BMW GROUP
Comunicación corporativa

Comunicado de prensa
16 de julio de 2026

Carlos Martínez Gil, nuevo director de Marketing BMW para Iberia

Carlos Martínez Gil asumirá la Dirección de Marketing de BMW para Iberia a partir del próximo 1 de septiembre.

Carlos, hasta ahora MINI General Manager para la región ibérica, cuenta con una sólida trayectoria de más de 21 años en el Grupo BMW, donde ha desempeñado diferentes posiciones de responsabilidad en las áreas de ventas, marketing y servicios financieros. Desde 2020 ha liderado la marca MINI en España y Portugal, impulsando una etapa de transformación y crecimiento que ha contribuido a reforzar el posicionamiento de la marca en ambos mercados.

Con anterioridad, desarrolló buena parte de su carrera en BMW Financial Services, donde ocupó distintos puestos de responsabilidad hasta asumir la Dirección Comercial y de Marketing de BMW Bank. Durante esta etapa lideró áreas como Ventas, Marketing, CRM, Remarketing, financiación a concesionarios y Seguros, adquiriendo una visión global del negocio y de la evolución de las nuevas soluciones de movilidad.

En su nueva responsabilidad, Carlos Martínez Gil liderará la estrategia de marketing de BMW en España y Portugal, aportando su conocimiento del mercado, su experiencia en el negocio y una visión integral y transversal para seguir impulsando el posicionamiento de la marca en la región ibérica.

Con este nombramiento, Carlos Martínez Gil sucede en el cargo a Gonzalo Sanjuán, que continuará su trayectoria profesional dentro de BMW Group como Managing director de la NSC de Brasil.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por ICADE (E-2), Carlos Martínez Gil cuenta además con un Executive MBA por IE Business School.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas, BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el fabricante líder mundial de automóviles y motocicletas de alta gama y también ofrece servicios financieros de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende más de 30 plantas de producción en todo el mundo; la empresa cuenta con una red de ventas global en más de 140 países.

En 2025, el Grupo BMW vendió 2,46 millones de turismos y más de 202.500 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el ejercicio 2025 fue de 10 200 millones de euros, con unos ingresos de 133 500 millones de euros. A 31 de diciembre de 2025, el Grupo BMW contaba con una plantilla de 154.540 empleados.

El éxito económico del Grupo BMW siempre se ha basado en una visión a largo plazo y en una actuación responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa del Grupo BMW y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro hasta la producción y 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