

Recargado y electrizante: el Mini clásico se lanza al futuro.

Con origen en un equipo dedicado en la Planta de MINI en Oxford, ahora se está creando manejo divertido sostenible en un automóvil clásico. Un motor eléctrico para el Mini original combina tradición con tecnología pionera, todo en el espíritu de la economía circular.

Múnich. Si Alec Issigonis pudiera volver a diseñar el Mini clásico hoy, el icónico auto pequeño tendría un motor eléctrico. Después de todo, el original lanzado en 1959 fue creado durante una crisis de petróleo y se basó en la idea de ahorrar combustible y transportar a cuatro ocupantes y su equipaje sobre la huella más pequeña posible. Hasta el día de hoy, MINI sigue vinculado a los principios del diseñador Issigonis con su uso creativo del espacio y diversión al volante. El proyecto MINI Recharged es una oportunidad para seguir contando la historia del Mini clásico en el siglo XXI, de forma sostenible.

La conversión de unidades del Mini clásico a un motor eléctrico combina valores tradicionales con tecnología orientada al futuro. La idea nació incluso antes de que el fabricante Premium británico tuviera una oferta de vehículo completamente eléctrico con el MINI Cooper SE. Como caso excepcional, en 2018 se fabricó un Mini clásico eléctrico y se presentó en el Auto Show de Nueva York. Las reacciones fueron tan positivas que un equipo dedicado de la Planta de MINI en Oxford se puso a trabajar y desarrolló el plan para poner a disposición de los clientes que poseen un Mini clásico una oferta correspondiente.

Para experimentar el manejo tradicional de un go-kart con un tren motriz libre de emisiones, el motor de gasolina original del Mini clásico se reemplaza por un motor eléctrico moderno. Solo se realizan cambios reversibles en la sustancia del vehículo durante la conversión como parte de MINI Recharged. El manejo cuidadoso del patrimonio histórico es una parte importante del concepto. Esto hace posible restaurar el Mini clásico a su estado original en una fecha posterior. Durante la conversión, el motor original de cada vehículo se marca y almacena para que pueda reutilizarse en caso de una futura modificación del Mini clásico.

"Lo que está desarrollando el equipo del proyecto preserva el carácter del Mini clásico y permite a sus fans disfrutar de un rendimiento completamente eléctrico. Con MINI Recharged, estamos conectando el pasado con el futuro de la marca", dice Bernd Körber, director de la marca MINI.

El proyecto MINI Recharged significa que la vida útil de un vehículo puede prolongarse de forma sostenible. A un Mini clásico ahora se le puede dar una nueva oportunidad de vida, acompañando a su dueño hacia el futuro, mientras mantiene su herencia tan querida. El sistema de propulsión es un motor eléctrico moderno que genera una potencia continua de hasta 90 kW y acelera el Mini clásico electrificado de 0 a 100 km/h en aproximadamente nueve segundos. La energía es suministrada por una batería de alto voltaje, que puede cargarse con una potencia de hasta 6.6 kW y permite una autonomía prevista de unos 160 kilómetros. Además, cada Mini clásico electrificado de MINI Recharged recibe el

característico grupo de instrumentos central, familiar desde los primeros días del clásico, que ahora muestra la temperatura de manejo, la marcha seleccionada, el rango y la velocidad.

Los fanáticos de MINI Recharged obtienen una experiencia de conducción completamente nueva; un tren motriz silencioso con aceleración instantánea y la capacidad de ingresar a las zonas de conducción eléctrica o de bajas emisiones de muchas grandes ciudades, de otra manera inaccesibles con un motor de combustión. Por ejemplo, el Mini clásico eléctrico puede conducir en Oxford Street o Piccadilly Circus en Londres, y una vez más ser parte del paisaje urbano, sin que el conductor tenga que pagar un impuesto ambiental (cargo por congestión) de antemano. Además, la conversión clásica eléctrica no necesita un nuevo registro.

MINI Recharged encaja a la perfección en la estrategia futura de la marca, que también incluye el aspecto de la economía circular. Para este proyecto, no se están produciendo vehículos nuevos, sino que se están creando a partir de autos existentes muy queridos. Permite que un Mini clásico comience una segunda vida más sostenible. Hoy, uno de cada cinco nuevos modelos MINI tiene una conducción electrificada y ahora el proyecto MINI Recharged permitirá que el amor por los vehículos clásicos de la marca se convierta en una experiencia que combina el pasado y el futuro.

El trabajo a medida del Mini clásico se lleva a cabo exclusivamente en el Reino Unido. Cada vehículo convertido recibe un número individual, lo que lo hace único. "La individualidad también juega un papel importante con MINI Recharged", dice Sebastian Beuchel, director de Gestión Global de la marca MINI. "Siempre se han creado modelos Mini clásicos únicos, que incluyen verdaderas obras de arte sobre ruedas. Es por eso que también se planean futuras colaboraciones como parte del programa MINI Recharged, lo que permitirá a artistas conocidos expresar su creatividad con modelos Mini clásicos especialmente diseñados."

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120,726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

www.bmwgroup.com

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

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Tellez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Alberto Velasco	alberto.velasco@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Julián Argüelles	julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva	tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Natalia Montoya	nmontoya@jeffreymgroup.com
Mariana Carrascoza	mcarrascoza@jeffreymgroup.com
María José García	mgarcia@jeffreymgroup.com
Pamela Navarro	pnavarro@jeffreymgroup.com
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica	bmwgrouplatam@jeffreymgroup.com

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Pilar Torres	ptorres@jeffreymgroup.com
Georgina Vázquez	gvazquez@jeffreymgroup.com
Eduardo Santiago	esantiago@jeffreymgroup.com
Rodrigo Mora	rmora@jeffreymgroup.com
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP	bmwplantaslp@jeffreymgroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/