

MINI USA celebró el espíritu de la marca y el nuevo modelo convertible en el evento “Miami Swim Week”.

- MINI USA se sumergió en la Semana de la Moda de Miami: “Miami Swim Week”, celebrando el icónico espíritu de la marca y el lanzamiento de sus nuevos modelos, incluido el MINI Convertible. Este año, MINI USA está activando dos asociaciones de alto perfil: una con PARAISO Miami Swim Week, los organizadores oficiales del evento, y otra con Sports Illustrated Swimsuit, la icónica publicación que también estuvo presente.

Woodcliff Lake, NJ – MINI USA se sumergió en el evento “Miami Swim Week”, celebrando el icónico espíritu de la marca y el lanzamiento de sus nuevos modelos, incluido el MINI Convertible. Este año, MINI USA está activando dos asociaciones de alto perfil: una con PARAISO Miami Swim Week, los organizadores oficiales del evento, y otra con Sports Illustrated Swimsuit, la icónica publicación que también estuvo presente.

MINI + PARAISO Miami Swim Week:

MINI USA y PARAISO Miami Swim Week se asociaron para llevar una presencia emocionante y dinámica a la Semana de la Moda de Miami. Esta colaboración incluyó una activación en una carpa principal y el patrocinio de tres talentosos diseñadores: Leslie Amon, Azulu y el diseñador británico Oceanus, lo que proporciona un vínculo directo con la herencia de MINI.

Estos diseñadores mostraron sus creaciones únicas en MINIs decorados, que estuvieron exhibidos de manera prominente en el desfile de moda. Además, Leslie Amon, quien también es una conocida influencer, manejó por Miami Beach en un MINI Convertible especialmente diseñado, capturando contenido exclusivo durante la Semana de la Moda de Miami.

MINI + Sports Illustrated Swimsuit:

MINI USA y Sports Illustrated Swimsuit se unieron para hacer una gran aparición en la fiesta en la piscina y el evento de pasarela anual de SI Swimsuit en el W South Beach. Como el vehículo oficial de SI Swimsuit 2025, MINI tuvo sus nuevos convertibles en exhibición y fue destacado como patrocinador principal del evento.

Como parte de la asociación, MINI apareció en la contraportada de la edición anual de Sports Illustrated Swimsuit, que ya está en los quioscos. MINI USA desarrolló esta creatividad de contraportada con su agencia creativa principal, Goodby Silverstein & Partners, para ofrecer una ejecución que captura perfectamente la personalidad ingeniosa y atrevida de la marca. El titular, "Tu mejor oportunidad con un modelo británico", hace un guiño juguetón a la herencia británica de MINI mientras se refiere a los icónicos modelos presentados a lo largo de la edición. Fortaleciendo la asociación, MINI también se ha unido a la icónica modelo británica, Penny Lane, para la creación de contenido social durante la serie de eventos relacionados con la Semana de la Moda de Miami.

"Estamos emocionados de celebrar el espíritu rebelde de MINI y nuestro nuevo MINI Convertible en la Miami Swim Week", dijo Kate Alini, Gerente de Departamento, Marketing, Producto y Estrategia, MINI USA. "MINI siempre ha sido un lienzo para la expresión creativa y nuestras asociaciones con PARAISO y Sports Illustrated Swimsuit nos permiten interactuar con audiencias a la vanguardia de la moda y mostrar la creatividad e innovación que representa MINI."

La asociación de MINI con Sports Illustrated Swimsuit y PARAISO Miami Swim Week marca la próxima evolución del enfoque audaz y juguetón de la marca hacia momentos culturales. Uniendo tres íconos que celebran la individualidad y la alegría, estas colaboraciones crean momentos experienciales que invitan a las audiencias a ver las marcas a través de una lente fresca y vibrante. MINI, PARAISO y Sports Illustrated Swimsuit comparten un compromiso con la autoexpresión y la vitalidad cultural, haciendo que cada experiencia sea más emocionante y descaradamente divertida. MINI se ha asociado con Sports Illustrated Swimsuit en una colaboración más amplia que incluye una serie de activaciones en eventos icónicos y culturalmente relevantes a lo largo de este año, incluyendo compromisos recientes en eventos de golf y carreras de caballos, con más programas por venir.

Acerca de PARAISO Miami Swim Week:

PARAISO Miami Swim Week, ampliamente conocida como Miami Swim Week, ha sido el epicentro de la moda de baño y resort durante más de 20 años. PARAISO se ha establecido como la cúspide inigualable de la industria de la moda de baño y resort a nivel mundial. En julio de 2018, PARAISO presentó un nuevo festival experiencial que unió de manera creativa las marcas de moda, bienestar, belleza y estilo de vida favoritas del mundo a través de una serie de eventos experienciales. La feria de moda de varios días se centraliza en Collins Park y se extiende por toda Miami Beach. PARAISO defiende los valores fundamentales de innovación, originalidad y descubrimiento a través de eventos imperdibles, activaciones

imaginativas, lanzamientos exclusivos, presentaciones en pasarela y colaboraciones en diseño, música, bienestar, arte y redes sociales. En 2025, PARAISO Miami Swim Week celebra el lanzamiento de SIHOF: Swimwear Icons Hall of Fame, una dedicación y celebración de la industria de la moda de baño, sus creadores de tendencias y pioneros. La programación de eventos especiales de la semana comenzó el miércoles 28 de mayo y se extendió hasta el domingo 1 de junio, con un elenco estelar de talento de primer nivel, diseñadores y creadores de la industria.

ACERCA DE LA EDICIÓN DE SPORTS ILLUSTRATED SWIMSUIT

La edición de Sports Illustrated Swimsuit es uno de los símbolos más reconocibles e influyentes de la cultura pop. Con talento de todo el mundo, la edición se ha convertido en una plataforma de lanzamiento reverenciada para carreras exitosas en medios, moda, negocios, televisión y cine. Esta icónica e innovadora institución continúa estableciendo el tono cultural y evocando discusiones sobre lo que define la belleza a escala global. Sports Illustrated Swimsuit se ha convertido en una plataforma de estilo de vida que promueve la confianza corporal y la autoexpresión, y se conecta con diversas audiencias a través de contenido digital y experiencias distintivas que nutren el cuerpo, el alma y el espíritu. Sports Illustrated Swimsuit se mantiene firme en su objetivo de proporcionar una plataforma mediática inspiradora para individuos donde pueden conectarse, explorar y participar con contenido 24/7 que habla sobre bienestar, viajes, estilo y belleza.

[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 11.0 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 159,104 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.

Datos actualizados a enero 2025 referentes a cierre de año 2024.

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.arreguin@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/