

MINI presenta a Spike, el personaje digital de la nueva familia de modelos de la marca británica.

- Nuevo personaje digital llamado Spike.
- Estreno en “Auto Shanghai 2023” y en el MINI Concept Aceman.
- Experiencia de usuario típica de MINI presentada por primera vez en la nueva familia MINI.

Múnich. Spike, el amigo canino de la marca MINI, se reinventa y cobra vida en el mundo digital. Inspirado en la apariencia de un Bulldog Inglés, lo guía a través del concepto operativo de la futura familia de modelos MINI. En su papel como asistente personal inteligente de MINI, proporciona varias formas de apoyo. Spike hace su primera aparición importante en la feria comercial internacional “Auto Shanghai”, del 18 al 27 de abril de 2023, en China.

Allí, el amigo de cuatro patas reinventado se convertirá en un juguete artístico que dará la bienvenida a los visitantes al stand de MINI como una escultura de gran formato. Los juguetes de arte son obras de arte independientes que combinan elementos de juguetes y esculturas al estilo de la cultura pop urbana. Spike también aparecerá como protagonista activo en la cabina del nuevo MINI Concept Aceman. El nuevo modo Spike prepara el escenario perfecto para el compañero digital, que se presenta al público por primera vez en la pantalla central circular OLED y en el tablero. MINI permitirá una visión integral del mundo digital de la nueva familia de modelos y las diversas funciones de Spike en el transcurso de 2023.

Spike ha estado acompañando la historia de éxito de la marca Premium británica desde que el MINI moderno debutó en 2001. El bulldog, con su estatura compacta y poderosa, herencia británica y naturaleza simpática, se consideraba el equivalente animal perfecto del MINI incluso en ese momento. “MINI siempre será sinónimo de emociones y experiencias extraordinarias”, dijo Oliver Heilmer, Director de Diseño de MINI. “Es por eso que ahora estamos llevando a Spike al futuro como un personaje digital. Y no es solo un experimento de diseño: se está convirtiendo en un compañero con carácter para la experiencia del usuario”.

Para la comunidad MINI, el equipo de diseño de MINI desarrolló Spike desde un boceto inicial hasta un compañero versátil que llama la atención más allá del vehículo; ya se ha presentado como un juguete artístico como parte del estreno mundial del MINI Concept Aceman. Dondequiero que aparece Spike, ofrece experiencias inesperadas y encuentros emocionantes.

El lanzamiento de la nueva familia de modelos de la marca fortalece la conexión del vehículo con los estilos de vida individuales de los conductores. Esta conexión emocional entre la persona y el vehículo se fortalece con un personaje digital que Spike encarna a su manera personal.

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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones 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 es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los 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. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 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; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual 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 fabricación 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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

joao.veloso@bmw.com.br

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Tellez

edgar.tellez@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 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 – 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

bmwplantasp@jeffreygroup.com

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/