

“Residual Value Giants” 2016: dos triunfos y clasificaciones elevadas para MINI

Dos triunfos, un segundo lugar y un tercer lugar para el original británico en el estudio más reciente sobre los modelos que ofrecen el valor más duradero en el mercado alemán.

Múnich, Alemania a 2 de junio, 2016.- Una vez más, varios modelos de la marca Premium británica han logrado los primeros lugares en la lista de “*2016 Residual Value Giants* (Gigantes del Valor Residual)” publicada por “Focus Online”. El resultado refleja la combinación única de diversión al volante, diseño expresivo y calidad Premium que ofrecen los vehículos MINI.

Dos victorias de categoría, así como un segundo y un tercer lugar subrayan la sobresaliente retención de valor que ofrecen. El MINI One de 3 puertas en la categoría de Vehículo Compacto y el MINI One D Countryman en la categoría MINI SUV resultaron los modelos que proporcionan el valor más duradero en sus respectivos segmentos. En la categoría de convertibles, el segundo lugar fue para el MINI Cooper Convertible, mientras que el MINI One Convertible obtuvo el tercer lugar.

La clasificación actual de “*Resale Value Giants* (Gigantes del Valor de Reventa)”, que tiene un total de 16 categorías de vehículos, se basa en análisis llevado a cabo por el Instituto de Estudios de Mercado con sede en Saarbrücken, Bähr & Fess Forecasts, los cuales observan la estabilidad del valor de los vehículos nuevos, durante los siguientes cuatro años posteriores a su venta. Además de consultar los criterios específicos tales como el precio de compra, las propiedades del vehículo, la imagen de la marca, las clasificaciones en las pruebas comparativas y en las encuestas de los clientes, los expertos también basan sus pronósticos en factores genéricos tales como la calidad de los competidores en el segmento y los desarrollos generales en el mercado automotriz.

Gracias a su reciente éxito, el MINI One de 3 puertas (75 kW/102 hp; rendimiento de combustible: 20.83-21.28 km/lt) y el MINI One D Countryman (66 kW/90 hp; rendimiento de combustible: 23.81 km/lt) están configurados para atraer una elevada demanda en el mercado de vehículos seminuevos. Los expertos del mercado pronostican que habrá un valor residual del 59.5% y del 57%, respectivamente, de su precio de compra actual en la reventa en un periodo de cuatro años. El modelo que obtuvo el segundo lugar en su segmento, el MINI Cooper Convertible (100 kW/136 hp; rendimiento de combustible: 19.61 – 20.41 km/lt) también logró un excelente pronóstico de valor residual del 56.5 por ciento.

En términos de pérdida de valor en términos absolutos, el MINI One Convertible (75 kW/102 hp; rendimiento de combustible: 19.23 – 20 km/lt) se clasifica en el tercer lugar de su segmento con un valor residual del 56.5 por ciento.

La comparación del valor residual proporciona a los compradores potenciales de vehículos nuevos, una directriz importante cuando realizan su decisión, después de todo, la pérdida de valor es un factor de costo significativo. En lo que concierne a los conductores de MINI, su vehículo no sólo les proporciona un bajo nivel de consumo de combustible, sino también un nivel particularmente elevado de estabilidad del valor. Durante años, los modelos de la marca Premium británica se han colocado regularmente entre los “*Resale Value Giants*”.

Para más detalles acerca de las cifras oficiales de rendimiento de combustible, las emisiones específicas de CO₂ y el consumo de energía de vehículos nuevos, favor de consultar el “Manual de consumo de combustible, emisiones de CO₂ y consumo de energía de vehículos nuevos”, disponible en todos los puntos de venta, en Deutschen Automobil Treuhand

GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen y en
<http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html>. Manual CO2 (PDF – 2.7 MB)

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2015, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 247 mil vehículos y alrededor de 137 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2014 fue de aproximadamente 8 mil 71 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 80 mil 40 millones de euros. El 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 116,324 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>