancia cero frente a la corrupción, el soborno y el cohecho. Esta política refleja el firme rechazo de BENIGAR a cualquier conducta ilícita que contradiga los principios, valores y normas de la organización.

**Código Ético**

El Código Ético de BENIGAR es una declaración formal de los valores y compromisos éticos de la organización. Se aplica a toda la plantilla, a los miembros del Consejo de

Administración y representantes legales, y a terceros relacionados como clientes, proveedores y subcontratistas. Recoge obligaciones como cumplir con la legislación y la normativa interna, actuar conforme a los valores del Código Ético, comunicar cualquier incidencia, duda o incumplimiento a través del SII, y colaborar con investigaciones y auditorías.

**Protección de datos y canal de comunicación**

BENIGAR garantiza el cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos personales a través de su Política de Privacidad, implementada mediante el sistema EQS Integrity Line, que asegura la confidencialidad y el tratamiento adecuado de la información.

**Acciones de implementación del Modelo de Cumplimiento**

El Comité de Cumplimiento ha liderado las siguientes acciones para desplegar el modelo en toda la organización: aprobación por parte del Consejo de Administración de los documentos clave — Manual de Cumplimiento, Código Ético, Política Anticorrupción, Reglamento del Comité de Cumplimiento y Anexo normativo y Plan de Acción —; difusión del modelo entre la plantilla, los órganos de administración de las tres sociedades de BENIGAR, los representantes legales y terceros; y formación interna sobre el modelo y sus implicaciones para asegurar su correcta aplicación y comprensión.

Con estas medidas, BENIGAR reafirma su compromiso con la legalidad, la transparencia y la ética, asegurando una cultura de cumplimiento alineada con los más altos estándares de buen gobierno corporativo.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

- Mantenimiento y actualización del Modelo de Cumplimiento Normativo, con revisión del Mapa de Riesgos Penales y del Plan de Acción asociado.
- Continuidad de la formación interna en cumplimiento normativo, ética empresarial y prevención del blanqueo de capitales.
- En 2025 no se registraron denuncias ni incidencias a través del SII relacionadas con corrupción, soborno o blanqueo de capitales en ninguna de las empresas de BENIGAR.
- En 2026, extensión progresiva de los principios del Código Ético a la cadena de suministro, con incorporación de cláusulas de cumplimiento en los procesos de homologación de proveedores.

# 9. CONSUMIDORES

En BENIGAR, las personas que confían en nuestros productos y servicios están en el centro de nuestra actividad. Nuestro modelo de trabajo se basa en anticiparnos a las necesidades de los clientes con el fin de superar sus expectativas. Su satisfacción impulsa nuestra búsqueda constante de innovación, eficiencia y calidad, siempre guiados por una actitud inquieta y orientada a la mejora continua.

Este compromiso se refleja en cada punto de contacto: desde espacios de venta sofisticados, hasta soluciones tecnológicas de vanguardia, pasando por una atención cálida, ágil y eficaz. Todo ello tiene como fin último consolidar una experiencia de compra inigualable y una imagen de marca firme y diferenciadora.

Mejora de la experiencia posventa

En 2025, BENIGAR mantiene y consolida las principales iniciativas de transformación digital implantadas en ejercicios anteriores para mejorar la atención al cliente.

El servicio **Check-in Express de Tjekvik** está operativo en cinco instalaciones de BENIGAR: San Juan, Finestrat, Elche, Alicante y Gandía. Esta solución de autoservicio agiliza la recepción y entrega de vehículos en concesionarios y talleres, permitiendo que los clientes realicen el *check-in* y el *check-out* cómo, cuándo y dónde quieran: desde casa mediante móvil o web, en el punto de venta a través de tabletas con un asesor, o en quioscos exteriores. Mediante múltiples opciones de acceso (matrícula, código de reserva o teléfono), actualización automática de datos en el DMS y generación de tareas de taller, reduce colas y cuellos de botella, mejora la calidad de la información y ofrece trazabilidad completa de cada operación; incorpora además funciones de pick-up para entrega y recogida sin personal extra ni horarios restringidos.

**AIVORA** continúa activo como plataforma de *Contact Center* en todas las instalaciones de BENIGAR. Se trata de una solución de inteligencia artificial conversacional que gestiona el 100% de las llamadas entrantes y salientes *24/7* con más del 90% de precisión, categorizando automáticamente las necesidades de los clientes para derivarlos a los departamentos adecuados, agendar citas de taller y desviar llamadas en tiempo real. Convierte además las conversaciones en datos medibles —*scoring* de interés, análisis de sentimiento— e integra toda la información en el CRM o DMS para optimizar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

En 2025 se han incorporado nuevas herramientas en el área de posventa. **TELCO** se ha activado como *Call Center* externo para la gestión de llamadas del área de Servicio en dos instalaciones de Fersan, reforzando la capacidad de atención telefónica. Se ha consolidado el portal **ASSISTA**, que centraliza y mantiene actualizada la información sobre procesos, tarifas, manuales, píldoras formativas y circulares clave de todos los procesos técnicos, administrativos y digitales del área de posventa, como referencia para asesores y administrativos de taller.

Se ha creado además el puesto de **Asesor Coach**, orientado a la tutorización de asesores, la formación de nuevas incorporaciones y la digitalización de procesos. Entre sus iniciativas destacan los Open Days con el departamento de administración, las sesiones *Best Practice* para unificar la gestión de leads en todas las instalaciones, y la creación de un canal de comunicación interno vía *Teams* para el departamento de Planificación, eliminando el uso de aplicaciones externas y centralizando consultas, novedades y resolución de problemas.

En el horizonte de 2026, BENIGAR tiene en marcha el proyecto **BENIGAR ePOSVENTA**, orientado a la eliminación del papel en la gestión de órdenes de reparación mediante firmas digitales y resguardos QR para la recogida de vehículos. El proyecto incorpora la generación de informes fotográficos y videográficos para documentar el estado de entrada de cada vehículo, unifica criterios de trabajo en todas las instalaciones y mejora la gestión de contratos de vehículos de sustitución y *mobility*.

Experiencia de cliente

En BENIGAR, la experiencia del cliente es un eje estratégico transversal que impregna todos los puntos de contacto con nuestra red. El Departamento de Experiencia de Cliente coordina de forma continua las iniciativas de posventa a través de comités periódicos con las tres sociedades, donde se revisan los indicadores clave de satisfacción —NPS, volumen y tipología de reclamaciones y reputación online— siempre bajo el estándar de excelencia de la marca BMW.

En estos comités se analizan tendencias, se definen protocolos de gestión de incidencias y de respuesta a opiniones en Google, y se alinean planes de acción para elevar el NPS, reducir la tasa de reclamaciones y reforzar la percepción premium en cada interacción. Este trabajo conjunto garantiza una mejora continua del servicio, impulsando la fidelidad del cliente y la coherencia con los estándares de marca.

El resultado de este esfuerzo sostenido es visible en la evolución de las reclamaciones canalizadas a través del canal BMW: 123 en 2023, 86 en 2024 (-30%) y **55 en 2025** (-36,1% respecto a 2024).

**Proyecto Experiencia Premium — horizonte 2026**

Como siguiente paso en la apuesta por la excelencia en la atención al cliente, BENIGAR tiene previsto para 2026 el lanzamiento del proyecto *Experiencia Premium*, orientado a elevar la percepción del cliente y alinearlo con los valores de la marca.

El proyecto contempla la creación e implantación de nuevos perfiles **QCCM** (Quality & Customer Care Manager o Responsable de Calidad y Atención al Cliente), certificados por BMW Ibérica e integrados en el Departamento de Atención al Cliente. Se establece un perfil principal y cinco perfiles secundarios, con funciones centradas en la gestión y seguimiento de reclamaciones, identificación de oportunidades de mejora, coordinación interdepartamental, seguimiento de indicadores clave como el NPS y la

Voz del Cliente (VoC), y refuerzo de la cultura de calidad en toda la organización. Todos los perfiles reciben formación específica en experiencia de cliente, gestión emocional, comunicación positiva y tratamiento de reclamaciones.

La certificación se articula a través de un programa de cinco meses con dos sesiones formativas: la primera celebrada el 27 de octubre de 2025 y la segunda el 26 de febrero de 2026. En 2026, seis personas de BENIGAR habrán completado este proceso y contarán con la certificación QCCM.

Unificación de marca

Para reforzar la coherencia de la experiencia de cliente y simplificar la comunicación en todos los puntos de contacto, en 2024 las marcas Fersán, Hispamóvil y Móvil Begar actualizaron su denominación comercial a BENIGAR (BMW Benigar, MINI Benigar y BMW Motorrad Benigar). El objetivo: agilizar la gestión de clientes y estandarizar la experiencia premium en toda la red. Las once instalaciones implicadas, con 430 personas en plantilla y más de 30.000 clientes, consolidaron su operativa bajo esta única marca, potenciando la visibilidad y el mensaje homogéneo en cada concesionario y servicio posventa.

