

La Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas y BMW Group anuncian a los 10 finalistas del Premio de Innovación Intercultural 2019.

- **La sexta edición recibió más de 1,200 solicitudes procedentes de 128 países en todo el mundo.**
- **Los finalistas provienen de diez diferentes naciones de los cinco continentes.**
- **Con el objetivo de expandir y replicar los proyectos ganadores, los participantes recibirán apoyo en especie durante un año por parte de la UNAOC y BMW Group.**

Madrid, 11 de diciembre de 2019. Diez iniciativas globales han sido nombradas finalistas y ganadoras del prestigioso “Premio de Innovación Intercultural 2019” durante la Ceremonia de Premios en Madrid, España. La asociación entre la Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas (UNAOC, por sus siglas en inglés) y BMW Group tiene como finalidad apoyar iniciativas que promueven el diálogo y el entendimiento intercultural y contribuyen a la paz, la diversidad cultural y la inclusión, a través de este reconocimiento.

La Ceremonia de premiación se llevó a cabo en el Teatro Real y fue presidida por el Alto Representante de la UNAOC y el ex Secretario de Relaciones Exteriores de España, S.E. Miguel Ángel Moratinos y Bill McAndrews, Vicepresidente de Comunicación para los Mercados de BMW Group.

“Ahora que el Premio de Innovación Intercultural concluye su sexta edición, la UNAOC y BMW Group continuarán colaborando para enaltecer el trabajo de personas innovadoras y vanguardistas,” afirmó Miguel Ángel Moratinos durante su discurso de apertura. “En el contexto global que vivimos ahora, marcado por conflictos de naturaleza compleja, las organizaciones de la sociedad civil tienen el poder de influir en el comportamiento de individuos para fomentar los valores de respeto e inclusión y, por consiguiente, tienen una función crucial en la integración de estos valores entre sus comunidades”, recalcó el alto representante de la UNAOC.

“Con el Premio de Innovación Intercultural, celebramos las iniciativas sobresalientes implementadas por personas extraordinarias, quienes trabajan para cerrar la brecha de las divisiones interculturales de manera innovadora y con un gran impacto. En BMW Group, creemos que la diversidad no únicamente mejora nuestra compañía, sino que es la base en la que se desarrolla nuestro éxito. Es por esto que, estamos orgullosos de la estrecha asociación que hemos logrado con la UNAOC. Esta colaboración y el Premio de Innovación Intercultural nos permiten reconocer algunos de los trabajos interculturales más notables que se están llevando a cabo en todo el mundo”, afirmó Bill McAndrews.

Este año, el proceso de selección fue altamente competitivo, con más de 1,200 solicitudes de alrededor de 128 países. El primer lugar fue para “Milenial Islami”, un proyecto de la Fundación Indika, en Indonesia. El proyecto incluye a líderes de varias religiones en conversaciones con el público, tanto online como offline, donde la idea es promover el diálogo interreligioso y la coexistencia pacífica. Además de una ayuda económica, los ganadores del Premio de Innovación Intercultural se beneficiarán del desarrollo de las capacidades y del apoyo de tutoría

de la UNAOC y de BMW Group para ayudar a que sus proyectos puedan expandirse y sean replicados en otros contextos. Los participantes estarán invitados a unirse a la red de “Líderes Interculturales”, una plataforma de intercambio de habilidades y conocimiento para organizaciones de la sociedad civil y líderes jóvenes.

Entre los finalistas y ganadores están los siguientes proyectos:

180° Wende - 180° Wende (Alemania) conecta a la comunidad de jóvenes con el objetivo de apoyar a sus pares en desventaja y facultarlos para reclamar sus propias vidas reconquistando su ambiente social. 180° Wende trabaja en barrios abandonados, prisiones y escuelas para proporcionar asistencia rápida e informal a los jóvenes y a sus familiares. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/180-turn/>

Proyecto de Reintegración de Niños Soldados – Grupo de Reconciliación de Base (Uganda). El proyecto de “Reintegración de Niños Soldados” ayuda a niños que anteriormente eran soldados a reincorporarse en las comunidades afectadas por la guerra en el norte de Uganda. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/child-soldier-reintegration-project/>

