



Ciudad de México, a 1 de junio de 2022.

Día Mundial del Medio Ambiente: 5 puntos que hacen la Formula 1 más verde

- En 2019 la Formula 1 dio a conocer su Estrategia de Sustentabilidad con la meta muy clara: llegar a tener una huella de carbono cero en 2030.
- Se espera que con dicha estrategia todos los Grandes Premios sean totalmente sustentables para 2025.

Por más de 70 años la Formula 1 ha sido sinónimo de innovación tecnológica buscando la mayor potencia en el motor, conseguir una aerodinámica que lleve a los monoplazas a mayor velocidad y tener las máquinas más confiables. Sin embargo, hoy en día también se ha vuelto más consciente en reducir el impacto de su huella de carbono.

Afortunadamente, la categoría de autos más importante del mundo ya está enfocada en optimizar los recursos y tecnología disponibles, así como en innovar en cuanto a los procesos logísticos y mecánicos de los vehículos, con el fin de impactar de manera positiva al medio ambiente.

En 2019, la F1 presentó su primera Estrategia de Sustentabilidad, que incluye 5 puntos clave y cuya meta es lograr la neutralidad de carbono en la categoría. En el marco del **Día Mundial del Medio Ambiente** (5 de junio), los recordamos:

1. Motores más eficientes. Con la llegada de la era híbrida (2014) los motores redujeron tamaño y aumentaron eficiencia. Gracias al turbo y al motor eléctrico se requiere menos combustible, y los monoplazas cuentan con los motores de combustión más eficientes y con menos emisión de residuos de la industria automotriz. Una iniciativa que se seguirá desarrollando.

2. Combustible 100% sostenible en 2030. Actualmente la F1 se encuentra en desarrollo de un combustible a partir de residuos biológicos (desechos de basura o biomasa no alimentaria) que en el 2030 cumpla con la meta de cero emisiones netas de carbono.

3. Carreras sustentables en 2025. El nuevo plan de la serie busca que para 2025 todas las ciudades sede de un Gran Premio otorguen carreras 100% sustentables en cada una de las etapas de su organización, y en donde las personas locales se involucren también en las iniciativas.





4. Cultura verde entre los fanáticos. Se promoverá que los aficionados opten por formas más ecológicas de llegar a los circuitos; además de garantizar que las instalaciones mejoren el bienestar de los fanáticos junto con la naturaleza.

5. Huella de Carbono Cero. Para 2030, además de los autos, se espera que la logística de transportación, la fabricación, ingeniería, talleres, oficinas e instalaciones de todos los equipos y comités organizadores de F1 puedan ofrecer una huella de carbono neta igual a cero.

En 2018 se estimaba que las emisiones de CO2 derivadas de la Formula 1 eran de 256,551 toneladas. De ellas, el 45% correspondían a logística de transportación; el 27.7% al transporte aéreo y terrestre, además del alojamiento; el 19.3% a la operación de talleres, fábricas y oficinas; y el 7.3% a las operaciones de transmisión de televisión, carreras de apoyo y hospitalities del fin de semana de las carreras.

El combustible quemado de los 20 monoplazas de los 10 equipos provoca menos del 1% de contaminación, ese es el nivel de eficacia alcanzado.

Para 2030, esas 256,551 toneladas de CO2 deberán reducirse a cero, y el **FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Presentado por Heineken** trabaja de la mano de los organizadores de la máxima categoría para llegar a esa meta en el menor tiempo posible.

#MexicoGP #F1ESTA

www.mexicogp.mx

Para más información, síguenos en nuestras redes sociales:

 [@Mexicogp](https://twitter.com/Mexicogp)

 [Mexicogp](https://www.facebook.com/Mexicogp)

 [MexicoGP](https://www.instagram.com/MexicoGP)

 [MexicoGP](https://www.youtube.com/MexicoGP)

Contactos de prensa:

CIE



INK PR





T. 5201-9000
mxgppress@cie.com.mx

Alejandro Rodríguez
T. 55-5207-3330
arodriguez@inkpr.com.mx

Acerca del FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Presentado por Heineken:

Históricamente premiado como el “Mejor Evento del Año” durante las cinco carreras más recientes, el FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Presentado por Heineken ha demostrado ser mucho más que un evento deportivo, se trata de una incomparable plataforma de promoción que comparte con el mundo las riquezas culturales y turísticas de la Ciudad de México.

Para mayor información del **FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Presentado por Heineken** visita: <http://www.mexicogp.mx/>

Acerca de Formula 1®:

La historia de **Formula 1®** comenzó en 1950 y es la competencia de automovilismo más prestigiosa del mundo, así como la serie deportiva anual más popular del mundo. Formula One World Championship Limited es parte de **Formula 1** y posee los derechos comerciales exclusivos del FIA Formula One World Championship™.

Formula 1 es una subsidiaria de Liberty Media Corporation (NASDAQ: LSXMA, LSXMB, LSXMK, BATRA, BATRK, FWONA, FWONK) atribuida a las acciones del Formula One Group.

El logo de F1 FORMULA 1, FORMULA 1, F1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX, PADDOCK CLUB y las marcas relacionadas son marcas registradas de Formula One Licensing BV, una compañía de Formula 1. Todos los derechos reservados.

Para mayor información acerca de **Formula 1®** visita: www.formula1.com

Acerca de CIE:

Con sus orígenes en 1990, Corporación Interamericana de Entretenimiento (“CIE”) (BMV: CIE) es un destacado participante en la industria del entretenimiento fuera de casa en América Latina y ha contribuido en hacer de México un destino de clase mundial en la materia.

La compañía promueve y comercializa el FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, produce eventos para el sector público y opera el parque de diversiones El Salitre Mágico en Colombia.

A través de su asociación estratégica con Live Nation en OCESA, produce y promociona conciertos, festivales de música, producciones teatrales tipo Broadway y de contenido urbano, eventos deportivos, familiares y corporativos. Representa talento artístico, comercializa derechos y patrocinios publicitarios, opera inmuebles de entretenimiento, el centro de exposiciones, congresos y convenciones Citibanamex, realiza venta de boletos a través de sus plataformas Ticketmaster y Eticket y ofrece servicios digitales de marketing y publicidad.

