

MINI x Vagabund: Dos conceptos que combinan actitud aventurera y cultura de festivales musicales

- MINI y Vagabund presentan dos vehículos únicos MINI Countryman, inspirados en la aventura, la comunidad y la cultura de festivales
- El MINI Countryman se convierte en un escenario dinámico para el estilo de vida, la música y la autoexpresión
- Individualización de vehículos que solo MINI puede lograr

MINI y el estudio de diseño austriaco Vagabund presentan una nueva colaboración creativa: dos vehículos únicos basados en el MINI Countryman, que representan un poderoso símbolo del espíritu aventurero, la cultura comunitaria y el estilo de vida de festival musical.

“Una larga tradición y un valor central de la marca MINI es la individualización del vehículo. Junto con Vagabund, MINI continúa este enfoque y demuestra cómo una reinterpretación creativa del MINI Countryman — inspirada en la cultura de festivales y la música — puede cobrar vida a través de una comunidad comprometida,” comenta Jean-Philippe Parain, Director de MINI.

MINI x Vagabund: El Dúo

Vagabund añade con éxito una capa de diseño distintiva al MINI Countryman que expresa auténticamente la individualidad, la filosofía del diseño y el espíritu comunitario. MINI proporciona deliberadamente la plataforma — Vagabund aporta su firma creativa. El resultado: dos vehículos carismáticos que reinterpretan la versatilidad y apertura del MINI Countryman de una manera totalmente nueva.

“Para nosotros, el diseño no comienza con el objeto, sino con la idea detrás de él — y solo termina cuando esa idea se vuelve tangible. Los conceptos MINI x Vagabund traducen un concepto claro en una declaración experiencial. Dos personajes distintivos, unidos por el ADN del MINI Countryman, crean una composición llena de tensión — haciendo visible el diseño como una experiencia emocional,” explica Paul Brauchart, cofundador y director creativo de Vagabund.

Holger Hampf, jefe de Diseño MINI: “El diseño MINI representa vehículos con un carácter fuerte que la gente disfruta conducir y vivir, fiel al lema: estilo de vida, funcionalidad y diversión. A través de nuestra colaboración con Vagabund en estos dos vehículos, pudimos mostrar una vez más nuestra atención al detalle y maestría técnica de manera impactante.”

Con un sistema de sonido sofisticado, acentos gráficos y un concepto de color audaz, los dos vehículos se convierten en escenarios móviles de sonido. El vehículo acabado en Melting Silver presenta detalles exteriores en color arena y blanco: juguetero, gráfico y ligero. El ejemplar en Midnight Black contrasta deliberadamente — monocromo negro, preciso y técnico. Es este contraste el que realza su percepción y crea una impresión general que solo se revela plenamente cuando ambos vehículos se experimentan juntos.

Carrocería y proporciones

Los pasos de rueda rediseñados crean una postura visualmente más ancha y dan a los vehículos una apariencia aún más llamativa. Un aditamento en el parachoques delantero

asegura una conexión armoniosa entre las aletas y el faldón frontal original. Los parachoques delantero y trasero están coordinados en color con las modificaciones adicionales de la carrocería, y la parrilla del radiador ha sido revisada en consecuencia. A lo largo de los faldones laterales se integra de forma prominente la leyenda VAGABUND como elemento tridimensional.

La mayor altura libre al suelo enfatiza aún más el carácter todoterreno de los dos modelos MINI Countryman S ALL4. Además, cuentan con ruedas de 20 pulgadas que presentan intencionadamente cubiertas de ruedas impresas en 3D con diseño cerrado, dando a las ruedas una apariencia musculosa y creando una asociación visual clara con bocinas. La parrilla del techo está compuesta por tres placas de aluminio cortadas con láser y dobladas, complementadas con una malla de acero inoxidable integrada como superficie abierta. Esta construcción hace referencia visual al lenguaje de diseño de las cubiertas de bocinas, creando una conexión entre el techo, el perfil lateral y el diseño general del vehículo — convirtiendo la parrilla del techo en un elemento integral del diseño.

El vehículo como sistema de sonido

Las ventanas traseras laterales fueron removidas y reemplazadas por un sistema de sonido especialmente desarrollado para proyección sonora al aire libre, pensado para eventos comunitarios. En su corazón se encuentra una nueva carcasa para bocinas hecha de granito polimérico fundido — un material que ofrece condiciones ideales para una reproducción sonora precisa y sin adulterar.

Los tweeters y altavoces medios están integrados directamente en la carrocería, mientras que subwoofers adicionales en la parte trasera entregan un potente impacto cuando se abre la cajuela. Cada vehículo funciona como un sistema de sonido independiente — sin embargo, juntos, ambos MINI Countryman concepto forman un escenario móvil, creando una experiencia sonora inmersiva.

En el lado opuesto del vehículo, se encuentra un detalle especial: un icónico Walkman integrado en una carcasa impresa en 3D. Con el característico sentido del humor MINI, esto crea un contrapunto deliberado al sistema de sonido externo abierto — una sensación personal y desacelerada. La combinación de nostalgia analógica y construcción contemporánea subraya el carácter experimental de todo el concepto.

Individualización MINI por Vagabund

A través de Vagabund, el MINI Countryman se convierte en una plataforma móvil para encuentros e intercambio cultural. Los vehículos crean momentos de comunidad donde las personas se reúnen y posibilitan experiencias que van más allá de la emoción de conducir. Vagabund es reconocido por su experiencia en repensar productos existentes mediante transformaciones visuales. Los dos vehículos concepto demuestran cómo el poder creativo reside en la forma, función y atención al detalle. MINI y Vagabund comparten este enfoque: individualidad en lugar de convencionalismos, artesanía en lugar de estética imponente, comunidad en lugar de distancia.

La colaboración MINI x Vagabund muestra cómo MINI lleva su histórico compromiso con la individualización hacia el futuro: interpretaciones audaces del diseño, temas impulsados por la cultura (como la música), líderes culturales y comunidad, combinados con un alto nivel de artesanía. El resultado son ejemplos únicos e inspiradores que muestran el MINI Countryman de maneras nuevas y elevadas. MINI presentará uno de los dos vehículos concepto al público por primera vez en Auto China 2026 en Beijing. Tras su estreno en el salón del automóvil, ambos vehículos serán utilizados para eventos en vivo a través de una amplia variedad de plataformas — demostrando la cercanía de MINI con su comunidad.

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 1ª 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

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/