



## **Los empleados de Audi celebran el Mes Europeo de la Diversidad**

- **Diversas campañas de diversidad en las localizaciones de producción internacionales**
- **Sabine Maassen, responsable de Recursos Humanos de Audi: “Un entendimiento común de la diversidad y la inclusión nos prepara para el futuro y garantiza el éxito de nuestra empresa”**
- **El despliegue de la diversidad internacional en el Grupo Audi continúa en 2021**

**Madrid, 17 de mayo de 2021 - El mes de mayo está dedicado a la diversidad en el Grupo Audi. Los empleados de la compañía han ideado varios eventos interactivos digitales para celebrar el Día de la Diversidad en Alemania, como parte de la Carta de la Diversidad el 18 de mayo. A continuación, el foco de atención se trasladará a las actividades de las filiales y centros de producción internacionales. El objetivo a largo plazo es aprovechar con una mayor eficacia el potencial de las diversas perspectivas en el contexto de la transformación conjunta y hacer un uso específico de la inclusión como factor de éxito.**

Audi ha implementado una Gestión de la Diversidad integral desde 2017 para dar vida al lema del Grupo: “Vivimos la diversidad”. Esto incluye cursos de formación sobre el sesgo implícito, herramientas para el liderazgo inclusivo y procesos de igualdad de oportunidades, así como cooperaciones con iniciativas externas para promover la diversidad. Este compromiso está dando sus frutos. Por ejemplo, la empresa ya ha formado hasta ahora a unos 10.000 empleados y directivos/supervisores en temas relacionados con la diversidad. Se han creado cuatro redes de diversidad con el fin de representar los intereses de las mujeres, los padres, los homosexuales y los empleados internacionales de Audi, que están preparando la mayoría de las iniciativas para celebrar el Día de la Diversidad en Alemania (18 de mayo). La oferta abarca desde formatos de charlas digitales hasta consejos útiles para conciliar la vida laboral y familiar. “La iniciativa por la diversidad mostrada por la plantilla ha experimentado un gran impulso, sobre todo durante la pandemia”, explica Sabine Maassen, responsable de Recursos Humanos de AUDI AG. “Como empresa, esto supone un enorme valor añadido para nosotros y refleja el cambio de cultura que se está produciendo en Audi en estos momentos”.

Con el fin de seguir aprovechando el potencial de la individualidad y, al mismo tiempo, hacer el mejor uso posible de la diversidad de puntos de vista existente en el Grupo Audi, la marca ha ido extendiendo gradualmente la Gestión de la Diversidad en sus sedes de todo el mundo desde 2019. El objetivo inicial era crear una base común y establecer responsables de diversidad e inclusión en las respectivas filiales. Ahora existen oficiales de diversidad que trabajan en las sedes de Bruselas (Bélgica), San José Chiapa (México) y Győr (Hungría), así como en las filiales italianas de Audi: Lamborghini, Ducati e Italdesign. “La diversidad puede funcionar como un elemento crucial en el contexto de la transformación, a la vez que nos plantea grandes retos”, afirma Sabine Maassen. “El factor de éxito crucial con respecto a la inclusión es involucrar a todos en la misma medida y tratar a todos como iguales”. Por ejemplo, a principios de año, las



partes implicadas mantuvieron varias semanas de intensos debates sobre los distintos contextos locales y los grupos de interés de cada país. Audi estableció un Centro Internacional de Diversidad para poner el foco en temas cambiantes, aprovechar las sinergias y promover la diversidad y la inclusión en todo el mundo. Unas normas uniformes, por ejemplo para los cursos de formación y las medidas de sensibilización, garantizan un entendimiento común de la igualdad de oportunidades y la diversidad.

Los responsables de diversidad en las sedes de Audi de todo el mundo pretenden aprovechar el Mes Europeo de la Diversidad proclamado por primera vez por la Comisión Europea para compartir sus incentivos e ideas sobre esta temática. En la sede de Bruselas, por ejemplo, un Audi e-tron pintado con los colores del arco iris transporta el mensaje de la diversidad por toda la planta. Las ingenieras contarán sus historias de éxito en Italdesign, filial de Audi, y algunos invitados hablarán del poder de la diversidad en Lamborghini. Al mismo tiempo, los miembros comprometidos con el crecimiento de la diversidad en todo el mundo lanzarán amplias ofertas de información y campañas en las redes sociales. A partir del 25 de mayo, los responsables de la diversidad internacional compartirán su motivación personal y los objetivos de su trabajo públicamente en audi.com.

El despliegue de la diversidad internacional continuará en 2021. La marca Audi está representada en un centenar de países. La diversidad y la inclusión se están convirtiendo en un tema cada vez más importante para empresas comerciales en todo el mundo. En total, la familia Audi cuenta con unos 87.000 empleados. Sólo en las dos plantas alemanas de Ingolstadt y Neckarsulm trabajan personas de un centenar de países.

-Fin-

#### **Comunicación de prensa Audi**

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi  
Tel: +34 91 348 86 11 / 12  
E-mail: [nacho.gonzalez@audi.es](mailto:nacho.gonzalez@audi.es)  
E-mail: [alejandro.martin@audi.es](mailto:alejandro.martin@audi.es)

#### **Información y fotos en las websites de prensa de Audi**

<http://prensa.audi.es>  
<https://www.audi-mediacycenter.com>

---

El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 19 plantas distribuidas en 12 países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A (Bologna, Italia)

En 2020, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,693 millones de automóviles de la marca Audi, así como 7.430 deportivos de la marca Lamborghini y 48.042 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2020, AUDI AG alcanzó una facturación de 50.000 millones de euros y un resultado operativo antes de partidas especiales de 2.700 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 87.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Con nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios atractivos, Audi se está convirtiendo en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.

---