

Día Internacional de la Mujer: la fuerza femenina que da impulso a Porsche

08/03/2026 Seis mujeres, seis trayectorias y un objetivo común: dar forma al futuro de Porsche, tanto en la carretera como en las áreas de desarrollo, tecnologías de la información y competición, entre otras.

En todas la áreas de Porsche, desde el desarrollo y la informática hasta el marketing y la competición, las mujeres ayudan a dar forma al futuro de la compañía en muchos niveles. Ya sea dirigiendo equipos globales y redefiniendo la experiencia del cliente o desarrollando interiores y ecosistemas digitales de última generación, su influencia se extiende a todos los campos y es perceptible para todos los clientes.

Para Porsche, el Día Internacional de la Mujer no es solo un momento destacado en el calendario, sino que supone el reconocimiento del talento, la pasión y la experiencia durante los 365 días del año. Porsche se compromete firmemente con la igualdad de oportunidades y con una cultura empresarial en la que la diversidad, en particular la igualdad de género, se entiende como un factor clave para el éxito y

se integra estratégicamente. Porque un entorno de trabajo diverso refuerza la capacidad de innovación, el rendimiento y la viabilidad futura de la empresa.

Esta es solo una pequeña muestra de mujeres relevantes que dan forma a Porsche hoy en día e inspiran a las próximas generaciones.

Maren Springmann, de ser una de las primeras mujeres a convertirse en CIO

Como Directora de Tecnologías de la Información (CIO) de Porsche, Maren Springmann es responsable de la columna vertebral digital de una de las marcas de coches deportivos más emblemáticas del mundo, junto con un equipo de unos 700 empleados. Su ámbito de responsabilidad abarca desde sistemas para el desarrollo de vehículos hasta plataformas de distribución, pasando por la ciberseguridad y la inteligencia artificial. Pero, aunque ahora dirige a muchas mujeres, en su día fue una de las pocas que había.

“Cuando empecé a estudiar informática, era una de las tres únicas mujeres en un aula con 200 compañeros varones”, afirma. Eso nunca la frenó, pero ahí se hizo consciente de que pertenecía a una minoría en su profesión.

En su carrera, que la ha llevado a trabajar con diferentes marcas de automóviles y en mercados internacionales, esta madre de dos hijos nunca ha sufrido discriminación de manera personal, pero sí la ha observado en otros lugares. “He visto a mujeres cualificadas que no habrían sido contratadas si yo no hubiera intervenido”, afirma. “Lucho decididamente contra ello. Por eso es tan importante la diversidad: para evitar que algo así ocurra”.

“Durante mucho tiempo pensé que tenía que adaptarme, ser más ‘masculina’ para encajar”, reflexiona. “Pero en realidad no hay que encajar. Es mejor ser única”. Hoy en día, anima a las mujeres del mundo tecnológico a entender la inteligencia emocional como una fuerza motriz que abre puertas, permite el cambio y caracteriza al verdadero liderazgo.

Gran parte de esta confianza en sí misma se la atribuye a su madre. “Nunca cayó en los clichés”, cuenta Springmann. “Siempre me apoyó en todo lo que quería hacer”.

Anna Zahlava, de la cancha de tenis al centro de la movilidad eléctrica

Antes de llegar a Porsche, Anna Zahlava (de soltera Žaja) era una de las mejores tenistas del mundo. Participó en todos los torneos de Grand Slam de la WTA, incluido el Porsche Tennis Grand Prix de Stuttgart, donde por primera vez tomó forma la idea de una carrera más allá del deporte.

Hoy, recién terminada su baja de maternidad, aporta una nueva perspectiva a su trabajo, marcada por la vida con un hijo pequeño y por la concentración y la disciplina que la llevaron al puesto 145 del ranking mundial en dobles y al 184 en individuales. Ambos roles, afirma, han reforzado su paciencia, su resiliencia y su capacidad para volver a concentrarse bajo presión.