En 2025, la unificación de marca se extendió a las restantes líneas de negocio: Misura y Benga by Benigar adoptaron también la identidad BENIGAR, completando así la integración de toda la red bajo una denominación comercial única y coherente.

Digitalización

La transformación digital de BENIGAR avanza en 2025 en múltiples frentes, consolidando iniciativas ya en marcha e incorporando nuevas herramientas que refuerzan la eficiencia operativa, la cultura del dato y la sostenibilidad.

**Papel Cero**

La solución de digitalización documental Papel Cero transforma el flujo de información físico en un entorno 100% digital: preparación y clasificación de documentos, escaneo a PDF/A con aplicación de OCR para búsqueda de contenido, indexación con metadatos (fecha, tipo, autor) y gestión en un sistema con control de versiones. Todo ello reduce hasta un 70% los tiempos de búsqueda y alrededor de un 30% los costes en papel y espacio, al tiempo que mejora la seguridad y trazabilidad mediante accesos controlados, auditorías y cifrado de archivos.

En 2025, la solución Papel Cero para Vehículo Nuevo (VN) está implantada y en funcionamiento en todos los centros de BENIGAR. Adicionalmente, se encuentra en marcha un nuevo proyecto de implantación de Papel Cero para Vehículo de Ocasión (VO) en Benigar Elche.

**Automatización comercial — Benga by Benigar**

Benga by Benigar, la marca de vehículo de ocasión de BENIGAR, continúa en 2025 con la automatización comercial de sus procesos mediante el sistema de gestión **Walcu**, implantado en el ejercicio anterior. Esta plataforma SaaS actúa como CRM, herramienta de *Marketing Automation* y solución de *Business Intelligence*, centralizando y automatizando todo el ciclo de venta y posventa: gestión de leads y tasaciones, comunicación multicanal (SMS, WhatsApp, email y llamadas), automatización de flujos de *nurturing* e inteligencia empresarial con *dashboards* personalizables. La versión extendida WalcuPRO ofrece además asistentes integrados en los principales portales de compraventa para comparar precios, identificar vehículos similares y calcular tasaciones basadas en datos reales de mercado.

**Otros proyectos de digitalización e innovación en 2025**

Durante 2025, el área de TI ha impulsado un conjunto de iniciativas que refuerzan la apuesta de BENIGAR por la cultura del dato y la transformación digital:

Se ha implantado **QlikSense** como nueva herramienta de Business Intelligence, complementando la solución existente basada en QlikView. Su incorporación amplía las capacidades analíticas de la organización con una plataforma más moderna y orientada al autoservicio de datos, garantizando la continuidad operativa mientras se migran progresivamente los desarrollos existentes.

En colaboración con **GALP**, se ha implantado un software específico para la monitorización de las recargas eléctricas de la flota, que permite un seguimiento detallado del consumo energético asociado a la movilidad eléctrica y aporta trazabilidad sobre el impacto ambiental de su electrificación.

Se ha desarrollado un proceso de **automatización para la descarga de datos corporativos**, eliminando la dependencia de procesos manuales, reduciendo el riesgo de error y agilizando la disponibilidad de información actualizada para el análisis y el reporte.

Se ha implantado un **sistema de monitorización de las instalaciones fotovoltaicas**, que permite el seguimiento continuo de la generación de energía renovable, la trazabilidad del rendimiento de los paneles y la medición del autoconsumo.

**Factorial** se ha incorporado como herramienta integral de gestión de Recursos Humanos, centralizando en una única plataforma la gestión de empleados, ausencias, vacaciones, documentación y evaluaciones. Su implantación reduce la carga administrativa, mejora la experiencia del empleado y refuerza la capacidad de reporte sobre los datos de plantilla.

Se ha impulsado la adopción de herramientas de **inteligencia artificial generativa** —entre ellas ChatGPT y Claude— integrándolas en distintos procesos internos para optimizar tareas de redacción, análisis y síntesis de información. Esta iniciativa fomenta entre los equipos un uso responsable y orientado a resultados, en línea con el compromiso de la organización con la innovación tecnológica.

Se ha puesto en marcha la **migración de archivos en recursos compartidos hacia la nube**, mejorando el acceso a la información desde cualquier ubicación y reforzando la seguridad mediante copias de seguridad más robustas.

Se ha implementado una **herramienta de gestión centralizada de utillajes de vehículos eléctricos** compartidos entre las 11 instalaciones de BENIGAR, optimizando su disponibilidad y coordinación entre centros.

Se está implantando un **gestor documental basado en inteligencia artificial** para la integración automática de facturas en Quiter, reduciendo la intervención manual y mejorando la eficiencia del proceso de gestión documental.

Relación con Clientes y Proveedores

Tanto las personas que nos confían su vehículo como las empresas con las que colaboramos son actores clave en la creación de valor de BENIGAR. Mantenemos relaciones estables y de confianza con muchos de ellos desde hace años. La excelencia en la prestación de servicios y el cumplimiento de los estándares de calidad premium de BMW, MINI y BMW Motorrad se interpretan y adaptan a las particularidades de nuestro mercado y nuestra clientela local.

Sistema de Gestión de Calidad

BENIGAR se rige por los Estándares de Retail de BMW Group, que sustituyen y elevan los requisitos de un marco ISO genérico con un sistema propio centrado en la identidad de marca y la experiencia premium del cliente, al ser concesionario oficial de la marca BMW. Por ello, **no dispone actualmente de un Sistema de Gestión de Calidad certificado bajo la norma ISO 9001**.

Estos estándares se articulan en torno a cuatro pilares: **Retail.Next**, el concepto arquitectónico y de diseño que centraliza las áreas de venta de vehículos nuevos, de ocasión y taller en un espacio unificado, sin barreras físicas; el **Customer Journey**, que establece directrices vinculantes sobre cómo el personal debe atender, asesorar y fidelizar al cliente; los **Estándares Corporativos (CI Standards)**, reglas vinculantes a nivel mundial sobre diseño arquitectónico, mobiliario e imagen visual que garantizan una experiencia de marca homogénea en toda la red; y los **estándares de posventa**, con procesos y herramientas de diagnóstico propias de la marca, tiempos de respuesta exigidos y programas de garantía como BMW Premium Selection.

En el marco de estos estándares, BENIGAR aplica herramientas de medición de procesos y satisfacción del cliente —comunicación directa, encuestas internas, análisis de ratios y tests anónimos de ventas y servicio (QBV/QBS)—, así como mecanismos de gestión de calidad y reclamaciones: auditorías internas, gestión de no conformidades, y acciones correctivas y preventivas.

Salud y seguridad de los consumidores

La seguridad de los vehículos comercializados por BENIGAR está garantizada por los procesos de homologación y certificación que aplican BMW, MINI y BMW Motorrad como fabricantes, conforme a la normativa europea de homologación de vehículos. Como distribuidor oficial, BENIGAR no interviene en el diseño ni en la fabricación de los vehículos, sino que su responsabilidad se centra en la correcta entrega, mantenimiento y reparación conforme a los protocolos técnicos y de calidad establecidos por la marca, descritos en el apartado 10.

Gestión de reclamaciones

En BENIGAR entendemos que una reclamación no es solo un incidente que resolver, sino una oportunidad para reconstruir la confianza, escuchar con empatía y fortalecer la relación con el cliente. Una gestión adecuada no solo soluciona un problema puntual — refuerza la fidelidad, mejora la percepción de marca y fomenta la recomendación.

Nuestro proceso de gestión se articula en cinco pasos: recepción y registro de toda entrada independientemente del canal (presencial, Google, OMIC, encuestas internas, One Voice de BMW); análisis del caso con toda la documentación relevante; contacto con el cliente desde una actitud empática y resolutiva; resolución alineada con las políticas de calidad; y seguimiento y aprendizaje para prevenir recurrencias y mejorar el servicio.

Trimestralmente se celebran los **Comités de Cliente**, encuentros multi-área donde se analiza la experiencia global del cliente, se detectan áreas de mejora, se toman decisiones estratégicas basadas en datos reales y se diseñan planes de acción que alinean a todos los departamentos —taller, comercial, atención al cliente, gerencia y dirección— bajo una visión compartida.

