

BMW Group está comprometido con mejorar la educación en todo el mundo: “piensa de manera global, actúa de manera local”.

- Para conmemorar el Día Internacional de la Educación el 24 de enero de 2020, proclamado por la Organización de las Naciones Unidas, BMW Group anunció que apoyará a un millón de niños y jóvenes de todo el mundo mediante programas y proyectos educativos especializados para el año 2025.
- Alineados a su lema “Piensa de manera global, actúa de manera local”, BMW Group está aprovechando la proximidad de sus plantas con las comunidades donde se ubican para desarrollar soluciones sustentables que promuevan oportunidades iguales junto con socios locales.
- BMW Group ya está desarrollando planes educativos de gran impacto para proporcionar a la juventud una oportunidad en el mercado laboral y ofrecerles mejores perspectivas para la vida.

Múnich, 24 de enero de 2020. De acuerdo con información de la UNESCO, más de 260 millones de niños de todo el mundo continúan sin acceso a la educación; muchos nunca han asistido a la escuela. Como resultado, estos niños y jóvenes no tienen perspectivas para el futuro ni oportunidades de una vida mejor. Consciente de su función en la sociedad, BMW Group se ha fijado el objetivo de apoyar a un millón de niños y adolescentes mediante proyectos educativos especializados para el año 2025.

“La educación es el motor que impulsa a nuestra sociedad y genera la economía para el futuro,” afirmó Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Recursos Humanos. Por consiguiente, la compañía ha desarrollado proyectos educativos de gran impacto en todo el mundo durante muchos años para proporcionar a la juventud una oportunidad en el mercado laboral y ofrecerles mejores perspectivas para la vida. BMW Group ya apoya a cerca de 400,000 niños a través de proyectos desde sus oficinas de Alemania e internacionales.

BMW Group cuenta con el apoyo de fuertes socios locales.

“Para nosotros es importante que el compromiso de la empresa tenga verdaderamente un impacto. En las oficinas internacionales, nos concentramos en iniciativas en las que podemos aprovechar nuestros conocimientos especializados para lograr el mayor impacto a largo plazo y aplicar la experiencia de los colaboradores en BMW Group, así como los recursos financieros,” explica Horstmeier.

Alineados a su lema “Piensa de manera global, actúa de manera local”, BMW Group está aprovechando la proximidad de sus plantas con las comunidades donde están establecidas para desarrollar soluciones sustentables que promuevan oportunidades iguales junto con socios locales.

Con conocimiento y compromiso.

Con el apoyo de sus empleados, BMW Group participa en foros independientes no escolares que se enfocan en encausar la educación en temas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, y ayudar a los jóvenes a descubrir las ciencias para emprender una carrera prometedora.

En este [link](#) se puede encontrar un breve video publicado por BMW Group relacionado con el Día Internacional de la Educación; presentado por Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración responsable de Recursos Humanos. Más información acerca del compromiso de BMW Group con la sociedad se puede encontrar en el sitio web <https://www.bmwgroup.com/en/responsibility/corporate-citizenship.html> así como a través de las siguientes redes sociales:

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2 millones 520 mil vehículos y más de 175 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. Al 31 de diciembre de 2018, BMW Group 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>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

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 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, 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, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 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 Arreguin	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva	tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo	aolmedo@jeffreygroup.com
Vanessa Angulo	vangulo@jeffreygroup.com
Antonio Domínguez	adominguez@jeffreygroup.com
Angela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Federico Martínez	fmartinez@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

BMW Group pressclub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/