

Comunicado de prensa
28 de septiembre de 2022

BMW Group España participa en el foro Taleñt poniendo el foco en la actitud emprendedora de las futuras generaciones

Al menos 4 de cada 10 jóvenes, quieren emprender según un estudio llevado a cabo por BMW Group. Manuel Terroba, presidente ejecutivo de BMW Group España y Portugal, ha participado en la mesa redonda ‘Actitud emprendedora como motor de futuro’ del foro TALEÑT.

Manuel Terroba, presidente ejecutivo de BMW Group para España y Portugal, ha participado en el foro TALEÑT, que se ha celebrado en el Casino de Madrid, donde se dieron cita un grupo de representantes empresariales y líderes sociales para juntos analizar las claves que pueden hacer de España un hub global para el talento.

Concretamente, la intervención de Manuel Terroba ha tenido lugar en la mesa redonda ‘Actitud emprendedora como motor de futuro’, que ha sido moderada por Marta del Almo, directora Editorial en El País Retina, y en la que han participado también otros expertos como Paloma Real, Consejera Delegada de Mastercard, Ángel Sáenz de Cenzano, Consejero Delegado de LinkedIn, y Javier Cabrerizo, Director General Global de Prosegur. El grupo de directivos ha debatido, entre otros temas, sobre los valores que España debe promover para ser una sociedad emprendedora, cómo nuestro sistema educativo contribuye al impulso de la innovación en nuestro país, qué papel pueden jugar las empresas para activar y dinamizar una cultura de innovación en las mismas o el rol que debe desempeñar la Administración Pública en la promoción y el desarrollo de una cultura país emprendedora.

Durante su intervención, el presidente ejecutivo de BMW Group España y Portugal ha hecho hincapié en las nuevas generaciones, su comportamiento y en la importancia de conectar más con ellas, basándose en un estudio que BMW Group España ha realizado este mismo año con el objetivo de comprender las inquietudes sociales de los jóvenes y así construir un futuro basado en su visión y sus sensibilidades.

El máximo representante de la firma automovilística en España, Manuel Terroba, ha afirmado, entre otras cosas, que, en el ámbito del emprendimiento “hay que distinguir muchísimo en el tipo de generación. España no tiene la etiqueta de país emprendedor. Los indicadores nos dicen que estamos evolucionando positivamente, pero las nuevas generaciones tienen un mayor espíritu emprendedor. Antes se consideraba que el éxito profesional consistía en incorporarse a una gran empresa y ahora reconocemos el éxito en las nuevas generaciones que tenemos delante, que tienen la capacidad de tener una idea y ponerla en práctica. Culturalmente tenemos miedo al fracaso, pero en las nuevas generaciones eso no lo veo. Los veo muchísimo más valientes”. Además, ha aseverado que “estamos evolucionando muy positivamente y tenemos generaciones que van a poner el emprendimiento en España donde se merece”.

Según el estudio realizado por BMW, los jóvenes de hoy en día tratan de seguir sus ideales; la mitad de ellos, el 52%, da más importancia a su vocación a la hora de elegir carrera, frente a las salidas profesionales. Un dato positivo que muestra cómo las nuevas generaciones tienen más claro hacia dónde quieren ir, lo cual es fundamental a la hora de comenzar un negocio.

Asimismo, Terroba ha destacado la importancia de desarrollar la capacidad de resiliencia: “tienes que ser muy constante, aguantar mucho y volver a levantarte. Además de ser valiente y no tener miedo”, ha asegurado. El presidente en España y Portugal del Grupo BMW también ha subrayado el papel fundamental de la educación en el fomento de las habilidades necesarias para emprender. “La formación es clave. La educación es vital desde primaria. Se trata de transmitir positivismo. Empiezas a encontrarte escuelas que no son las tradicionales que sí tienen iniciativas que van a ayudar al emprendimiento. Creo que hay que trabajar el pensamiento crítico, la puesta en común y la comunicación. Está ahí, pero todavía no ha llegado”.

Manuel Terroba también ha hecho referencia a las iniciativas de intraemprendimiento impulsadas por el Grupo BMW. “Estamos creando espacios donde nuestros equipos puedan desarrollar ideas, innovar y acometer proyectos que puedan ser interesantes para la organización”. También ha hecho hincapié en el campo de la digitalización:

“Estamos lanzando también programas de digitalización porque esto puede agilizar mucho el emprendimiento”, ha concluido.

Tras la celebración de la mesa redonda, el foro contó con la presencia virtual de Francisco Polo, Alto Comisionado para la España Nación Emprendedora del Gobierno de España, quien afirmó que “el talento y la innovación van de la mano” y “una de las metas es la retención del talento a través de normativas que van a hacer de España un verdadero país del talento”.

La participación del Grupo BMW en este evento, así como el respaldo de a TALENT para juntos seguir impulsando esta estrategia por y para las personas y las empresas que integran España, es una muestra de que las actividades de la compañía se basan en el largo plazo, así como en la responsabilidad social y económica, en la diversidad y en la sostenibilidad, que son pilares fundamentales y piedras angulares de su estrategia corporativa, integradas en toda la cadena de valor de la marca.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2021, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 194.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2021 fueron de aproximadamente 16,100 mil millones de euros sobre unos ingresos que ascendieron aproximadamente a 111,200 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2021, el Grupo BMW tenía 118.909 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa fijó el rumbo del futuro en una fase temprana y hace que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean sistemáticamente el centro de su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción, hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

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

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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