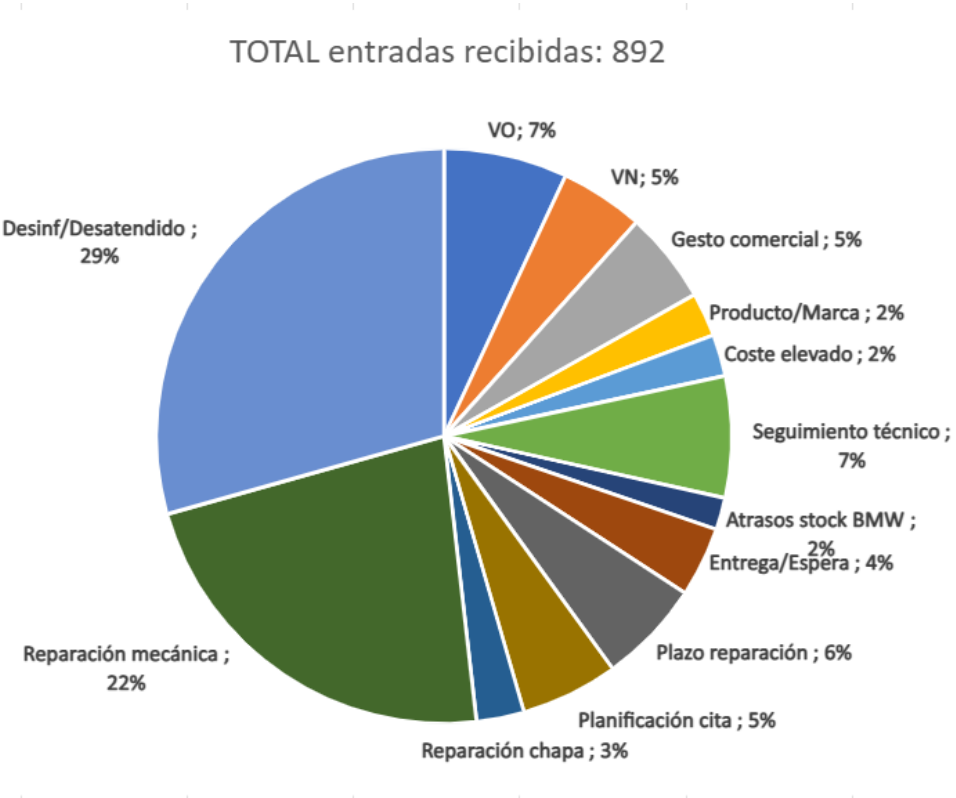
Desde el 1 de enero de 2024, BENIGAR cuenta con un Departamento de Atención al Cliente con enfoque correctivo y preventivo, que ha ampliado el alcance del sistema de gestión para incluir todas las quejas, incidencias o comentarios recibidos por cualquier canal — no solo los canalizados a través de los sistemas oficiales de BMW. Este sistema incluye además una categorización detallada que permite priorizar y analizar los casos con mayor precisión.

**Resultados y datos 2025**

Los datos de 2025 reflejan una mejora significativa en todos los indicadores de atención al cliente respecto al ejercicio anterior.

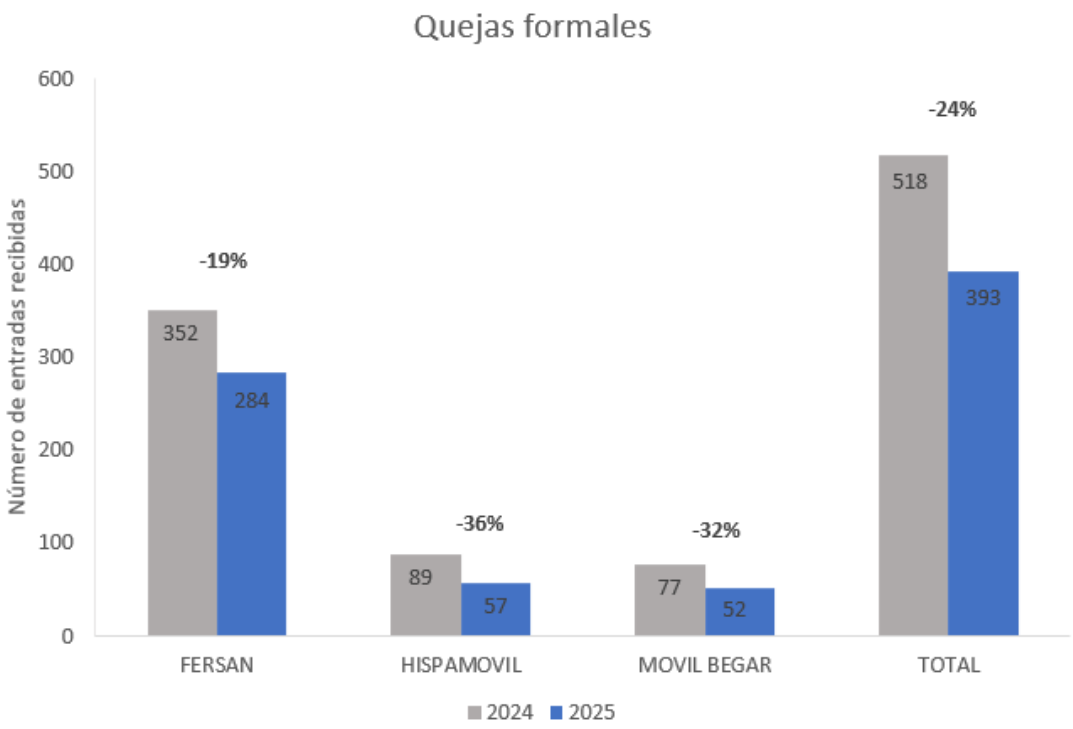
Durante 2025 se registraron un total de **892 entradas** a través del sistema de Atención al Cliente, frente a las 1.528 de 2024 — una reducción del **41,6%**. De estas 892 entradas,

393 fueron quejas formales y 499 correspondieron a otras interacciones como consultas, avisos o sugerencias.




Las dos categorías con mayor concentración de entradas fueron la desinformación o sensación de desatención (29%) y la reparación mecánica (22%). Ambas han experimentado mejoras relevantes respecto a 2024: las entradas por desinformación se redujeron de 499 a 262 (-47,5%), y las de reparación mecánica de 370 a 200 (-45,9%).

