

BMW Group, Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones y Accenture organizan el primer taller de **"desarrollo de habilidades"** para las organizaciones participantes del Centro de Innovación Intercultural 2023.

- El Centro de Innovación Intercultural (IIH) es una cooperación a largo plazo entre UNAOC, BMW Group y Accenture, el cual tiene el objetivo reconocer y fortalecer proyectos comunitarios innovadores que promueven el diálogo intercultural y el entendimiento mutuo en diferentes países.
- En mayo se realizó la ceremonia del **"Premio IIH 2023"** y 10 proyectos comunitarios internacionales fueron galardonados por su compromiso. Entre los proyectos ganadores, 4 son de Latinoamérica.
- Durante 2023, además del premio económico, se les brindará asesoría para fortalecer sus proyectos. El taller de **"desarrollo de habilidades"** es parte de este apoyo integral y se enfocó en temas de estrategia de desarrollo organizacional, escalamiento sostenible de proyectos, así como presentaciones y narraciones efectivas.

Múnich, Alemania. 1° de noviembre de 2023. BMW Group, Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones (UNAOC) y Accenture organizan el primer taller de **"desarrollo de habilidades"**, en Múnich – Alemania, para las 10 organizaciones participantes del **"Centro de Innovación Intercultural 2023"** (IIH 2023) que fueron elegidas este año; entre la cuales 4 son de Latinoamérica. Durante 2023, además del premio económico, a estas organizaciones se les brindará asesoría para fortalecer sus proyectos y este taller es parte de este apoyo integral; el cual se enfocó en temas de estrategia de desarrollo organizacional, escalamiento sostenible de proyectos, así como presentaciones y narraciones efectivas.

El IIH es una cooperación a largo plazo entre UNAOC y BMW Group, con el apoyo de Accenture. Tiene el objetivo de reconocer y fortalecer los proyectos comunitarios innovadores que promueven el diálogo intercultural y el entendimiento mutuo; contribuyendo así para promover la paz, la diversidad cultural y una comunidad internacional inclusiva. En mayo se realizó la ceremonia del **"Premio IIH 2023"** y 10 proyectos comunitarios internacionales fueron premiados por su compromiso, entre los cuales 4 son de Latinoamérica: la organización voluntaria y sin fines de lucro **"Mais Diferenças"**, una iniciativa de Brasil; la organización voluntaria y sin fines de lucro **"Fundación Barranquilla+20"**, una iniciativa de Colombia; la organización voluntaria y sin fines de lucro **"Fundación Ixcanul"**, una iniciativa de Guatemala; y la organización voluntaria y sin fines de lucro **"Programa Adopte un Talento"** (PAUTA), una iniciativa de México.

A las organizaciones seleccionadas para participar en el **"IIH 2023"**, además del premio económico, se les brinda un paquete de apoyo integral, hecho a medida y de un año de duración. A los ganadores se les han brindado una serie de seminarios web y clases magistrales implementados en colaboración con Accenture y el grupo de expertos del IIH. Entre los cuales se encuentra el taller de **"desarrollo de habilidades"**.

Al taller de "desarrollo de habilidades" asistieron representantes de las organizaciones ganadoras del "IIH 2023" que provienen de los siguientes países: Australia, Brasil, Colombia, Alemania, Guatemala, Indonesia, Israel, Jordania, México y Sudáfrica. Ellos participaron en sesiones de capacitación en la sede de BMW Group y en las oficinas de Accenture, cuyo objetivo fue reforzar las habilidades de las organizaciones receptoras y mejorar el impacto a largo plazo de sus proyectos; permitiéndoles expandirse de manera sostenible y replicar sus iniciativas en otros contextos.

Durante los días de taller en BMW Group, presentaciones inspiradoras se alternaron con formatos de intercambio enriquecedores basados en el principio de aprender unos de otros. Además, los representantes recibieron información sobre la trayectoria personal de Steffi Biester, fundadora de KICKFAIR e.V. y uno de los primeros beneficiarios en 2011, quien dirigió uno de los días del taller.

El "Centro de Innovación Intercultural" (IIH): conectar - empoderar - elevar.

Como empresa con una fuerza laboral multinacional de 110 países en los cinco continentes, BMW Group está comprometido con una sociedad abierta y diversa y con la igualdad de oportunidades sociales. El IIH es un ejemplo de ello. En asociación la UNAOC y con el apoyo de Accenture, BMW Group ha estado honrando proyectos comunitarios innovadores desde 2011 que promueven el diálogo intercultural y el entendimiento mutuo, contribuyendo así a la paz y la diversidad cultural. Los socios movilizan conjuntamente sus recursos, tiempo y redes para apoyar a los beneficiarios del IIH. Dado que todos aportan su conocimiento único para garantizar el éxito a largo plazo de cada proyecto, esta colaboración del sector público-privado ha demostrado lograr un mayor impacto.

Para obtener más información sobre el Centro de Innovación Intercultural, visite www.interculturalinnovation.org

Acerca de Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones (UNAOC)

Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones (UNAOC) es una entidad de la Organización de las Naciones Unidas que construye puentes entre sociedades, promueve el diálogo y el entendimiento, y busca forjar la voluntad política colectiva que se requiere para lograr estas tareas. UNAOC trabaja como coordinadora y facilitadora para unir a todos los sectores de la sociedad para fortalecer el diálogo intercultural e interreligioso para disminuir la hostilidad, y promover el respeto mutuo y la armonía entre las diferentes personas y culturas del mundo.

Siendo una iniciativa especial del Secretario General, UNAOC fue establecida en 2005, en la iniciativa de los Gobiernos de España y Turquía, bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas. En enero de 2019, S.E. el Sr. Miguel Ángel Moratinos asumió el cargo de Subsecretario General y Alto Representante de UNAOC, sucediendo a S.E. el Sr. Nassir Abdulaziz Al-Nasser, quien sucedió a S.E. el Sr. Jorge Sampaio.

Las actividades de UNAOC se estructuran en torno a los cinco pilares de Educación, Juventud, Migración, Medios, y Mujeres como mediadores de la paz en marcos basados en la identidad.

UNAOC mantiene una red global de socios, incluyendo estados, organizaciones internacionales y regionales, grupos sociales civiles, fundaciones, y el sector privado, para mejorar las relaciones interculturales entre diversas naciones y comunidades.

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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones de vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual periodo con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1^a instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp.inkpr.com.mx

BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@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/

www.press.bmwgroup.com/brazil/