

BMW amplía su colaboración con el tenista Carlos Alcaraz.

- La asociación con el número 1 del mundo subraya el compromiso de la marca BMW con el tenis.
- Alcaraz: "Estoy encantado de seguir formando parte de la familia BMW".
- Carlos Alcaraz representa a una generación de jóvenes que ponen dedicación, esfuerzo, humildad y confianza para conseguir sus logros

El tenis es un pilar fundamental del compromiso deportivo internacional de la marca BMW desde hace casi 40 años. Parte de este compromiso es la colaboración con Carlos Alcaraz, tenista profesional y número 1 del mundo cuya colaboración con la marca comenzó en 2022 y ahora, se extiende en el largo plazo.

"El tenis desempeña un papel fundamental en nuestra cartera de patrocinios", afirma Uwe Dreher, vicepresidente de marketing de BMW Europa. "Estamos encantados de continuar nuestro viaje con Carlos Alcaraz. Su pasión por el deporte y su búsqueda de la excelencia están en consonancia con los valores de nuestra marca. Juntos crearemos momentos inolvidables que celebrarán el deporte del tenis y reforzarán el vínculo con nuestros clientes".

A principios de septiembre, Carlos Alcaraz ganó el US Open, recuperando así su número 1 mundial, que consiguió por primera vez en 2022 como el tenista más joven de la historia. El seis veces campeón de Grand Slam, que a sus 22 años ya es una de las personalidades definitorias del ATP Tour, afirma: "Estoy encantado de seguir formando parte de la familia BMW, cuyos valores siempre han resonado profundamente con los míos. Estoy agradecido a BMW por el apoyo que recibí incluso antes de ganar mi primer Grand Slam y espero que podamos disfrutar de muchos más éxitos juntos".

La relación con el deportista comenzó en un momento temprano de su carrera deportiva. En 2022, con tan sólo 19 años, Carlos Alcaraz no sólo representaba a España en el terreno deportivo, sino que además de ser número 1 en el tenis mundial, Carlos representa a una generación de jóvenes que ponen dedicación, esfuerzo, humildad y confianza para conseguir sus logros. Así lo ha demostrado en varias ocasiones como en la que fue embajador de una conversación inspiradora ante los medios de comunicación no como deportista sino como referente para los jóvenes de la compañía, compartiendo su experiencia de disciplina, trabajo bajo presión y de superación en los momentos difíciles.

BMW y la implicación con el tenis

La implicación de BMW en el tenis se remonta a 1987, cuando la empresa colaboró por primera vez con el BMW Open en su ciudad natal, Múnich (Alemania). Este año, el 38º año de esta colaboración, el histórico torneo tuvo su estreno como evento ATP 500. BMW también colabora con los torneos ATP Masters 1000 de Indian Wells (EE.UU.) y Roma (ITA), así como con el ATP 500 indoor de Viena (AUT).

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.](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 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 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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arrequin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-qgregorio@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/