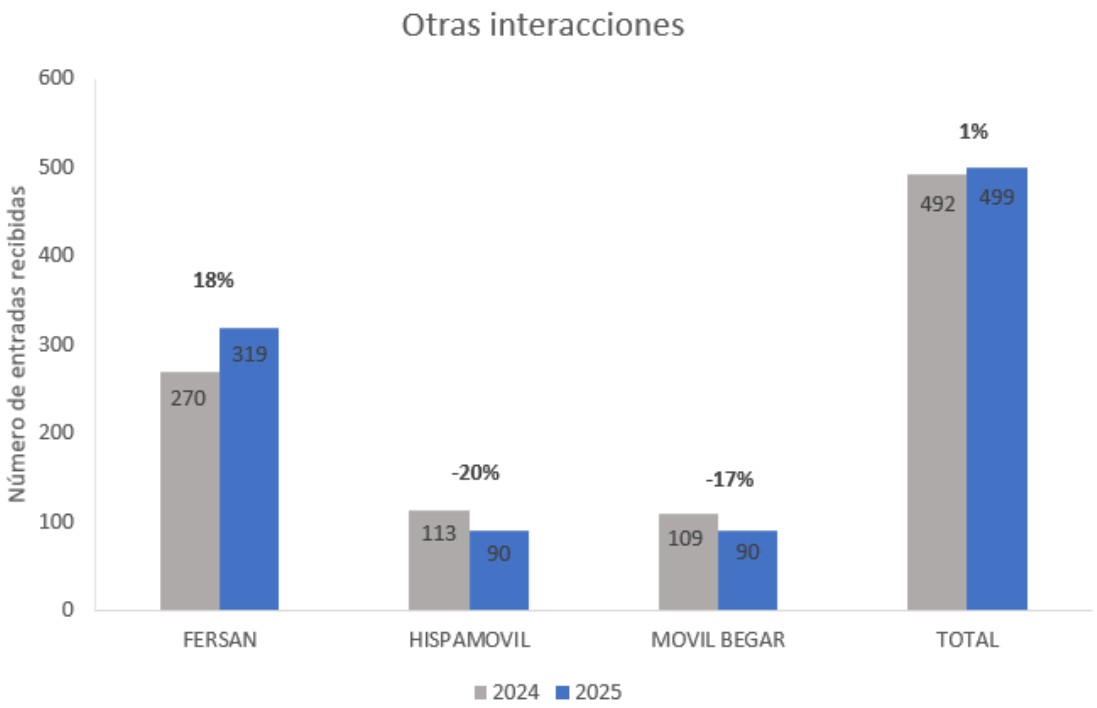
**Quejas formales por sociedad**



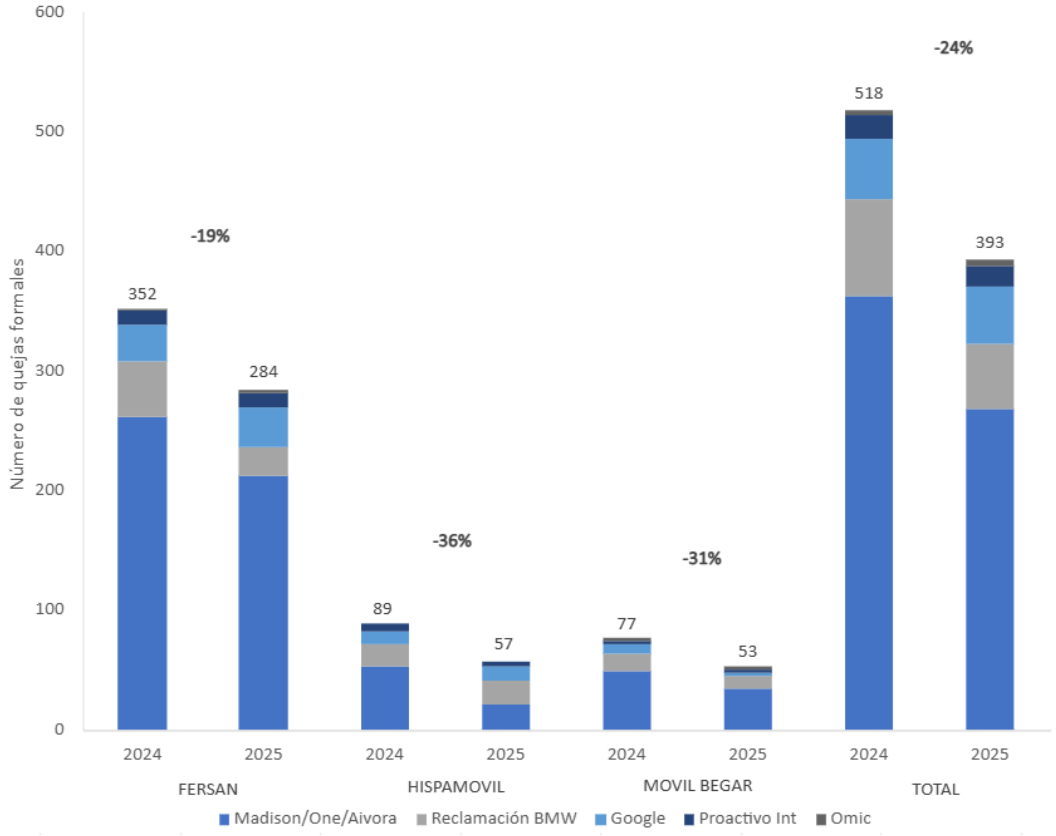

Las quejas formales se redujeron un **24%** en total respecto a 2024, pasando de 518 a 393. Por sociedad, la reducción fue de -19% en Fersan (de 352 a 284), -36% en Hispamovil (de 89 a 57) y -32% en Móvil Begar (de 77 a 52). Fersan concentra el mayor volumen de quejas formales (72,3% del total de BENIGAR), reflejo de su mayor dimensión operativa dentro de la organización.

**Otras interacciones por sociedad**

Las otras interacciones —consultas, avisos y sugerencias— se mantuvieron prácticamente estables en el total (de 492 a 499, +1%). Fersán registró un incremento del 18% (de 270 a 319), mientras que Hispamóvil (-20%) y Móvil Begar (-17%) redujeron su volumen.




## Quejas formales por canal



El análisis por canal de recepción —Madison/One Voice, Reclamación BMW, Google, Proactivo Int y OMIC— muestra una reducción generalizada en todos los canales y sociedades. Tomando como referencia exclusiva el canal BMW, en 2025 se registraron **55 reclamaciones**, frente a las 86 de 2024 (-30%).

Es importante señalar que antes de 2023 solo se contabilizaban las reclamaciones canalizadas a través de los sistemas oficiales de BMW. Desde 2024, se registran todas las entradas recibidas independientemente del canal, lo que hace que las cifras totales no sean directamente comparables con ejercicios anteriores, pero sí reflejan con mayor fidelidad la realidad de la experiencia del cliente.

El **100% de las reclamaciones registradas en 2025 han sido gestionadas y resueltas**, lo que refleja la eficacia del sistema implantado y el firme compromiso de BENIGAR con la satisfacción de sus clientes.

Seguridad y Protección de Clientes

La seguridad de los clientes es una prioridad. Entre las medidas implementadas destacan:

- Protección del vehículo con fundas durante toda su estancia en el taller,
- Restricción del acceso de clientes al área de talleres,
- Planes de emergencia y evacuación actualizados, junto con sistemas activos de detección y extinción de incendios,
- Protección de datos personales conforme a la normativa de privacidad,
- **Conectividad CBS**, mediante la cual los vehículos conectados alertan directamente al taller sobre necesidades de mantenimiento, permitiendo un servicio proactivo y eficiente.

Cultura de Excelencia y Mejora Continua

Como subraya la política de sostenibilidad *Driving to Excellence*, BENIGAR está comprometida con el mantenimiento de altos estándares de calidad que permitan seguir evolucionando y generando valor. La excelencia no es solo un objetivo, sino un camino que se recorre cada día — en la experiencia de cliente, en la innovación, en el reconocimiento interno y en la capacidad de responder con rigor ante lo imprevisto.

En 2024, BENIGAR impulsó múltiples iniciativas de reconocimiento y mejora continua: participación en los *Iberian Festival Awards* como finalistas en "Mejor Activación en Festivales", lanzamiento de los Incentivos de Ventas Digitales y de *Financial Services* premiando con viajes a los equipos con mejor rendimiento, y posición finalista en el premio al "Mejor Concesionario BMW Group" y en la acción especial de Retail Marketing MINI. En el ámbito de la sostenibilidad, las Becas BMW RE:THINK reconocieron el proyecto RE:TORNABLE, con Fersán como ganadora e Hispamóvil finalista. El programa interno BE PREMIUM reconoció la satisfacción de cliente en BMW Motorrad Alzira, BMW Torrevieja y Vehículo de Ocasión Alzira, y otorgó un premio honorífico por trayectoria a Juanjo Duró.

En 2025, los reconocimientos externos confirman la coherencia de la apuesta de BENIGAR por la excelencia en comunicación, producto y servicio. En el ámbito de la creatividad y la comunicación, BENIGAR obtuvo el Premio Alce de Bronce en la categoría Radio con la campaña del BMW Serie 1, desarrollada por la agencia GOMA especialmente para BENIGAR — un reconocimiento de los Premios Alce, galardones de referencia del sector publicitario en la provincia de Alicante. Asimismo, la activación de marca realizada para MINI en el Low Festival de Benidorm, en colaboración con Producciones Baltimore, ganó el premio a la Mejor Activación de Marca en los Iberian Festival Awards, prestigiosos galardones que reconocen las mejores iniciativas en festivales de música de España y Portugal. En el ámbito de la innovación sostenible, el proyecto AInergy obtuvo el segundo premio en las Becas BMW RE:THINK, con el reconocimiento adicional de cursar gratuitamente el Senior Management Program Sustainability (SMPS) de ESIC — cuyo detalle se desarrolla en la Sección 6. En el plano interno, el reconocimiento Top Service distinguió a los mejores asesores y asesoras de servicio de la red, consolidando la cultura de orientación al cliente en toda la organización.

Más allá de los reconocimientos formales, 2025 también puso a prueba la capacidad de BENIGAR de responder con excelencia ante una situación extraordinaria. En continuidad con el plan "Compromiso DANA BENIGAR" activado tras las inundaciones de noviembre de 2024 — canal de atención prioritaria, condiciones preferentes, asistencia técnica en todos los centros y facilidades de pago —, BENIGAR se adhirió al Plan Reinicia Auto+ del Ministerio de Industria y Turismo, facilitando a los clientes afectados el acceso a las ayudas gubernamentales para la reposición de vehículos perdidos. Las iniciativas solidarias vinculadas a la DANA se desarrollan en la Sección 6.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Reducción del 41,6% en el total de entradas al sistema de Atención al Cliente (de 1.528 en 2024 a 892 en 2025) y del 24% en quejas formales (de 518 a 393), con el 100% de reclamaciones gestionadas y resueltas.

- Reducción del 30% en reclamaciones canalizadas a través del canal BMW (de 86 en 2024 a 55 en 2025).

- Extensión de la unificación de marca a Misura y Benga!, completando la integración de toda la red bajo la denominación comercial BENIGAR.

- Implantación de Papel Cero para VN en todos los centros; inicio del proyecto de Papel Cero para VO en Benigar Elche.

- Segundo premio en las Becas BMW RE:THINK 2025 con AInergy.

**Para 2026:**

- En 2026 se trabajará en una versión mejorada de la propuesta AInergy para nueva presentación a financiación externa.

- En 2026, lanzamiento del proyecto BENIGAR ePOSVENTA para la eliminación del papel en la gestión de órdenes de reparación.