E4D Empresarios para la Diversidad (España) – Ventana a la Diversidad (España). El proyecto “E4D Empresarios para la Diversidad” empodera a empresarios jóvenes y creadores provenientes de comunidades marginadas en la región Iberoamericana para desarrollar ideas innovadoras que puedan superar barreras, promoviendo a su vez, una cultura de paz, y transformando sus comunidades. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/e4d-entrepreneurs-for-diversity/>

Educación Intercultural Incluyente para Cohesión Social – Colegio Kachinland (Myanmar). El proyecto “Educación Intercultural Incluyente para Cohesión Social” empodera y equipa a líderes jóvenes de diferentes orígenes étnicos, lingüísticos, y religiosos en el norte de Myanmar para que puedan convertirse en facilitadores en el diálogo intercultural, tanto online como offline. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/inclusive-intercultural-education-for-social-cohesion/>

La Vida en la Lírica: Cerrando la Brecha de la División Cultural Mediante Canciones – Darkspark (Canadá). El proyecto “La Vida en la Lírica” invita a los jóvenes a crear canciones pop y campañas digitales con un propósito social, alentándolos a dar sus voces al cambio que quieren ver en el mundo. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/life-into-lyrics-bridging-cultural-divides-through-song/>

MinorMatters: Retroceder; Reconstruir – El Fondo de Desarrollo de la Alianza (Sri Lanka). El proyecto “MinorMatters: Retroceder, Reconstruir” es una plataforma basada en la web con recursos para equipar y empoderar a ciudadanos, especialmente a los jóvenes, con el fin de promover la libertad y la coexistencia religiosa en Sri Lanka. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/minormatters-rewind-rebuild/>

Escuelas de Paz – Museo de la Palabra y la Imagen (El Salvador). El proyecto “Escuelas de Paz” ofrece una gran variedad de talleres para personas jóvenes,

desde música y teatro, hasta fotografía y producción audiovisual, con el objetivo de promover el liderazgo joven y la ciudadanía responsable fomentando una cultura de paz mediante las artes y la cultura. El proyecto también está dirigido a profesores enseñándoles acerca de la prevención de la violencia en las escuelas. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/schools-of-peace/>

Hermanidad de Salaam Shalom, Expansión de Capítulo – Hermanidad de Salaam Shalom (Estados Unidos). La Hermanidad de Salaam Shalom es una organización comunitaria Musulmana-Judía en Norteamérica que ayuda a mujeres -de cualquier edad- para desarrollar relaciones obteniendo habilidades que les permitan reaccionar de manera rápida a incidentes dentro de sus comunidades, y puedan unirse a la lucha contra el odio. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/sisterhood-of-salaam-shalom-chapter-expansion/>

Mujeres como Campeonas de Paz – Asociación para los Derechos de las Mujeres (Pakistán). El proyecto “Mujeres como Campeonas de Paz” incluye a grupos de mujeres marginadas a fin de disminuir la brecha en el proceso de toma de decisiones e incrementar la colaboración entre diferentes comunidades. Este proyecto proporciona una plataforma para el diálogo acerca de la paz y tiene como objetivo fomentar la tolerancia entre agrupaciones a través de la contribución de las mujeres. Más información en: <https://interculturalinnovation.org/women-as-peace-champions/>

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2018, el Grupo BMW vendió más de 2 millones 490 mil vehículos y más de 165 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2017 fue de aproximadamente 9 mil 815 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 97 mil 480 millones de euros. El 31 de diciembre de 2018, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 134,682 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación



que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Édgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gómora	tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graeber	christine.graeber@bmwgroup.com
Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
----------------	--

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo	aolmedo@jeffreygroup.com
Vanessa Angulo	vangulo@jeffreygroup.com
Antonio Domínguez	adominguez@jeffreygroup.com
Ángela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Guillermo García	ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez	dmendez@jeffreygroup.com
Marisol Borbolla	mborbolla@jeffreygroup.com
Arturo Tobias	atobias@jeffreygroup.com
Zaira Nolasco	znolasco@jeffreygroup.com

www.press.bmwgroup.com/mx.html