

Información para los medios

26 de febrero de 2026

## **El Grupo BMW y UNICEF crean oportunidades educativas para 330.000 jóvenes en cinco países.**

+++ Dos años de colaboración dan sus frutos +++ Educación STEM para niños y jóvenes en unas 2.900 escuelas +++ Más de 10.000 profesores formados +++

Múnich. Con motivo del Día Mundial de la Educación, el 24 de enero, BMW Group y UNICEF anunciaron los logros de su colaboración global. En solo dos años, «BRIDGE. Educar hoy a los jóvenes para el mañana» ha llegado a unos 330.000 niños y jóvenes de aproximadamente 2.900 escuelas de la India, Tailandia, Brasil, México y Sudáfrica, todos ellos países en los que el Grupo BMW cuenta con instalaciones de producción. Más de 10.000 profesores han recibido formación especializada en STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

### **La iniciativa educativa va más allá del aula**

Los programas educativos de BRIDGE son específicos para cada país y se adaptan especialmente a cada región. En la actualidad, unos 2,7 millones de niños y jóvenes ya se benefician indirectamente de las oportunidades de aprendizaje de alta calidad que ofrece y de las mejoras estructurales de sus sistemas educativos. El impacto de BRIDGE va mucho más allá del aula y se extiende a las familias, las comunidades locales y regiones enteras.

### **Unir fuerzas por un futuro de autodeterminación**

«Nuestra colaboración con UNICEF es una prueba impresionante de lo que puede suceder cuando dos socios fuertes se unen. En un mundo cada vez más complejo, nadie puede impulsar el cambio por sí solo: la única forma de generar un impacto real es juntos. Nuestra colaboración ofrece a los niños y jóvenes de todo el mundo una oportunidad real de acceder a la educación y, con ello, la posibilidad de un futuro mejor. Al centrarnos en las materias STEM, estamos fomentando específicamente las habilidades esenciales para el mañana y tendiendo puentes hacia un desarrollo autodeterminado», afirma Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG.

### **Las colaboraciones duraderas fortalecen la participación social.**

UNICEF también subraya el poder de la colaboración: «Los jóvenes son los motores más poderosos del éxito en cualquier sociedad o comunidad. Al empoderarlos, estamos haciendo una inversión a largo plazo en un futuro sostenible para todos. Nuestra asociación con el Grupo BMW demuestra cómo las colaboraciones eficaces

a largo plazo entre UNICEF y las empresas pueden allanar el camino hacia el empleo para los jóvenes de todo el mundo, permitiéndoles participar plenamente en la vida social y económica», afirma Georg Graf Waldersee, presidente del Consejo de Administración de UNICEF Alemania.

### **Salvar las brechas en la educación: empoderar a los especialistas del mañana.**

Los conocimientos en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM) son la base de la innovación tecnológica, el crecimiento económico y el progreso social. Sin embargo, en muchos países, el acceso a la educación necesaria sigue siendo limitado, lo que amplía las brechas en materia de competencias y especializaciones. BRIDGE aborda esta cuestión desde el principio, cerrando las brechas educativas y dotando a los niños y jóvenes de los conocimientos que necesitan para incorporarse al mundo laboral digital del mañana.

### **Los programas educativos regionales apoyan a los niños desfavorecidos.**

Desarrollado en estrecha colaboración con las autoridades educativas de los cinco países participantes, el contenido del programa se adapta a las necesidades nacionales y regionales, con áreas de interés específicas para cada entorno. Se hace hincapié en el apoyo a los niños y jóvenes desfavorecidos, en particular a las niñas.

En **México**, la atención se centra en promover una educación STEM que tenga en cuenta las cuestiones de género, con especial énfasis en el empoderamiento de las niñas de las comunidades rurales y desfavorecidas.

En **Brasil**, la educación STEM se combina con el asesoramiento sobre proyectos de vida para ayudar a evitar que los niños y jóvenes abandonen la escuela y ofrecer opciones de aprendizaje en línea que faciliten el acceso a la educación.

En **Tailandia**, el programa trabaja para mejorar la calidad de la educación STEM y garantizar oportunidades de apoyo individualizado a los jóvenes desfavorecidos.

En la **India**, los esfuerzos se centran en reforzar la alfabetización y la aritmética básicas y en ampliar los cursos STEM orientados a la práctica y los espacios Maker.

En **Sudáfrica**, BRIDGE dota a las escuelas desfavorecidas de tecnologías e integra la programación y la robótica en el plan de estudios para ayudar a preparar a los niños y jóvenes para el mundo laboral digital.

### **Objetivos claros, impacto duradero**

El Grupo BMW se compromete a establecer asociaciones a largo plazo, centradas en el impacto y con objetivos claramente definidos. Desde el principio, BRIDGE se diseñó para abarcar al menos siete años, hasta 2030. Junto con UNICEF, el Grupo



BMW pretende aprovechar el éxito logrado hasta ahora y crear oportunidades educativas duraderas para los niños y jóvenes de todo el mundo.

\* UNICEF no respalda a ninguna empresa, marca, producto o servicio.

### **El Grupo BMW**

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el fabricante líder mundial de automóviles y motocicletas de alta gama y también ofrece servicios financieros de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende más de 30 plantas de producción en todo el mundo; la empresa cuenta con una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, el Grupo BMW vendió más de 2,45 millones de turismos y más de 210 000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 000 millones de euros, con unos ingresos que ascendieron a 142 400 millones de euros. A 31 de diciembre de 2024, el Grupo BMW contaba con 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 actuación 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](http://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>