- En 2026, seis personas de BENIGAR completarán la certificación QCCM (Quality & Customer Care Manager) de BMW Ibérica, reforzando el Departamento de Atención al Cliente con perfiles especializados en experiencia de cliente y gestión de reclamaciones.

- Continuación del despliegue de herramientas de inteligencia artificial generativa en procesos internos, en línea con el compromiso de BENIGAR con la innovación tecnológica responsable.

# 10. SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES

En BENIGAR, el compromiso con la calidad, la trazabilidad y la responsabilidad en la cadena de suministro es una prioridad. Por ello, llevamos a cabo una selección rigurosa de nuestros proveedores, estableciendo relaciones basadas en la confianza, el cumplimiento normativo y los estándares de excelencia.

La elección de proveedores se fundamenta en su capacidad para cumplir con las especificaciones internas de los productos y servicios requeridos. Durante todo el proceso de suministro, los proveedores son evaluados de manera continua, especialmente en lo referente a la conformidad de sus productos o servicios con las condiciones establecidas en los documentos de compra.

Cada departamento de BENIGAR realiza la evaluación correspondiente en el momento de la recepción del suministro, comprobando la calidad sobre el albarán de entrega. En caso de detectarse no conformidades, se activan los procedimientos internos para aplicar las acciones correctivas oportunas.

**Proveedores homologados y compromiso con la calidad BMW**

BENIGAR considera como proveedores homologados a BMW y MINI Ibérica, así como a la Red de Concesionarios Oficiales BMW y MINI, al estar sometidos a sistemas de inspección y control directamente por el fabricante. Estos proveedores son responsables del suministro de vehículos, recambios y accesorios, y su cumplimiento con los estándares de calidad de la marca constituye un requisito imprescindible.

Aunque en 2025 no se han realizado auditorías de proveedores, la política de compras de BENIGAR se encuentra plenamente alineada con los criterios y procedimientos de calidad establecidos por BMW, proveedor principal de la organización. Esta alineación se traduce en la adquisición exclusiva de recambios originales BMW, la aplicación de los protocolos de atención al cliente definidos por el fabricante y la participación en controles de calidad promovidos por la marca.

BENIGAR no gestiona una política de compras propia diferenciada en materia social, de igualdad de género o ambiental: estas cuestiones, así como la trazabilidad y el cumplimiento normativo internacional, quedan cubiertas por los Estándares de Calidad y Sostenibilidad de Retail que BMW Group exige a toda su red de distribución, con criterios de cumplimiento ambiental estricto aplicables a la actividad de taller y posventa (ver apartado 4.1).

El Plan de Acción y Mejora Ambiental de la Cámara de Comercio de Alicante (2025), elaborado en el marco del Programa Pyme Sostenible, recomienda avanzar hacia un plan de proveedores con criterios ambientales explícitos (certificación ISO 14001, proximidad, productos certificados) — una línea de mejora que BENIGAR valorará incorporar progresivamente a su política de compras.

**Compra socialmente responsable: colaboración con Centros Especiales de Empleo**

En 2025, BENIGAR incorporó criterios de responsabilidad social en su cadena de valor a través de la contratación de LIMENCOP, S.L., Centro Especial de Empleo perteneciente a APSA (Asociación Pro-Personas con Discapacidad de la Provincia de Alicante). LIMENCOP realizó el montaje de los *welcome packs* entregados a los clientes compradores de vehículo BMW — 1.998 unidades en total, distribuidas entre Fersán, Móvil Begar e Hispamóvil —, integrando el trabajo de personas con discapacidad intelectual en una operación logística habitual del negocio.

Esta decisión refleja la voluntad de BENIGAR de orientar sus decisiones de compra hacia proveedores con impacto social positivo siempre que las condiciones operativas lo permitan, avanzando hacia un modelo de cadena de valor más responsable e inclusivo.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

**En 2025:**

- Integración de LIMENCOP (Centro Especial de Empleo de APSA) en la cadena de valor de BENIGAR como proveedor de servicios de manipulado, incorporando el empleo protegido a la operativa del negocio.
- La política de compras mantiene su plena alineación con los estándares de calidad, sostenibilidad y trazabilidad de BMW Group.

**Para 2026:**

- En 2026, BENIGAR trabajará en la incorporación de cláusulas ESG en los procesos de homologación de proveedores, extendiendo los principios del Código Ético a la cadena de suministro e identificando nuevas oportunidades de contratación con entidades de inserción sociolaboral.

# 11. COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

En BENIGAR entendemos la sostenibilidad como un pilar estratégico y una herramienta de transformación real. Desde 2022 contamos con un plan estratégico de sostenibilidad que articula nuestras líneas de actuación a medio y largo plazo, y en 2024 pusimos en marcha el Departamento de Datos y Sostenibilidad para dotarlo de estructura y capacidad de ejecución. En 2025, el equipo se ha consolidado y ampliado hasta cinco personas, con refuerzo en el área de datos y digitalización, y con Nerea Ferrando Jorge como responsable de sostenibilidad; ese mismo año, se ha actualizado el marco estratégico con el **Roadmap ESG 2025-2030** que traduce los resultados del análisis de doble materialidad en objetivos, metas y KPIs concretos por eje. Esta evolución refleja el peso creciente de la sostenibilidad en la toma de decisiones de BENIGAR y su integración transversal en todas las áreas de la organización.

Este marco se articula bajo la política de sostenibilidad **Driving to the Future**, y se sustenta en **cuatro compromisos corporativos**: *Driving to Excellence*, que orienta la gobernanza hacia la excelencia y la mejora continua; *Driving to Greener Horizons*, que define las líneas de acción ambiental y climática; *Driving to Premium Workplace*, que orienta el compromiso económico y humano con las personas; y *Driving to Social Impact*, que dirige el impacto social de la organización. Estos cuatro compromisos se despliegan de forma operativa a través del Roadmap ESG 2025–2030 antes mencionado.

**Alineación con la Agenda 2030 y el Pacto Mundial**

BENIGAR está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2021 y elabora su Comunicación de Progreso (CoP) de forma anual. Esta adhesión refleja el compromiso de la organización con los cuatro principios del Pacto Mundial: respeto a los derechos humanos, promoción del trabajo decente, cuidado del medioambiente y lucha contra la corrupción.

El 25 de septiembre de 2025, BENIGAR participó en la campaña internacional #TogetherForTheSDGs #ODSporBandera con motivo del 10º aniversario de la Agenda 2030, impulsada por el Pacto Mundial de la ONU. La iniciativa invita a empresas, instituciones y ciudadanos a alzar la bandera de los ODS como símbolo de compromiso y acción colectiva. BENIGAR difundió la campaña tanto en sus canales internos como externos, reafirmando su alineación con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.




Adicionalmente, en 2025 el equipo de Datos y Sostenibilidad participó en el programa **SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial de Naciones Unidas**, centrado en el ODS 6 (Agua limpia y saneamiento), desarrollando competencias en identificación de IROs, definición de objetivos de impacto y planificación estratégica. Los resultados de este proceso se integrarán en el plan de acción hídrico 2026–2030 de BENIGAR.

De los 17 ODS, BENIGAR ha definido como **prioritarios y estratégicos** los siguientes cinco, donde su actividad genera el mayor impacto y capacidad de transformación:




**ODS 4 — Educación de calidad**

El desarrollo del talento es una prioridad estratégica de BENIGAR. A través de **BENIGAR Academy**, estructurada en cuatro ejes — Programa de Prácticas Start, formaciones ad-hoc, colaboraciones educativas e impulso al talento femenino — la organización apuesta por un modelo de aprendizaje basado en la experiencia, el acompañamiento y el desarrollo integral.

En 2025, el total de horas de formación alcanzó las 8.054 horas (+13,8% respecto a 2024), con una media de 18,7 horas por persona. La formación oficial BMW representó 6.624,5 horas (+5,5%), mientras que la formación complementaria creció hasta las 1.429,5 horas (+76,9%), reflejando la apuesta de BENIGAR por desarrollar capacidades propias más allá del currículo de marca. La inversión total en formación se situó en 253.559,58€. El detalle completo se desarrolla en el apartado 5.2.4.

De cara a 2026, BENIGAR Academy incorporará un programa dirigido a colectivos vulnerables y un Programa de Desarrollo del Talento orientado a acompañar el crecimiento profesional de las personas del equipo.

**ODS 5 — Igualdad de género**

BENIGAR impulsa una cultura organizacional basada en la equidad, integrando la igualdad de oportunidades en todos los procesos: selección, promoción, retribución, conciliación y formación.