Como responsable de Producto de la aplicación My Porsche, Zahlava se dedica a integrar soluciones de carga. En la intersección entre la innovación digital y la viabilidad cotidiana, conecta a desarrolladores, diseñadores y gestores, y traduce sistemas complejos en experiencias intuitivas para el cliente. En las reuniones, suele ser una de las pocas mujeres presentes. Esto refleja el hecho de que el panorama de las tecnologías de la información sigue estando dominado por los hombres. “Pero nunca me he sentido discriminada”, afirma. “Al contrario. Me siento reconocida por lo que aporto”.

“El tenis me ha enseñado que el impulso puede cambiar rápidamente. Se aprende a reenfocarse y a seguir adelante”, añade. Esta actitud caracteriza su trabajo en una de las áreas de más rápido desarrollo de Porsche.

Samantha Balzano, fuerza impulsora en ingeniería

“Recuerdo que, de niña, cuando veía un Porsche en la calle, automáticamente me daba la vuelta para admirarlo”, cuenta Samantha Balzano. La Directora de Desarrollo de Acabados Interiores llegó a Porsche hace 28 años, “en una época en la que muy pocas mujeres trabajaban en producción”.

Pero a Balzano nunca se le ocurrió que su género pudiera ser un obstáculo. Ni cuando era niña y le fascinaban las herramientas, los ruidos y los olores del ‘mágico’ taller de su abuelo, ni más tarde, durante su impresionante carrera como ingeniera.

“Siempre he contado con el apoyo de compañeros que valoran más la competencia y el compromiso que los estereotipos. De hecho, he experimentado una fuerte cultura de respeto y colaboración, así como un interés genuino por las diferentes perspectivas”, afirma Balzano, que en su día fue la primera mujer en ser nombrada Jefa de Equipo en la producción de Porsche. “Cuanto más diversos son nuestros equipos, más nos beneficiamos todos, y estoy orgullosa de contribuir a este desarrollo”.

Sin duda, la pasión de Balzano por los automóviles le viene de su abuelo, un técnico que competía en carreras de motos. “Me encantaba todo lo relacionado con ese entorno”, afirma. Hoy en día, esa chispa inicial es tanto su profesión como su pasión: el equipo de Balzano desarrolla todo lo relacionado con el interior, desde el maletero hasta las alfombrillas y la acústica, siempre teniendo en cuenta las necesidades de los clientes. “En este sector no hay lugar para la debilidad. Hay que trabajar siempre al más alto nivel”.

Incluso hoy en día, sigue girando la cabeza cuando ve un 911, especialmente si es un GTS. “Soy adicta a este coche”, dice con una sonrisa. Cuando ve un Porsche nuevo en la carretera, sabiendo que ha participado en su diseño, sigue sintiendo esa magia infantil.

Ayesha Coker, una gran pionera

En Porsche Cars Norteamérica, Ayesha Coker no se limita a comercializar la marca, sino que diseña la forma en que se experimenta. Como Directora de Marketing, es responsable de la gestión de las relaciones con los clientes, la comunicación de marketing, el marketing de concesionarios, la Porsche Track Experience, los Porsche Experience Center de Atlanta y Los Ángeles, así como de los programas nacionales de experiencias y deportes de motor.

Su objetivo es garantizar que cada contacto con el cliente refleje el rendimiento y la emoción que caracterizan a Porsche.

Coker comenzó su carrera en 2010 en un puesto inicial en el área de eventos y, durante los siguientes doce años, fue ascendiendo continuamente en los niveles directivos. En 2022 se convirtió en miembro del Consejo de Dirección de la filial estadounidense, siendo la primera mujer afroamericana en la historia de la empresa.

Un hito que tuvo un impacto mucho más allá de su familia y sus compañeros de trabajo, y que también conmovió a la comunidad a la que representa. “Las mujeres de mi familia me han marcado. Han compaginado la carrera profesional, el hogar y el voluntariado sin rebajar nunca sus expectativas. No hablaban mucho de resiliencia, la vivían”, afirma.

“Desde muy temprana edad comprendí que la excelencia no era una opción, sino una obligación”.

Esta convicción sigue marcando su estilo de liderazgo hasta hoy. Para Coker, el verdadero progreso significa reforzar conscientemente las perspectivas diversas y crear espacios en los que las personas puedan aportar todo su potencial. “La innovación no surge de forma individual”, afirma. “Nace de la curiosidad, del valor de pensar de forma diferente y de los equipos en los que invertimos y en los que creemos”.

