

Máximo rendimiento a través de la formación y el trabajo en equipo

- La "Academia de Socios" de BMW Group: las capacidades son la clave para la calidad premium en la colaboración con los proveedores.
- El aprendizaje continuo conduce al máximo rendimiento juntos.
- "Mejor juntos", la receta del éxito del campeón de Superbike Toprak Razgatlioglu.

Múnich. El éxito es trabajo en equipo, algo que se aplica a BMW Group en su estrecha colaboración tanto con sus socios externos como a los atletas exitosos. La formación continua, la optimización constante y la voluntad de desarrollarse son esenciales en ambos mundos. Con la "Academia de Socios" (Partner Academy su nombre en inglés), el Grupo se centra precisamente en eso. Las capacidades y la educación continua son las claves para lograr un rendimiento óptimo junto con sus socios y proveedores para asegurar el éxito a largo plazo.

El campeón mundial de Superbike y piloto de fábrica de BMW Motorrad, Toprak Razgatlioglu, sabe que el desarrollo continuo y la colaboración llevan la calidad a un nivel superior. Se ha beneficiado de un entrenamiento específico y de un equipo sólido en su camino hacia la cima de su deporte, mientras que BMW Group también confía en una colaboración perfecta con excelentes socios.

Toprak Razgatlioglu: el título mundial, un proyecto conjunto

"Todo es trabajo en equipo", explicó Razgatlioglu cuando se le preguntó sobre el secreto de su éxito en el Campeonato Mundial de Superbike 2024. "Trabajar duro en la pista de carreras todos los días no es suficiente para ganar, pero si tu equipo trabaja duro todos los días, este es el paquete perfecto. Sólo entonces podemos llegar a la cima, como una unidad".

Este principio también se aplica a BMW Group y a su red global de proveedores. Con la Academia de Socios, la empresa promueve específicamente las capacitaciones entre sus proveedores para garantizar conjuntamente altos estándares de calidad e impulsar la innovación hacia adelante.

Academia de Socios: Máximo rendimiento a través de las capacidades

La Academia de Socios es la plataforma central de capacidades para los proveedores y socios de todo el mundo del Grupo. Ofrece formación específica de BMW para garantizar los más altos estándares y satisfacer las crecientes demandas de un mercado dinámico.

Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, responsable de Recursos Humanos y Bienes Inmuebles, enfatizó: "Un entendimiento común es crucial para una colaboración exitosa entre nosotros y nuestros socios. Nuestra Academia de Socios es más que una plataforma, proporciona a nuestros socios el conocimiento, las habilidades y los recursos que necesitan para dar forma al futuro de la movilidad junto a nosotros".

Dr. Joachim Post, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, responsable por Compras y Red de Proveedores, agregó: "La calidad es una actitud que nos acompaña todos los días. Con la Neue Klasse, estamos elevando los parámetros, para nosotros y para nuestra red de

proveedores. Es solo a través de una excelente colaboración y una formación continua que podemos asegurar que se mantengan nuestros estándares de calidad premium a lo largo de toda la cadena de valor".

"Mejor juntos" - para un máximo rendimiento en ambos lados

El lema de la Academia de Socios lo dice todo: "Mejor juntos". Un equipo que se desarrolla continuamente y adquiere nuevos conocimientos trabaja de manera más eficiente, eleva los niveles de calidad y sienta las bases del éxito y el crecimiento. Toprak Razgatlioglu concluyó: "No lo hice solo, eso es trabajo en equipo".

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,9104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>

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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado 42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y 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. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, 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 manufactura 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.