En 2025, la representación femenina en la plantilla alcanzó el 21,9% (94 de 430 personas), con un incremento del 16% en la incorporación de mujeres respecto a 2024. El 30,8% de los puestos directivos está ocupado por mujeres (4 de 13), con el objetivo de alcanzar el 35% en los próximos ejercicios. La brecha salarial se situó en el 14,6%, con diferencias menores en las categorías de menor cualificación (auxiliar 4%, técnico/a 5,7%) y más amplias en los niveles directivos (8%). Los Planes de Igualdad vigentes en las tres sociedades incluyen protocolos de prevención del acoso y auditorías retributivas. El detalle completo se desarrolla en el apartado 5.2.2.

**ODS 8 — Trabajo decente y crecimiento económico**

BENIGAR apuesta por el empleo estable y de calidad como seña de identidad. En 2025, el 93,5% de la plantilla cuenta con contrato indefinido (402 personas), consolidando un modelo de relaciones laborales responsables y duraderas.

El 24,2% del equipo tiene menos de 30 años, reforzando la apuesta por el relevo generacional. El índice de absentismo se situó en el 4,1%, con una reducción muy significativa de las horas no justificadas — de 1.244 horas en 2024 a 249,5 horas en 2025 (−80%) —, reflejo del avance en la cultura de responsabilidad interna. El modelo integral de bienestar BE WELL, con cuatro programas activos, entrará en pleno despliegue estructurado en 2026. El detalle completo se desarrolla en los apartados 5.2.5 y 5.3.

**ODS 9 — Industria, innovación e infraestructura**

La innovación sostenible es un eje transversal de la estrategia de BENIGAR, con proyectos que combinan impacto ambiental, eficiencia operativa y reconocimiento sectorial.

En 2025, el proyecto AInergy — ecosistema energético inteligente basado en IA para la gestión integrada del consumo de electricidad, gas y agua — obtuvo el segundo premio en las Becas BMW RE:THINK, con impactos proyectados de −5,6 t $CO_2$/año, −42.000 litros de agua anuales y −4.400€/año en costes energéticos. El proyecto RE:TORNABLE, premiado con el primer puesto en las Becas BMW RE:THINK 2024, cuenta en 2025 con 114 unidades activas que cubren el 8% de los envíos anuales de Venta Externa, con resultados medibles en reducción de residuos y costes. En el ámbito del confort y la eficiencia, el despliegue de ventiladores HVLS de Magnovent se inició en tres instalaciones. El detalle de estos proyectos se desarrolla en los apartados 4.2, 4.4 y 6.

**ODS 13 — Acción por el clima**
La reducción de la huella de carbono y el avance hacia una movilidad más limpia son compromisos centrales de BENIGAR, integrados en la política *Driving to Greener Horizons* y vinculados al préstamo de sostenibilidad con BBVA.

En 2025, las emisiones de Alcance 1 se situaron en 697,76 t $CO_2e$. Las emisiones de Alcance 2 fueron cero, gracias a la contratación del 100% de la electricidad de origen renovable mediante Garantías de Origen. La huella de carbono per cápita de negocio alcanzó los 2,82 t $CO_2e$ por millón de euros de facturación, por debajo del objetivo de 4,3482 t $CO_2e$/M€ establecido en el préstamo sostenible BBVA. El autoconsumo fotovoltaico creció hasta los 575,5 MWh generados en 9 sedes, frente a los 543,5 MWh de 2024, con una reducción del consumo eléctrico de red del 4,73%.

En el ámbito de la electrificación, BENIGAR comercializó 859 vehículos electrificados en 2025 — una cuota del 20% sobre el total de ventas, con un crecimiento del 60,9% respecto a 2024. Los vehículos eléctricos puros (BEV) se duplicaron (+106,6%), situando a BENIGAR por encima de la media mundial del Grupo BMW en penetración de eléctricos. La red de recarga propia alcanzó los 47 puntos instalados en las distintas instalaciones, frente a los 46 de 2024 y los 41 de 2023. El detalle completo se desarrolla en los apartados 4.1, 4.2 y 4.3.

**Avances 2025 y compromisos 2026**

- Consolidación del Departamento de Datos y Sostenibilidad con un equipo de cinco personas, reforzando la capacidad de análisis de datos y *reporting* ESG.
- Presentación del primer informe de doble materialidad conforme a los estándares CSRD/ESR
- Presentación de la Comunicación de Progreso (CoP) al Pacto Mundial y participación en la campaña #ODSporBandera con motivo del 10º aniversario de la Agenda 2030.
- Participación en el SDG Ambition Accelerator del Pacto Mundial (ODS 6 — Agua); en 2026 los aprendizajes se traducirán en un plan de acción hídrico 2026–2030.
- Emisiones de Alcance 2 = 0 gracias al 100% de electricidad renovable; KPI de intensidad de carbono 2,82 t $CO_2e$/M€, por debajo del objetivo del préstamo BBVA.
- 859 vehículos electrificados vendidos (20% cuota), con BEV duplicados respecto a 2024.
- Inicio del despliegue de ventiladores HVLS en talleres
- Aumento del autoconsumo fotovoltaico a 575,5 MWh en 9 sedes.
- Aprobación del Plan LGTBI de BENIGAR (abril 2026) y avance en la representación femenina en plantilla (21,9%) y en puestos directivos (30,8%).
- Total de 8.054 horas de formación en 2025 (+13,8%), con especial crecimiento de la formación complementaria (+76,9%).
- En 2026, inicio del plan de acción hídrico y despliegue estructurado del modelo de bienestar BE WELL.

# 12. INFORMACIÓN FISCAL

## 12.1 Estrategia y política fiscal

BENIGAR mantiene un compromiso irrenunciable de contribución al desarrollo económico y social de los diferentes mercados en los que opera, y que en el ámbito fiscal se materializa en el puntual cumplimiento de todas las obligaciones tributarias que se generen como consecuencia de su actividad comercial.

En línea con este objetivo, BENIGAR está comprometido con el cumplimiento de la legislación fiscal en el más firme convencimiento de su deber de contribuir al desarrollo económico y social que se deriva de su aportación tributaria efectuada mediante el pago de impuestos el territorio en el que opera.

Los principales valores que informan la estrategia Fiscal de BENIGAR son la transparencia, el buen gobierno y la responsabilidad.

En aplicación de los principios y estrategia fiscal indicados, BENIGAR exige que la información fiscal de la Corporación declarada a las autoridades fiscales sea veraz y refleje fielmente la realidad del mismo, y no crea ni opera a través de empresas domiciliadas en territorios considerados paraísos fiscales con el fin de evadir impuestos.

El cumplimiento de los principios rectores anteriormente señalados asegura que la presente Estrategia esté plenamente alineada con el negocio y los estándares de fiscalidad actualmente aplicables, lo que determina un modelo de cumplimiento tributario basado en buenas prácticas fiscales, transparente y que articula una contribución fiscal justa de la Corporación.

## 12.2 Beneficios y subvenciones

A continuación, se presentan los impuestos sobre beneficios entendiendo por tales a los importes satisfechos en concepto del Impuesto sobre Sociedades:

| BENEFICIOS 2025 (modelo 220 IS 2025) | |
|---|---|
| **Beneficios antes de impuestos** | **3.232.043 €** |
| **Impuesto sobre beneficios** | **630.676 €** |
| **Beneficios después de impuestos** | **2.601.367 €** |

**Compromiso social y ayudas recibidas en 2025**

**Subvenciones recibidas en 2025**

En 2025, BENIGAR **recibió 38.901,2 € en ayudas a la inversión del IVACE** (Generalitat Valenciana), cofinanciadas por la Unión Europea, dentro del programa "*Ahorro y eficiencia energética en empresas*", gestionadas con la consultora **ESYNE Proyectos S.L.** La ayuda ha permitido instalar equipamiento especializado de control y seguimiento de los principales consumos energéticos (electricidad, gas natural, gasoil y agua) en varias sedes, integrado en la plataforma EMIOS —de la que 3Finetika extrae los datos para su análisis— y que permite evaluar perfiles de consumo e indicadores clave de eficiencia energética.

