

BMW Group anuncia a los ganadores del Premio a la Responsabilidad Social.

- Cuatro empleados fueron reconocidos por utilizar su conocimiento para ayudar a otros.
- 10,000 euros en premio en efectivo para cada uno.

Múnich. Giuseppe Cassataro, Samory Gassama, Grit Grassberger y Khaled Kombas son modelos a seguir inspiradores: ellos son los ganadores del Premio BMW Group 2025 a la Responsabilidad Social. La ceremonia de premiación se llevó a cabo en el BMW Welt en Múnich el 15 de septiembre. Por decimocuarta vez, el premio reconoció el destacado compromiso social de los empleados. Cada ganador recibirá un premio en efectivo de 10,000 euros para apoyar su proyecto.

"Mantener la mirada abierta al mundo y tener el valor de impulsar el cambio – eso es exactamente lo que nuestros galardonados personifican. Nos muestran a todos cómo crear rayos de esperanza y fomentar una comunidad social significativa. Con pasión y dedicación, logran mejoras duraderas en la vida de las personas. Nunca puede haber suficiente de este tipo de compromiso en el mundo," dijo Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de Personas y Bienes Raíces, quien también es la promotora del premio.

Las buenas acciones marcan la diferencia

Cada año, empleados de todo el mundo se postulan para este premio, que es altamente respetado en toda la empresa. Este año, diez candidatos con un nivel de compromiso particularmente impresionante fueron nominados para la ronda final. Muchos de los nominados han lanzado sus propios proyectos sociales y han dedicado incontables horas de su tiempo libre para apoyar a personas desfavorecidas. Uno de los finalistas describió su motivación: "La amabilidad no es un acto único, es un ritmo. Cuando este ritmo se comparte, crea algo más grande que nosotros mismos."

Todos los finalistas asistieron a la ceremonia de premiación y recibieron 2,500 euros en premio en efectivo cada uno, apoyando directamente sus proyectos.

Estos son los galardonados de 2025:

Khaled Kombas es gerente de proyectos de Smart Access en Múnich, quien defiende los derechos de las personas con discapacidades en su país natal, Túnez, a través de la iniciativa que fundó, "TunisAid – Ayuda para Tunecinos con Discapacidades". La organización ayuda a crear un mejor futuro para las personas con discapacidades proporcionando atención domiciliaria, aprendizajes

en talleres, ampliando escuelas y ofreciendo apoyo financiero. Su dedicación inspiró a muchos colegas, quienes eligieron a Khaled Kombas como el ganador del voto de los empleados en 2025.

Samory Gassama, ingeniero de Gestión del Cambio en Múnich, es el receptor del Premio Vera- und-Volker-Doppelfeld, que fomenta el compromiso social entre los jóvenes. Junto con un amigo, fundó la asociación "Ihsanprojects – Iniciativa para la Salud y la Educación e.V.", abogando por el acceso a la atención médica, agua potable y educación, principalmente en Senegal. Un proyecto, en particular, destaca: Gracias a una solución digital innovadora, las personas en regiones sin atención médica local pueden recibir una consulta médica a través de video chat.

Guiseppe Cassataro, quien trabaja en Gestión de Seguros y Daños para Alphabet Italia en Milán, Italia, ha dedicado su vida a apoyar a personas con esclerosis múltiple (EM). Como miembro activo de la iniciativa "Associazione Italiana Sclerosi Multipla" (AISM) durante 25 años, se centra en organizar conductores para llevar a personas con EM al trabajo, citas médicas u oficinas gubernamentales. Esta iniciativa ayuda a las personas confinadas a una silla de ruedas a mantener su movilidad.

Grit Grassberger trabaja en Gestión de Productos Lifestyle de MINI en Múnich. A través de la asociación "JUNITI e.V.", que cofundó con un amigo después de un viaje a Sri Lanka, busca mejorar las oportunidades educativas para los niños en el país. Al asociarse con organizaciones locales, la asociación financia almuerzos escolares calientes para niños de familias socialmente desfavorecidas, a menudo un factor clave para asegurar la asistencia regular a la escuela. Un programa especial también se centra en empoderar a las mujeres jóvenes, en particular, para iniciar exitosamente sus propios negocios.

SOCIAL DRIVE significa el compromiso social de los empleados

Con su fuerza laboral multinacional, BMW Group es más que un fabricante de automóviles. Junto con nuestros empleados, somos una parte integral de la sociedad global, ayudando a encontrar soluciones a muchos problemas y desafíos futuros. A través de la innovación y el voluntariado, los asociados de BMW Group impulsan el cambio positivo en todo el mundo. Estas actividades se agrupan en la iniciativa SOCIAL DRIVE: Además del Premio BMW Group, la plataforma SOCIAL DRIVE permite a los voluntarios mostrar sus proyectos y conectarse entre sí. Destaca el compromiso social e inspira a otros a involucrarse.

[Acerca de BMW Group](#)

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,9104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

www.bmwgroup.com

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>.

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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado 42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y 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. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, es la 1^a 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 manufactura 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.vazquezmelladobmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arrequin@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@jeffreygroup.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/