



Audi Creativity Challenge inspira a más de 11.000 estudiantes en una conferencia protagonizada por Edurne Pasaban

- **Conferencia digital de Edurne Pasaban organizada por Audi Creativity Challenge con motivo del Día Internacional de la Mujer**
- **Audicrea Academy ya ha realizado 11 conferencias digitales en las que han participado más de 2.000 docentes**
- **José Miguel Aparicio, Director de Audi España: “Necesitamos el talento y creatividad de nuestros jóvenes para avanzar hacia un mundo más sostenible y eficiente”**

Madrid, 9 de marzo, 2022 – Más de 11.000 alumnos y alumnas de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio de diferentes colegios españoles han asistido a la conferencia digital de Edurne Pasaban que, con motivo del Día Internacional de la Mujer, ha organizado [Audi Creativity Challenge](#).

Igualdad de género hoy para un mañana sostenible. Ese ha sido el lema del Día Internacional de la Mujer de este año. Para una edición tan especial como esta, Audi Creativity Challenge buscaba una conferenciante también muy especial. Y la encontró en la primera mujer en completar la ascensión de las 14 montañas más altas del planeta (los 14 ochomiles): Edurne Pasaban.

Bajo el título de *¿Por qué todos debemos escalar nuestra propia montaña?*, la alpinista vasca ha transmitido su aprendizaje vital a través de las experiencias vividas en la alta montaña, en entornos llenos de incertidumbre y cambios, como los que vivimos actualmente en nuestra sociedad. Con su inspiradora historia, llena de lecciones de vida y de superación personal y profesional, Edurne Pasaban ha cautivado a los alumnos y las alumnas que han participado en esta sesión digital. *“El afán de superación, el inconformismo, el trabajo en equipo, la perseverancia y la pasión para cumplir con éxito nuestros objetivos es clave, tanto para superar la montaña como para afrontar todos los retos que nos plantea la vida en diferentes ámbitos”*, ha sido uno de los mensajes que ha transmitido Edurne en su conferencia.

Edurne ha hecho también hincapié en lo importante que es el apoyo de nuestro entorno más próximo para superar cualquier dificultad en nuestra vida, y ha puesto como ejemplo la experiencia personal de la depresión que sufrió con 31 años y lo fundamental que fue para ella la ayuda de la familia, amigos y profesionales para superar esa enfermedad y el tabú que hay sobre la misma en la sociedad.

Para Audi Creativity Challenge, compartir la experiencia vital de Edurne y sus claves para superar los obstáculos pueden ayudar a los jóvenes a gestionar las incertidumbres y dificultades que aparezcan en su recorrido educativo, profesional o personal. Y también en las cuestiones de género, ya que para Edurne *“las montañas no entienden de sexo, no saben si va a escalar una mujer o un hombre. Las posibilidades para escalar y hacer cualquier cosa en el mundo de la montaña y en la vida en sí para una mujer y un hombre es lo mismo. Las montañas no ponen dificultades, pero si nuestro entorno y nuestra sociedad”*.



Además, el concepto de sostenibilidad asociado a su figura puede animar también a los equipos participantes a superar el reto propuesto para su 7ª edición: **¿Cómo innovar en el ámbito de la sostenibilidad para no comprometer el futuro de nuestra sociedad y nuestro planeta?** A este respecto, José Miguel Aparicio, Director de Audi España, ha señalado: *“Hemos querido lanzar este reto a nuestros jóvenes porque necesitamos su talento y creatividad para pensar cómo hacemos un mundo libre de emisiones, más sostenible, más eficiente y más respetuoso con la sociedad y nuestro medio ambiente. Y sus ideas y propuestas nos ayudarán a innovar en sostenibilidad para construir un futuro mejor”*.

Una iniciativa dirigida a la comunidad de educadores

La sesión digital de Edurne Pasaban para la comunidad educativa se enmarca en la serie de conferencias digitales organizadas a través de Audicrea Academy, una plataforma lanzada por Audi Creativity Challenge para ayudar a impulsar la creatividad y la innovación entre los profesionales de la educación a través de sesiones digitales impartidas por expertos sobre temas relacionados con el nuevo entorno educativo.

Creada como respuesta a la pandemia y el confinamiento vivido en el ámbito escolar, desde el año 2020 se han llevado a cabo un total de 11 conferencias digitales en las que han participado más de 2.000 docentes.

Sobre Audi Creativity Challenge

Audi Creativity Challenge es una iniciativa social y educativa de Audi España, que busca potenciar el valor de las ideas creativas, fomentar las actitudes innovadoras y apoyar el talento de los jóvenes españoles. Esta iniciativa impulsa la cultura del esfuerzo, el espíritu colaborativo y la competitividad basada en valores de equipo. Y ayuda a los participantes a identificar y poner en valor su potencial creatividad, aprender cómo funciona el proceso creativo y entrenar sus capacidades para innovar y comunicar.

En sus seis ediciones anteriores, ha contado con la participación de más de 2.000 equipos y 7.000 estudiantes de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio, que han presentado sus proyectos para dar respuesta a los diferentes retos de innovación planteados en los ámbitos social, educativo, cultural y de la movilidad.

El compromiso social de Audi

Para la marca de los cuatro aros, el futuro es una cuestión de actitud y esta iniciativa refleja su compromiso hacia el ámbito de la innovación social a través de la promoción de una cultura creativa entre los más jóvenes. El propósito de Audi con este tipo de iniciativas es generar progreso en la sociedad para ayudar a construir un mundo mejor, donde la sostenibilidad y la electrificación generarán nuevas formas de movilidad.

-Fin-



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: 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 es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium. Con sus marcas Audi, Ducati, Lamborghini y, desde el 1 de enero de 2022, Bentley, constituye el grupo de marcas premium dentro del Grupo Volkswagen. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y, junto a sus socios, produce automóviles y motocicletas en 21 plantas distribuidas en 13 países.

En 2021, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,681 millones de automóviles de la marca Audi, así como 8.405 deportivos de la marca Lamborghini y 59.447 motocicletas de la marca Ducati. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 85.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales alrededor de 60.000, en Alemania. Con sus nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios atractivos, el grupo de marcas premium se está convirtiendo en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.