**Donaciones en 2025**

En 2025, BENIGAR realizó donaciones por **un total de 27.578,27 €.** Entre ellas, destaca la continuidad como Patrocinador Oro de Vaccines4Children (Fundación "la Caixa" y Gavi), con una aportación de 8.000 € por segundo año consecutivo, destinada a mejorar el acceso a vacunas en comunidades vulnerables de países en desarrollo.

| DESTINATARIO | MOTIVO | IMPORTE |
|---|---|---|
| **Gavi Alliance - ISGlobal** | **Vacunación infantil** | **8.000€** |
| **Cruz Roja Española** | **Décimos del sorteo de oro** | **30,05€** |
| **Asociación Parkinson Alicante** | **Vectalia – "Bienvenida a la Navidad 2025", proyecto "Accesibilidad y Apoyo a Personas con Parkinson Avanzado y sus familias"** | **1.000€** |
| **APSA** | **Detalles cesta de Navidad** | **2.483,22€** |
| **Parroquia de la Asunción de Nuestra Señora de Gandía** | **Conciertos de la Colegiata** | **3.000€** |
| **Cáritas Diocesana de Orihuela** | **Patrocinio Gala Rotary Club de Elche** | **1.000€** |
| **Fundación Amigos** | **—** | **12.000€** |

| | | |
|---|---|---|
| **Universidad de Navarra** | | |
| **FUNDACIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA PA** | **XI Carrera Cáncer de Páncreas — investigación, Hospital General Universitario Dr. Balmis** | **65€** |
| **TOTAL** | | **27.578,27€** |

**Otras aportaciones sociales**

BENIGAR desarrolla además otras aportaciones sociales y de RSC ya descritas en detalle en el apartado 6 "Compromiso con la sociedad", que **suman aproximadamente 7.000 euros adicionales** (7.058 €) entre las siguientes: el patrocinio de Guerreras de Santa Bárbara para la campaña de cáncer de mama (750 €); el patrocinio de Empresa Activa contra el Cáncer de la AECC 2025 (1.500 €); la aportación de BENIGAR de 2.468 € a la campaña de crowdfunding para los nuevos Talleres CODA —que recaudó un total de 3.700 €—, tras verse afectados por la DANA; y la colaboración con APSA/Limencop en la campaña de regalo a clientes de MINI, con 1.998 unidades entregadas por un valor aproximado de 2.340 € (sin IVA).

Estas acciones reflejan el **compromiso de BENIGAR con la solidaridad** y su papel activo como agente responsable ante situaciones de emergencia climática y social, y con el desarrollo sostenible y el bienestar colectivo.

## 12.3 La gestión de riesgos y oportunidades

Identificar y evaluar adecuadamente los riesgos que pueden afectar al negocio nos permite anticiparnos y convertir las dificultades en oportunidades. Los riesgos que pueden afectar a la consecución de los objetivos de BENIGAR se definen, analizan y priorizan en detalle considerándose su importancia y la probabilidad de que sucedan. A lo largo de este informe se han identificado los riesgos y las medidas preventivas en cada ámbito.

La siguiente tabla resume el conjunto completo de riesgos identificados por BENIGAR y su ubicación en el informe:

| ÁMBITO DE RIESGO | PRINCIPALES RIESGOS IDENTIFICADOS | DESARROLLO DETALLADO |
|---|---|---|
| **Estratégico** | **Entorno sociopolítico, la movilidad como servicio, transformación digital y omnicanalidad, transformación del sector y del parque de vehículos, entrada de nuevos actores, nuevos hábitos de consumo, nuevas regulaciones** | **Apartado 2.5** |
| **Operativo** | **Cadena de suministro y logística, nuevas habilidades digitales, adquisición y fidelización del talento y captación del talento joven** | **Apartado 2.5** |
| **Financiero** | **Financiación, información financiera y de gestión** | **—** |
| **Cumplimiento** | **Cumplimiento normativo** | **Apartado 4.1 (normativa ambiental) y 8 (normativa penal/corrupción)** |
| **Medioambiental** | **Incumplimiento normativo ambiental, exceso de consumo energético y de agua, contribución al cambio climático, exposición a riesgos físicos climáticos, gestión de residuos** | **Apartado 4.1** |
| **Social y de personal** | **Accidentalidad laboral, riesgos psicosociales, atracción y retención de talento, cambios normativos laborales, igualdad y no discriminación, conflictividad laboral, factores externos disruptivos** | **Apartado 5.1** |

| | | |
|---|---|---|
| **Derechos humanos** | **Discriminación y condiciones de empleo en el ámbito laboral y en la cadena de valor** | **Apartado 7** |
| **Corrupción, soborno y blanqueo de capitales** | **Incumplimiento normativo penal, corrupción, soborno, cohecho, blanqueo de capitales** | **Apartado 8** |
| **Estratégico** | **Entorno sociopolítico, la movilidad como servicio, transformación digital y omnicanalidad, transformación del sector y del parque de vehículos, entrada de nuevos actores, nuevos hábitos de consumo, nuevas regulaciones** | **Apartado 2.5** |

Esta visión conjunta se apoya en los resultados del análisis de doble materialidad de 2025 (apartados 3.3 y 3.5), que ha permitido identificar y priorizar los temas materiales de BENIGAR e integrar los riesgos ESG y climáticos en el sistema corporativo de gestión de riesgos (ERM), con el mismo rigor que los riesgos financieros y operativos tradicionales. El análisis ha identificado también desalineaciones relevantes entre perspectivas — como la gestión de recursos hídricos, con impacto ambiental alto pero relevancia financiera percibida baja — que BENIGAR mantiene como áreas de vigilancia activa aunque no hayan alcanzado el umbral pleno de materialidad.

