

Comienzo de una nueva era: “Charismatic Simplicity”, el nuevo lenguaje de diseño para la familia MINI del futuro.

El estilo distintivo también está dando un gran salto adelante con la próxima generación de modelos completamente eléctricos de la marca Premium británica. Reducción sin concesiones, digitalización creando una experiencia de usuario intensiva, sustentabilidad presente en el ADN MINI, máxima emoción con mínima huella.

Múnich. Eléctrico, digital, sustentable y distintivo: la nueva generación de modelos MINI lleva el manejo divertido, la experiencia del usuario y la actitud responsable de la marca a una era completamente nueva. Su lenguaje de diseño con visión de futuro hace que esta transformación sea visible al instante. Combina los valores tradicionales de la marca con tecnología de punta y reconoce los principios elementales del diseño de vehículos, así como el carácter urbano del MINI y el espíritu innovador de su comunidad. El principio detrás de “Charismatic Simplicity” es un diseño que ayuda a cada nuevo modelo MINI a desarrollar un fuerte carácter individual propio, centrándose intuitivamente en la esencia de la marca con un lenguaje de diseño claro y reducido. Otro factor central del nuevo lenguaje de diseño es su elección de materiales con un ojo atento a la sustentabilidad. La próxima generación de modelos MINI tiene un interior sin cuero y prescinde casi por completo de elementos cromados.

Los modelos MINI del futuro reúnen un exterior moderno y purista y un diseño interior que se centra en lo esencial. Esto refleja el principio de uso creativo del espacio por el que el MINI ya es famoso. El nuevo lenguaje de diseño también aprovecha la oportunidad de electrificar el tren motriz para generar el manejo divertido que esperas de MINI completamente sin emisiones locales. “Los modelos MINI de propulsión puramente eléctrica nos brindan una oportunidad única para repensar nuestro diseño. Al mismo tiempo, conservamos la atención al detalle, el sentido de la tradición y la pasión por la innovación que caracterizan a MINI”, dice Oliver Heilmer, Director de MINI Design.

La arquitectura del vehículo para la nueva generación de modelos MINI se ha desarrollado para la movilidad puramente eléctrica desde el principio. Cada centímetro del espacio de instalación disponible se utiliza de manera aún más eficiente para la comodidad, el bienestar, la experiencia emocional y el placer de conducir de los ocupantes. Esto significa que todos los modelos MINI, independientemente de sus dimensiones exteriores, seguirán ofreciendo la combinación ideal de tamaño pequeño y espacio interior disponible en el futuro.

El núcleo de la marca también se integrará en la futura generación de modelos del MINI de 3 puertas, puramente eléctrico y orientado constantemente hacia el placer de conducir urbano. El sucesor del actual MINI Countryman también saldrá a la carretera con un propulsor puramente eléctrico. MINI también presentará pronto el estudio de concepto de un modelo crossover, completamente eléctrico, para el segmento Premium de automóviles pequeños. “El ADN del diseño de MINI aparecerá claramente en todos los modelos de esta nueva generación, sin dejar lugar a dudas sobre su afiliación con la marca”, anuncia Oliver Heilmer. “Al mismo tiempo, el equipo de diseño de MINI ha logrado crear sólidas

características de producto con acentos individuales que, más que nunca, subrayan una sensación de independencia”.

La creación de personalidades de vehículos independientes es una de las características centrales del nuevo lenguaje de diseño. “Charismatic Simplicity” le da a cada miembro de la futura familia de modelos MINI su propio carisma individual que se basa inequívocamente en el núcleo de la marca, reinterpretándolo con confianza y a su manera. La auténtica referencia a los valores esenciales de MINI se expresa en un lenguaje de diseño muy moderno que presenta superficies modeladas clara y limpiamente. “Charismatic Simplicity” reduce el número de componentes y se concentra en los elementos esenciales, lo que ayuda al diseño de los futuros modelos MINI a lograr una identidad emocional e intuitivamente perceptible.

“Combinamos el núcleo del ADN MINI con inspiración innovadora, estética y tecnológica en nuestro nuevo lenguaje de diseño”, dice Oliver Heilmer. “Esto significa que cada nuevo MINI sigue siendo un original genuino y al mismo tiempo preparado para el futuro”. Por ejemplo, la innovadora tecnología LED le da al diseño típico Union Jack de las luces traseras MINI combinadas, una variedad de formas creando una firma de luz individual para cada modelo.

La combinación de tradición y progreso crea una experiencia de usuario inmersiva en los interiores de los futuros modelos MINI, intensificando aún más la fuerte conexión tradicional entre la persona y el vehículo en MINI. “MINI es una marca urbana, cada faceta de cuyo diseño ayuda a que la vida en la ciudad sea lo más placentera y animada posible”, explica Oliver Heilmer. La clave de esto está tanto en la digitalización avanzada en el funcionamiento y la conectividad, como en un interior claramente diseñado con una funcionalidad intuitiva.

También en el puesto de conducción de los futuros modelos MINI, la reducción no significa tener que prescindir de ella. La tecnología OLED para la pantalla y la unidad de control completamente digital presentada por primera vez en el MINI Vision Urbanaut significa que se pueden combinar muchas más funciones en una sola unidad de control. Esto se presenta en el instrumento central circular arquetípico de MINI en el centro del tablero. MINI es el primer fabricante de vehículos del mundo en ofrecer una pantalla táctil con una superficie redonda totalmente utilizable. La innovadora tecnología de visualización allana el camino para un nuevo diseño de interfaz de usuario. Al mismo tiempo, el diseño MINI conserva las unidades de control analógicas, como los interruptores de palanca debajo de la interfaz central. Estos encarnan la atención al detalle y las características de diseño distintivas que transforman la funcionalidad intuitiva en una experiencia emocional.

“El futuro del diseño de MINI se basa en el coraje y la determinación para dar forma al cambio y estampar un perfil distintivo e inimitable en la marca”, dice Oliver Heilmer. Esto también incluye una gama de materiales con un enfoque implacable en la sustentabilidad. La nueva generación de modelos MINI se alejará por completo de las superficies de cuero y también reducirá casi a cero el uso de componentes cromados. Una actitud fundamental formada por un sentido de responsabilidad y un enfoque en el futuro se expresa a través de la electrificación, la producción que conserva los recursos, los estándares ambientales exigentes y una proporción cada vez mayor de materias primas secundarias, así como de materiales naturales y reciclados. Una huella ecológica mínima está profundamente arraigada en la tradición de la marca y MINI Design la incorpora de manera más integral que nunca en la nueva generación de modelos.

El estudio conceptual de un modelo crossover de la nueva generación MINI totalmente eléctrica proporcionará la primera vista previa completa del nuevo lenguaje de diseño para la familia de modelos totalmente eléctricos de próxima generación y se presentará al público por primera vez a finales de julio de 2022. Con él, MINI Design muestra cómo las innovaciones tecnológicas y una interpretación progresiva de la movilidad individual están llevando el lenguaje de diseño de la marca hacia el futuro con este prototipo.

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 2021 fue de aproximadamente 16.1 billones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 billones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 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 BMW Group en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la producción de la nueva generación del BMW Serie 3, y en 2021 se comunicó que ampliaba su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé que se exporta a todo el mundo.

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

Juan Bernardo Vázquez Mellado

vladimir.mello@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga
Edgar Tellez
Paula Argandoña

zolveing.zuniga@bmw.com.mx
edgar.tellez@bmw.com.mx
paula.argandona@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín
Julián Argüelles

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Rodiño

gonzalo.rodino@bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Joao Veloso
Paula Cichini

joao.veloso@bmw.com.br
paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

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

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@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/