

BMW Group y UNICEF anuncian su asociación global a largo plazo bajo el lema: "PUENTE. Educar a los jóvenes para el mañana, hoy".

- La colaboración inicial será de 7 años y ayudará a brindar a los jóvenes habilidades y conocimientos en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas para tener éxito en su futuro dentro del mundo laboral.
- Este proyecto considera niños y jóvenes de algunos países de África, Asia y Latinoamérica.

Múnich / Nueva York. 21 de noviembre de 2023. BMW Group y UNICEF anuncian su asociación a largo plazo bajo el lema "PUENTE (BRIDGE). Educar a los jóvenes para el mañana, hoy". La asociación contribuirá al objetivo global de UNICEF de llegar a 10 millones de niños y jóvenes cada año a través de la educación. El apoyo a largo plazo de BMW Group, con un compromiso inicial de siete años, ayudará a brindar educación en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM) y desarrollo de habilidades a niños y jóvenes en algunos países de África, Asia y Latinoamérica.

Los empleos relacionados con matemáticas (STEM) son el motor del crecimiento económico global; sin embargo, se prevé que millones de estos empleos queden sin cubrir debido a una brecha en las habilidades. El problema es más grave en los países de ingresos bajos y medios y mucho más frecuente entre las niñas y las mujeres. Hoy en día las mujeres constituyen una minoría tanto en la educación como en las carreras STEM, representan sólo el 28% de los graduados en ingeniería, el 22% de los trabajadores de inteligencia artificial y menos de un tercio de los colaboradores del sector tecnológico a nivel mundial.

"Los jóvenes de todo el mundo tienen el poder y la creatividad para influir positivamente en las sociedades", afirma Georg Graf Waldersee, Presidente de la Junta Directiva de UNICEF Alemania. "Necesitamos empoderarlos y apoyarlos para que puedan convertirse en los innovadores y creadores de cambios del mañana. Porque la transformación sustentable y el camino hacia un mundo más justo y seguro comienzan donde las mentes jóvenes se reúnen y descubren su potencial: en las aulas o en los laboratorios. Estamos orgullosos y agradecidos de que BMW Group nos acompañe y apoye en este viaje como un socio fuerte del sector privado".

"En BMW Group creemos que la educación es el motor que impulsa el desarrollo de nuestra sociedad", afirma Ilka Horstmeier, Miembro del Consejo de Administración de BMW AG, para Recursos Humanos, Instalaciones y Relaciones Laborales. "Con UNICEF tenemos a nuestro lado un socio con quien compartimos esta opinión. Por lo tanto, estoy más que encantado de que a partir de ahora unamos fuerzas con nuestra colaboración global a largo plazo. Juntos cerraremos la brecha entre la educación y la vida laboral y permitiremos la transferencia de conocimientos".

Ilka Horstmeier continúa: "Con nuestra fuerza laboral multinacional en los cinco continentes, nos consideramos un verdadero ciudadano corporativo. Para nosotros no sólo es importante

participar a nivel global, sino también a nivel local. Por eso, junto con UNICEF, participamos en las instalaciones de BMW Group en todo el mundo. Además, es fantástico que podamos brindarle a nuestra diversa red de partes interesadas la oportunidad de involucrarse y participar en la asociación para garantizar la educación básica para los niños en situaciones de crisis”.

Tras el lanzamiento de la colaboración entre BMW Group y UNICEF en Sudáfrica en 2023, la asociación se ampliará en 2024 a Brasil, China, India, México y Tailandia, todos los cuales tienen necesidades programáticas y cuentan con presencia de BMW Group. La colaboración apoyará programas que van desde el suministro de equipos de laboratorio hasta el desarrollo de un plan de estudios de formación docente personalizado, y desde tutorías hasta observación laboral. Teniendo esto en cuenta, BMW Group no sólo proporciona un apoyo financiero de dos millones de euros cada año hasta 2030, sino que también aporta su propia experiencia y su red.

Además, en 2024, BMW Group unirá fuerzas con su red global de afiliados y con la participación de los interesados para recaudar fondos para apoyar el trabajo de UNICEF en emergencias y crisis prolongadas, garantizando así la continuidad del aprendizaje de los niños en entornos seguros.

Bibliografía sugerida:

- [The U.S. Needs to Prepare Workers for STEM Jobs](#)
- [Power on: How we can supercharge an equitable digital future](#)

Para mayor información acerca de este proyecto contactar:

BMW Group Corporate Communications

Milena Pighi

Spokesperson Corporate Citizenship

Email: milena.pa.pighi@bmw.de

Teléfono: +49-89-382-66563

Bernd Eckstein

Head of Communications Human Resources, Working Environment, Real Estate, Corporate Citizenship

Email: bernd.eckstein@bmw.de

Telephone: +49-89-382-59490

UNICEF

Laila Ali

UNICEF Geneva

laali@unicef.org

Teléfono: + 41 76 784 65 32

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 período 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 1ª 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/