# 13. ÍNDICE DE CONTENIDOS

| Información solicitada por la Ley de Información No Financiera | Vinculación con indicadores GRI | Página informe | Comentarios |
|---|---|---|---|
| | | | |
| Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial, organización y estructura): actividades, marcas, productos y servicios; tamaño de la organización. | GRI 2-1 Detalles Organizativos<br>GRI 2-2 Entidades incluidas en la elaboración de informes de la sostenibilidad de la organización<br>GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales<br>GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición<br>GRI 2-23 Compromisos y políticas | 7-9, 13-14 | |
| Mercados en los que opera: ubicación sede y ubicación operaciones | 2-1 Detalles organizativos<br>2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 8-9 | Actualmente la Corporación Benigar tiene instalaciones en diferentes ubicaciones<br>FERSAN – SAN JUAN: Superficie Construida: 7.000 m2<br>FERSAN – FINESTRAT: Superficie Construida: 5.000 m2<br>FERSAN – VERGEL: Superficie Construida: 1.150 m2<br>FERSAN – GANDÍA: Superficie Total: 4.669 m2<br>FERSAN – ALZIRA: Superficie Total: 3.000 m2<br>FERSAN – DAIMUZ: Superficie Total: 1.022 m2<br>MOVIL BEGAR – ALICANTE; Superficie Construida: 7.340 m2<br>MOVIL BEGAR – PETREL: Superficie Construida: 3.517 m2<br>MOVIL BEGAR – Cocentaina-Alcoy Superficie Construida: 2.852 m2<br>HISPAMOVIL – ELCHE: Superficie Construida: 7.685 m2<br>HISPAMOVIL – TORREVIEJA: Superficie Solar: 2.388 m2 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | **HISPAMOVIL – REDOVAN: Superficie Construida: 2.500 m2**<br>**CORPORACIÓN – HQ: Superficie Construida: 544 m2** |
| **Objetivos y estrategias de la organización** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible** | **20-23** | |
| **Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible** | **15-17, 45, 78; 88** | |
| **Análisis grupos de interés: identificación y canales de comunicación** | **GRI 2-12 Funciones del máximo órgano de gobierno en la gestión de los impactos**<br>**2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad**<br>**2-15 Conflictos de interés**<br>**2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés** | **27-28** | |
| **Estudio de materialidad: metodología y aspectos materiales.** | **GRI 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales**<br>**3-2 Lista de temas materiales**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **27, 29-30** | |
| **Descripción de las políticas que aplica el Grupo respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los** | **GRI 2-23 Compromisos y políticas**<br>**GRI 2-24 Incorporación de** | **108-111** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal** | **los compromisos y políticas** | | |
| **Los resultados de las políticas que aplican al Grupo respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal** | | **66-69** | |
| **Los principales riesgos relacionados con cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno así como relativas al personal, vinculados a las actividades del Grupo** | **GRI 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos 3-3 Gestión de temas materiales** | **66-69; 88** | |
| **Indicadores clave de resultados no financieros** | **GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-7 empleados GRI 2-8 trabajadores que no son empleados** | **14** | |
| **Cuestiones Medioambientales** | | **33-65** | |
| **Principales riesgos ambientales que afectan a la organización relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos. Información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, mediano y largo plazo.** | | **33-34, 132-133** | |
| **Políticas y compromisos. procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado. Los resultados de esas políticas incluyendo indicadores clave de resultados** | | **33-34** | |
| **Información general detallada** | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad** | **3-3 Gestión de temas materiales** | **33-34** | |
| **Procedimientos de evaluación o certificación ambiental** | | **34** | |
| **Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales** | **3-3 Gestión de temas materiales** | **34** | |
| **Aplicación del principio de precaución** | **2-23 Compromisos y políticas** | **34** | |
| **Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales** | **3-3 Gestión de temas materiales** | **34** | |
| **Contaminación** | | | |
| **Descripción de medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de la actividad (Indicar las emisiones distintas a las de $CO_2e$, es decir, contaminación acústica, contaminación lumínica, olores, vibraciones, partículas, NOx, SOx, CO, COV, etc.)** | **3-3 Gestión de temas materiales**<br>**305-7 Óxidos de nitrógeno (Nox), óxidos de azufre (Sox) y otras emisiones al aire significativas** | **33-34, 63-65** | |
| **Economía circular y prevención y gestión de residuos** | | **46-56** | |
| **Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos** | **GRI 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos**<br>**306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con residuos**<br>**306-3 Residuos generados**<br>**306-4 Residuos no destinados a eliminación**<br>**306-5 Residuos destinados a eliminación**<br>**GRI 306-5** | **46-50** | |
| **Acciones para combatir el desperdicio de alimentos** | | **46-54** | **No aplica - generación de residuos alimentarios en nuestras sedes es mínima** |
| **Uso sostenible de los recursos** | | **55-62** | |
| **Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales** | **GRI 303-5 Consumo de agua** | **59** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso** | **GRI 301-1 Materiales usados por peso o volumen**<br>**301-2 Insuos reciclados utilizados**<br>**301-3 Productos y materiales de envasado recuperados** | **35, 55-62** | |
| **Consumo, directo e indirecto, de energía** | **GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización** | **55-58** | |
| **Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética** | **GRI 302-4 Reducción del consumo energético** | **55-58** | |
| **Uso de energías renovables** | **GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización** | **34-35, 56** | |
| **Cambio climático** | | **35-40** | |
| **Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce** | **GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)**<br>**305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)**<br>**305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)** | **35-40** | |
| **Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático** | **3-3 Gestión de temas materiales** | **35-40** | |
| **Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin** | **GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI** | **35-40** | |
| **Protección de la biodiversidad** | | **63-65** | **No aplica – impacto bajo** |
| **Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad** | **GRI 304-3 Hábitats protegidos o restaurados** | **63-65** | **No aplica – impacto bajo** |
| **Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas** | **GRI 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad** | **63-65** | **No aplica – impacto bajo** |
| **Cuestiones sociales y relativas al personal** | | **66-100** | |
| **Principales riesgos que afectan a la organización en materia laboral, de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, de discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal. Explicando los procedimientos utilizados para** | **GRI 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**2-25 Procesos para remediar los impactos negativos** | **66, 76, 79, 108** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **detectarlos y evaluarlos. Información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, mediano y largo plazo** | **3-3 Gestión de temas materiales** | | |
| **Políticas y compromisos. procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado. Los resultados de esas políticas incluyendo indicadores clave de resultados** | **GRI 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible<br>2-23 Compromisos y políticas<br>2-24 Incorporación de los compromisos y políticas<br>3-3 Gestión de temas materiales** | **108-111** | |
| **Empleo** | | **69-92** | |
| **Número de empleados por país** | **2-7 Empleados<br>2-8 Trabajadores que no son empleados** | | **No aplica** |
| **Número total y distribución de empleados por sexo, edad y clasificación profesional** | **2-7 Empleados<br>2-8 Trabajadores que no son empleados** | **93-97** | |
| **Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional** | **2-7 Empleados<br>2-8 Trabajadores que no son empleados** | **93-97** | |
| **Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional** | | **97-99** | |
| **Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor** | **2-19 Políticas de remuneración** | **93-97** | |
| **Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad** | **2-21 Ratio de compensación total anual** | **93-97** | |
| **La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo** | **2-9 Estructura de gobernanza y composición** | **93-97** | **La remuneración de los directivos y directivas se encuentra recogida en el informe de auditoria de cuentas.** |
| **Implantación de políticas de desconexión laboral** | **2-23 Compromisos y políticas** | **82-84** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **2-24 Incorporación de los compromisos y políticas** | | |
| **Empleados con discapacidad** | **GRI 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a los hombres** | **76-78** | |
| **Organización del trabajo** | | **69-92** | |
| **Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.)** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas** | **79-81** | |
| **Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**401-3** | **79-81** | |
| **Número de Horas de absentismo** | **GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral** | **93-97** | |
| **Salud y seguridad** | | **86-92** | |
| **Descripción de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo** | **GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo**<br>**403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes**<br>**403-3 Servicios de salud en el trabajo**<br>**403-4 Participación de trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo**<br>**403-5 Formación a los trabajadores sobre salud y seguridad al trabajo**<br>**403-6 Promoción de la salud de los trabajadores**<br>**GRI 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales** | **86-92** | |
| **Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.** | **GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral**<br>**403-10 Dolencias y enfermedades laborales** | **86-92** | |
| **Relaciones sociales** | | **98-99** | |
| **Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y** | **GRI 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés** | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **consultar al personal y negociar con ellos** | | | |
| **Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo** | **GRI 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo** | **98-99** | |
| **Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país** | **GRI 2-30 Acuerdos de negociación colectiva** | **98-99** | |
| **Formación** | | **82-85** | |
| **Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**404-2 Programas para mejorar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición** | **82-85** | |
| **Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales** | **GRI 404-1 Media de horas de formación al año por empleado** | **82-85** | |
| **Accesibilidad universal de las personas con discapacidad** | | **76-78** | |
| **Accesibilidad universal de las personas con discapacidad** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas** | **76-78** | |
| **Igualdad** | | **76-78** | |
| **Descripción de medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas** | **76-78** | |
| **Descripción de planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **76-78** | |
| **Descripción de la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **76-78, 108-109** | |
| **Respeto a los derechos humanos** | | **108-109** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Principales riesgos que afectan a la organización en materia de derechos humanos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos. Información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, mediano y largo plazo** | **GRI 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos**<br>**2-24- Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**2-25 Procesos para remediar los impactos negativos**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **108-109** | |
| **Políticas y compromisos. procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado. Los resultados de esas políticas incluyendo indicadores clave de resultados** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible**<br>**2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **108-111, 132-133** | |
| **Derechos humanos** | | **108-109** | |
| **Descripción de la aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**412-1, 412-2, 412-3** | **108-109** | |
| **Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos** | **GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas** | **108-109** | |
| **Descripción de las medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.** | **GRI 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo**<br>**408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil**<br>**409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio** | **108-109** | |
| **Lucha contra la corrupción y el soborno** | | **110-111** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos. Información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, mediano y largo plazo** | **GRI 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos**<br>**2-24- Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**2-25 Procesos para remediar los impactos negativos**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **110-111** | |
| **Políticas y compromisos. procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.Los resultados de esas políticas incluyendo indicadores clave de resultados** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible**<br>**2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **110-111** | |
| **Corrupción y soborno** | | **110-111** | |
| **Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno** | **GRI 102-16**<br>**205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción**<br>**205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas** | **110-111** | |
| **Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales** | **GRI 102-16**<br>**205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción** | **110-111** | |
| **Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro** | **2-28 Evaluación de desempeño del máximo órgano de gobierno**<br>**201-1 Valor económico directo generado y distribuido**<br>**415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos** | **127-129** | |
| **Información sobre la sociedad** | | **100-107** | |
| **Principales riesgos que afectan a la organización en materia de compromiso con el desarrollo sostenible, subcontratistas y proveedores, consumidores e información fiscal, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos. Información sobre los impactos** | **2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos**<br>**2-24- Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**2-25 Procesos para remediar los impactos negativos** | **100-129, 132-133** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, mediano y largo plazo** | **3-3 Gestión de temas materiales** | | |
| **Políticas y compromisos. procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.Los resultados de esas políticas incluyendo indicadores clave de resultados** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible**<br>**2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **126-129** | |
| **Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible** | **2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible**<br>**2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas** | **126-129** | |
| **Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local (por ejemplo, gasto en proveedores, gasto en proveedores locales)** | **GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos**<br>**GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo** | **100-107** | |
| **Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio** | **GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo** | **100-107** | |
| **Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos** | **GRI 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés** | **100-107** | |
| **Información sobre las acciones de asociación o patrocinio** | **GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido**<br>**413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo** | **101-108** | |
| **Subcontratación y proveedores** | | **124-125** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales** | **2-23 Compromisos y políticas**<br>**2-24 Incorporación de los compromisos y políticas**<br>**3-3 Gestión de temas materiales** | **124-125** | **Política Calidad BMW** |
| **Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con estos** | **GRI 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales**<br>**GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales** | **124-125** | **Política Calidad BMW** |
| **Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de las mismas** | **GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas**<br>**GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas** | **124-125** | **En este ejercicio no se ha llevado a cabo** |
| **Consumidores** | | **112-123** | |
| **Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores** | **GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios** | **112-123** | |
| **Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas** | **418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente** | **112-123** | |
| **Información fiscal** | | **130-133** | |
| **Los beneficios obtenidos por país** | **GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido** | **130-131** | |
| **Los impuestos sobre beneficios pagados (no devengados)** | **GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido** | **131** | |
| **Las subvenciones públicas recibidas** | **GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno** | **131** | |