Su atención se centra en el legado que está construyendo, uno en el que la competencia cultural y la coherencia estratégica abren las puertas a la próxima generación.

Carolina Maag, el "manual de instrucciones humano"

Cualquier persona que se siente al volante de un nuevo Cayenne o Macan experimenta de primera mano el trabajo de Carolina Maag. Sin embargo, cuando comenzó como becaria de eventos en Porsche en 2019, ni siquiera estaba segura de si la contratarían. “Recuerdo que pensé: ‘Es una empresa tan grande que seguro que no me aceptan’”, afirma sonriendo. Siete años después, Maag es Directora General de Proyectos HMI y responsable de todo lo que los conductores ven y manejan en las pantallas del vehículo, desde el cuadro de instrumentos hasta la pantalla central.

Su trayectoria, afirma, “no ha sido lineal, sino un constante cambio”. Dar el salto a proyectos de *software* complejos requirió crecimiento técnico y confianza en sí misma. Todo en lo que trabaja debe ser intuitivo e inmersivo, ya se trate de visualizaciones en 3D de su propio vehículo, que cobra vida en la pantalla, o de *widgets* que permiten un acceso directo y sin distracciones a sus aplicaciones favoritas.

En un entorno que ella misma describe como todavía muy masculino, ha encontrado su fuerza en la comunicación: coordina las contribuciones de más de 100 compañeros. “Mi mayor habilidad es ser mediadora entre diferentes personalidades y niveles jerárquicos para ofrecer el mejor producto a los clientes”.

Maag atribuye su estilo de liderazgo a sus padres. Su sensibilidad proviene de su madre y su marcado enfoque empresarial, de su padre. En casa, esta combinación le ha valido un apodo: su marido la llama cariñosamente "el manual de instrucciones humano", la persona que no solo puede explicar cómo funciona algo, sino también por qué.

Nina Braack, nuevo campo de juego, misma ambición

El deporte de competición siempre ha sido una prioridad para Nina Braack. Durante diez años jugó al voleibol profesional en la primera y segunda división de la Bundesliga, al tiempo que completaba un máster en comunicación empresarial. Esta combinación de ambición deportiva y pensamiento estratégico la marcó mucho antes de llegar a Porsche en 2022.

Hoy en día, Braack es responsable, como Directora de *eSports* en Porsche Motorsport, del Porsche Coanda Esports Racing Team, un equipo oficial que compite en la máxima categoría de las carreras virtuales. Para ella, este deporte es mucho más que un juego. Lo ve como una disciplina deportiva seria que conecta a Porsche con un público global aficionado a la tecnología y que complementa de manera significativa el tradicional compromiso de la marca con las carreras.

Aunque el sector sigue estando muy dominado por los hombres, los roles de género no tienen importancia para Braack. “En la competición hay que dar lo mejor de uno mismo. No importa con quién o contra quién se juegue, y eso es exactamente lo que ocurre hoy en día en mi trabajo”. Aunque a menudo es una de las pocas mujeres en los eventos internacionales, no percibe esto como un obstáculo. De hecho, los *eSports* amplían el acceso al automovilismo y abren nuevas oportunidades a personas que antes quizá no se veían reflejadas en él.

Su consejo para las mujeres jóvenes es claro: “Deben decir que sí. Aprovechar las oportunidades que se les presenten. Si algo no encaja, siempre se puede cambiar de rumbo más adelante, pero primero hay que dar el paso”.

Consumption data

Macan Turbo (WLTP)*: Electrical consumption combined: 20.6 – 18.3 kWh/100 km; CO_2 emissions combined: 0 g/km; CO_2 class: A

Taycan Turbo GT with Weissach package (WLTP)*: Electrical consumption combined: 24.8 – 20.6 kWh/100 km; CO_2 emissions combined: 0 g/km; CO_2 class: A

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO_2 emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO_2Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2026/dia-internacional-mujer-2026-41852.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c8649b0e-73cc-4f57-ba28-17fc21e6552b.zip

External Links
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa.html#:~:text=Mujeres%40Porsche

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart