

Comunicado de prensa
17 de octubre de 2025

BMW Group España celebra el cierre de la segunda edición de "Generación arte", el programa que impulsa la música con propósito

Madrid. BMW Group España acogió ayer en su sede de Madrid la jornada de cierre de la segunda edición de "Generación arte", el programa de la **Fundación Princesa de Girona** que promueve la música como herramienta de bienestar emocional y salud mental entre los jóvenes.

Durante la mañana, más de veinte jóvenes artistas que integran esta segunda promoción se reunieron para vivir una jornada de inspiración, crecimiento y creatividad que culminó con la grabación e interpretación en primicia del himno de la edición: **"Cántale al miedo"**, una composición coral creada junto al productor musical **Alejandro Abad**.

La cita contó con la participación del deportista **Alex Roca**, quien compartió su historia de superación y su visión sobre la importancia del esfuerzo, la resiliencia y la confianza en uno mismo. Su testimonio motivador sirvió de punto de partida para una jornada que combinó música, emoción y reflexión en torno a los valores que inspiran el programa.

"Apadrinar a los chicos de la segunda edición de "Generación arte" de la Fundación Princesa de Girona ha sido mucho más que un compromiso institucional: ha sido una experiencia profundamente humana", afirmó **Manuel Terroba**, presidente ejecutivo de **BMW Group España y Portugal**. "Acompañar a estos jóvenes en su crecimiento artístico y personal nos ha recordado que el talento necesita apoyo, escucha y propósito. En BMW Group España creemos que el arte tiene el poder de transformar y de conectar a las personas con lo mejor de sí mismas".

Por su parte, **Sandra Camós**, directora de programas educativos de la Fundación Princesa de Girona, destacó que "valoramos muy positivamente esta segunda edición del programa "Generación arte", que pone el foco en el desarrollo profesional y personal de cantautores emergentes. Un espacio de seis meses donde han podido crecer como comunidad de artistas, desarrollarse en habilidades clave como pueden ser la creatividad, la oratoria, el trabajo en equipo, la inteligencia artificial y todo lo que tiene que ver con el cuidado de su bienestar emocional. Además, han tenido el reto de componer y crear juntos una canción que

pueda inspirar a infinidad de jóvenes en toda España, relacionada con el bienestar emocional”.

Una jornada para celebrar talento, inspiración y propósito

La sede de BMW Group España se convirtió en un espacio de encuentro para estos jóvenes artistas, que a lo largo de la mañana pudieron compartir experiencias, emociones y aprendizajes en un ambiente de colaboración y entusiasmo.

Durante la charla inspiradora de **Alex Roca**, el deportista recordó cómo la actitud, la motivación y la ilusión pueden jugar un papel decisivo en la consecución de los sueños, e invitó a los asistentes a reflexionar sobre la importancia de aceptar los fracasos y aprender de ellos. “Nunca dejéis de luchar por vuestros sueños, aunque nos llamen locos”, subrayó Roca.

Tras la intervención, se celebró la ceremonia de clausura con la **entrega de diplomas** a los participantes y la proyección de un vídeo con los momentos más destacados de esta edición. La jornada culminó con la **interpretación coral de “Cántale al miedo”** un himno que simboliza la fuerza interior y la capacidad de los jóvenes para transformar el miedo en motor de cambio.

La canción, compuesta e interpretada de manera colectiva, refleja la esencia de esta segunda edición del programa: la valentía, la colaboración y la búsqueda de propósito. Según explicó **Sandra Camós**, “se llama “Cántale al miedo”, porque según ellos todos tenemos miedo y hay que ser muy conscientes de cómo gestionar este miedo, ser valientes, plantarle cara y buscar aprendizajes de estas situaciones difíciles que nos brinda la vida”.

El tema estará disponible en todas las plataformas digitales antes de final de año, sumándose así a “La vida es hoy”, el himno creado por la primera promoción del programa en 2024, también con la colaboración de Alejandro Abad.

BMW Group España, compromiso con el talento joven y la cultura con propósito

El apoyo de **BMW Group España** a “Generación arte” forma parte del compromiso global del Grupo con la **educación, la cultura y la innovación social**. Desde su rol como empresa referente en sostenibilidad y desarrollo humano, BMW impulsa iniciativas que favorecen la creatividad y el crecimiento de las nuevas generaciones, conectando el arte con valores de superación, trabajo en equipo y bienestar emocional.

Durante los seis meses de duración de esta segunda edición, que comenzó en marzo, los jóvenes artistas han participado en **formaciones, talleres y encuentros con figuras destacadas** del mundo del arte, el deporte y la comunicación. Entre ellos, artistas como **David Bisbal** y deportistas como **Carlos Alcaraz** o **Alex Roca**, quienes compartieron con los participantes sus historias personales de esfuerzo, disciplina y éxito.

Además, los integrantes del programa asistieron a **talleres sobre inteligencia artificial aplicada a la música, nutrición, comunicación, coaching vocal y bienestar emocional**, completando así una formación integral que abarca tanto el desarrollo artístico como el personal.

El resultado es una comunidad de jóvenes creadores comprometidos con un arte que va más allá del entretenimiento: una música con propósito, capaz de inspirar y conectar con otros jóvenes de toda España.

Con este programa, BMW Group España y la Fundación Princesa de Girona **refuerzan su alianza estratégica** para fomentar la educación emocional a través del arte, impulsando un movimiento creativo que une música, aprendizaje y bienestar.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante premium de automóviles y motocicletas del mundo, y también proporciona servicios financieros premium. La red de producción del Grupo BMW comprende más de 30 centros de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, el Grupo BMW vendió más de 2,45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el ejercicio financiero de 2024 fue de 11,0 mil millones de euros, mientras que los ingresos ascendieron a 142,4 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2024, el Grupo BMW tenía una plantilla de 159.104 empleados.

El éxito económico del Grupo BMW siempre se ha basado en una visión a largo plazo y en una acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa del Grupo BMW 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>