

BMW Group motiva a mujeres jóvenes a elegir carreras centradas en la tecnología.

- **BMW Group impulsa a las mujeres en las carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas)**

Trabajar en tecnología de vanguardia, ayudar a dar forma al futuro y encontrar soluciones a problemas: eso es lo que las ingenieras aman de sus carreras en BMW Group. La compañía tiene como objetivo atraer a cada vez más mujeres a vivir su pasión por la tecnología. Aunque el porcentaje de mujeres en la fuerza laboral continúa aumentando, podría ser más alto, especialmente en las profesiones de ciencia y tecnología.

La creatividad y el pensamiento de las mujeres son una contribución positiva a la diversidad en BMW Group, y son un factor de éxito que hace a las empresas ser más innovadoras. La creciente demanda de personal calificado solo puede satisfacerse con una mayor representación de mujeres en las competencias profesionales del futuro.

Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, responsable de Personal y Bienes Raíces, Directora de Relaciones Laborales, subrayó que: "Queremos interesar a más jóvenes mujeres en carreras STEM (siglas en inglés de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) para que podamos dar forma al futuro de la movilidad individual con ellas. Creemos en el espíritu de un equipo diverso, con igualdad de oportunidades y responsabilidades para cada individuo. Así es como estamos haciendo que BMW sea eléctrico, digital y circular".

BMW Group, por lo tanto, aprovecha el 8 de marzo, el Día Internacional de la Mujer para destacar las innumerables oportunidades que pueden aprovechar las mujeres en el campo STEM. Para dirigirse a ellas, es importante despertar un interés en temas técnicos a una edad temprana; los modelos a seguir inspiradores también juegan un papel importante.

Las siguientes ingenieras mostraron interés en la tecnología desde muy jóvenes: Céline Laurent-Winter siempre amó las matemáticas, la física y las computadoras en la escuela; la experiencia de Kirsten Matheus fue similar con las matemáticas como una de sus materias favoritas; Stella Clarke disfrutaba especialmente de las clases donde ella y sus compañeras, podían experimentar actividades como programar un brazo robótico. Hoy, las tres son exitosas ingenieras en BMW Group.

#empowerGirl: Conociendo empresas de cerca

Estas tres biografías de mujeres tienen algo en común: todas amaban los números y la tecnología, incluso siendo niñas y adolescentes. Precisamente en esa etapa de la vida es cuando las iniciativas de BMW Group buscan captar el interés de las jóvenes. El más reciente compromiso de la compañía es apoyar la iniciativa #empowerGirl, un portal en línea diseñado para conectar a las estudiantes interesadas en STEM con empresas y permitirles obtener una visión temprana de las profesiones tech. Las chicas pueden consultar oportunidades de pasantías en línea y ponerse en contacto directamente con las empresas.

El 25 de abril se celebra el Día de las Niñas, una fecha en la que BMW Group se involucra cada vez más, ofreciendo un vistazo al ámbito laboral en el mundo real. Durante esta jornada, la empresa da la bienvenida a jóvenes de entre 14 y 19 años para mostrarles las oportunidades de carrera en el campo STEM, especialmente aquellas vinculadas con la producción automotriz. La jornada está diseñada para fomentar un ambiente en el que las participantes puedan hacer preguntas y experimentar en un entorno libre de presiones.

Maker Spaces: Descubriendo la pasión por la tecnología

Pruébalo tú mismo, es el concepto detrás de Maker Space en Múnich con el que BMW Group está asociado: El taller de acceso público se basa en el concepto de aprendizaje exploratorio y reduce el umbral para experimentar con tecnología. Crea un ambiente sin presiones en el que, en particular, las mujeres pueden descubrir su pasión por la tecnología. A la ingeniera de desarrollo Stella Clarke le encanta la "atmósfera fantástica" en el Maker Space, que impulsa la autoconfianza y la actitud de "tú puedes hacerlo".

Alto porcentaje de mujeres en programas de desarrollo de talento

Una vez que se ha despertado el interés en la tecnología, es vital continuar alentando a las jóvenes mujeres, apoyándolas en el camino hacia una carrera en ingeniería. BMW Group asegura que exista una alta representación femenina en sus programas de desarrollo de talento. Por ejemplo, las mujeres han constituido más del 40 por ciento de su programa de prácticas AcceleratiON durante años.

El equilibrio entre la vida laboral y personal sigue siendo un factor decisivo para que las mujeres persigan una carrera. El modelo de liderazgo en BMW Group juega un papel particularmente importante en este contexto: tanto hombres como mujeres tienen la oportunidad de compartir un puesto directivo con igual de responsabilidad durante un período de transición. Esto facilita equilibrar el trabajo y la familia durante ciertas etapas de la vida.

Inspirando a mujeres como modelos a seguir

La experiencia ha demostrado que las niñas y jóvenes mujeres necesitan figuras a seguir exitosas y fuertes, con las que puedan identificarse y que las alienten a continuar en un campo aún dominado en gran medida por hombres. Las ingenieras Céline Laurent-Winter, Kirsten Matheus y Stella Clarke son exactamente ese tipo de modelo a seguir.

Céline Laurent-Winter: El aprendizaje nunca termina

"¡Si te encantan las materias STEM, sigue adelante! Hay trabajos emocionantes y temas orientados al futuro esperándote, además, ¡Las mujeres son tan buenas como los hombres en estos temas!", afirma Céline Laurent-Winter, quien nació en Francia y ha estado en BMW Group durante casi 19 años; actualmente trabaja en conectividad para el automóvil. Después de estudiar tecnología de producción y automatización, obtuvo un doctorado en informática. Dice que lo más emocionante de su trabajo es que, con una carrera en STEM, nunca dejas de aprender. "El mundo digital ofrece posibilidades infinitas que están en constante crecimiento".

Kirsten Matheus: Cambiando las cosas para mejorar

"Encuentro emocionante la diversidad: desde lo altamente técnico hasta lo estratégico, todo es posible", dice Kirsten Matheus sobre su trabajo como ingeniera. Se describe a sí misma como una "personalidad de la ingeniería". Resolver problemas y alcanzar objetivos siempre le ha dado una tremenda satisfacción. Ha trabajado para BMW Group durante 14 años en el área de desarrollo de electrónica y es responsable de la estrategia para tecnologías de comunicación. Una carrera como ingeniera le atrae en dos niveles: quiere cambiar las cosas para mejorar y, al mismo tiempo, poder proveer a su familia.

Stella Clarke: En busca de talentos

"Creo que las mujeres necesitan más ánimo," dice Stella Clarke, originaria de Australia, quien estudió ingeniería mecánica y ha trabajado para BMW Group durante 17 años como ingeniera de desarrollo. Ella desarrolló la idea de cambiar el color de la carrocería del vehículo con la innovadora tecnología E Ink. "¡Cree en ti misma!" insta a las jóvenes mujeres. En su opinión, toda niña y niño tiene ganas de explorar y descubrir cómo funciona el mundo. Cree que las personas jóvenes necesitan más ánimo e inspiración para involucrarse con la ciencia y la tecnología.

Impulsados por la Diversidad: La diversidad es la base de nuestro éxito

BMW Group considera la diversidad como una fortaleza. La diversidad nos ayuda a reclutar y retener a los mejores talentos y cumplir con las expectativas de nuestras partes interesadas en todo el mundo. Promovemos una cultura libre de prejuicios que valora las diferencias y creemos que la equidad y la inclusión son requisitos fundamentales para esto.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones de vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

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

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

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; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los 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. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 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; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual 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 fabricación 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

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

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@jeffreypgroup.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/