

UNICEF y BMW Group impulsan la educación STEAM en Brasil y México: dos años de la iniciativa "BRIDGE. Educar a la juventud del mañana, hoy".

- En Brasil, 6.736 estudiantes beneficiados de manera presencial y 15,667 jóvenes beneficiados mediante un programa en línea, en 2025; 475 educadores capacitados.
- No México, desde 2024, mais de 19.825 estudantes foram beneficiados por programas de educação STEM. Foram capacitados 1.345 professores e 443 escolas foram impactadas com ecossistemas STEM, contando com mais de 115 parceiros atuando de forma conjunta nessa agenda.
- Más de 330,000 niñas, niños y jóvenes beneficiados directamente en dos años, en cinco países.

Ciudad de México. 27 de enero de 2026. A dos años del lanzamiento de la iniciativa global "BRIDGE" bajo el lema "Educar a la juventud del mañana, hoy", las iniciativas de UNICEF apoyadas BMW Group muestran resultados tangibles. En Brasil y México se han fortalecido esquemas educativos STEAM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas por sus siglas en inglés) que incluyen la capacitación de docentes, equipamiento de cientos de escuelas y creación de oportunidades de aprendizaje inclusivo a comunidades que antes tenían escaso acceso a formación técnica.

Los programas liderados por UNICEF demuestran cómo las inversiones dirigidas a educación STEAM inclusiva y de calidad, generan resultados relevantes: "Nuestra alianza con UNICEF es una prueba contundente de lo que puede lograrse cuando dos socios fuertes unen esfuerzos. En un mundo cada vez más complejo, nadie puede impulsar el cambio de manera individual: la única forma de generar un impacto real es trabajando juntos. Nuestra colaboración brinda a niñas, niños y jóvenes de todo el mundo una oportunidad genuina de acceder a la educación y, con ello, a un futuro mejor. Al centrarnos en las disciplinas STEAM, estamos fomentando de manera específica las habilidades esenciales del mañana y construyendo puentes hacia un desarrollo autodeterminado", destaca Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, responsable de Recursos Humanos e Instalaciones.

Logros destacados en Brasil:

Luego de una fase de planeación llevada a cabo en 2024, en 2025 se implementaron diferentes acciones en los estados de Amazonas, Maranhão y São Paulo. El programa busca beneficiar a largo plazo, a 3,000 adolescentes de forma directa e impactar a través de cursos en línea a 30,000 personas.

En 2025 se obtuvieron los siguientes logros:

- 6,736 estudiantes alcanzados directamente en las redes de educación públicas de los tres estados.

- 15,667 adolescentes y jóvenes beneficiados en línea, por su participación en cursos STEAM a través de la plataforma 1MiO.
- 172 escuelas recibieron formación y/o kits tecnológicos que les permitieron aprender y adoptar metodologías STEAM.
- UNICEF desarrolló e impartió cursos en línea y presenciales, capacitando a 475 educadores durante el año.
- Cerca de noventa adolescentes visitaron la planta de BMW Group en Manaus, integrando esta experiencia práctica al proyecto "Seiva.Dados", que forma parte de la iniciativa Inova STEAM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas) de UNICEF.
- BMW Group recibió en la Academia BMW Group Brasil SENAI-SP a estudiantes de tercer año de secundaria para que pudieran conocer conceptos de electromovilidad, tecnologías exclusivas de la marca, así como oportunidades de formación y trabajo en el sector automotriz.

Principales logros en México:

Desde 2024 en México, la alianza entre BMW Group y UNICEF, ha generado un impacto positivo en la educación STEM con enfoque de género, poniendo énfasis en impulsar las trayectorias educativas de niñas y mujeres en seis estados del país: Baja California, Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León y San Luis Potosí. Dentro de los logros se destacan:

- 19,825 estudiantes han sido beneficiados directamente y 1,345 docentes fueron capacitados con programas de educación STEM (para educación básica) y orientación vocacional (para educación media superior); ambas formaciones con perspectiva de género.
- Se ha impactado directamente a 443 escuelas y se han conformado 4 ecosistemas y comunidades de práctica STEM en Baja California, Ciudad de México, Nuevo León y Chihuahua que reúnen a 115 aliados trabajando en conjunto en mejorar la participación e inclusión de niñas y adolescentes en disciplinas STEM.
- UNICEF busca fortalecer las alianzas entre gobierno, academia, sociedad civil y sector privado, con el objetivo de desarrollar políticas y estrategias que eliminen las barreras que dificultan la equidad en los sectores STEM. Para ello, se realizó un estudio CAP (Conocimientos, Actitudes y Prácticas por sus siglas en inglés) para identificar los obstáculos que limitan la participación de las niñas y adolescentes en STEM y ayudar al desarrollo de políticas efectivas, mismo que será presentado en 2026.
- En la Ciudad de México, el ecosistema STEM co-lideró junto con autoridades federales y aliados de sector público y privado un espacio de diálogo político de alto nivel sobre igualdad de género en STEM "Construyendo puentes hacia las STEAM con igualdad de género: una propuesta a la acción". Cuyas recomendaciones se plasmarán en un informe de política asociado que se presentará en 2026, con el objetivo de promover la inclusión de la perspectiva de género en las políticas públicas y presupuestos educativos desde un enfoque sistémico.

- Finalmente, se llevaron a cabo activaciones para favorecer el cambio de comportamiento y sensibilizar sobre estos temas como: Futuras STEM Ciudad de México (donde participaron 641 docentes y cuidadores, 1,109 niños, niñas y adolescentes (de los cuales 887 fueron niñas); las Olimpiadas STEM en Nuevo León donde participaron 1,846 estudiantes (de los cuales 1,006 fueron niñas) y 523 docentes y 158 escuelas. Y Futuras STEM en Ciudad Juárez donde se impactó directamente a 852 niñas y adolescentes de primaria a bachillerato, de 22 escuelas públicas; así como a madres, padres y 79 docentes.

Alcance global y continuidad

Desde su lanzamiento en el Día Internacional de la Educación en 2024 (24 de enero), UNICEF y BMW Group han llegado directamente a más de 330,000 niñas, niños y jóvenes con ofertas educativas STEM. Alrededor de 2.7 millones de niñas, niños y adolescentes se han beneficiado de forma indirecta mediante mejoras en oportunidades de aprendizaje y cambios integrales en los sistemas educativos. BRIDGE opera actualmente en Brasil, India, México, Sudáfrica y Tailandia, y, conforme lo anunciado en 2024, la alianza continuará en el largo plazo, al menos hasta 2030.

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 1,599,104 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.

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

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.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

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/