

MINI presenta los primeros detalles del diseño de su futura familia de modelos.

MINI se enorgullece de presentar los primeros cuatro elementos de diseño de su próxima familia de modelos, lo que brinda una vista previa del nuevo lenguaje de diseño: “Charismatic Simplicity”. Con un adelanto de la nueva pantalla OLED redonda, el volante moderno, así como los asientos y los rines de la nueva familia de modelos, MINI muestra cómo los valores tradicionales de la marca se pueden combinar con tecnologías avanzadas.

Múnich. MINI ofrece un primer vistazo del diseño que marca tendencia de la próxima familia de modelos completamente eléctricos: “Charismatic Simplicity” se llama el lenguaje de diseño reducido que se enfoca en lo esencial. Cada nuevo modelo MINI gana su propio carácter individual fuerte que se expresa en características de diseño distintivas, a la vez que exuda individualidad con una afiliación de marca clara. Los materiales sustentables son otra parte esencial del nuevo lenguaje de diseño.

“Con nuestro nuevo lenguaje de diseño “Charismatic Simplicity”, estamos repensando por completo el icónico MINI. Nuestro enfoque purista y progresivo combina la simplicidad de los elementos funcionales con la emotividad que caracteriza a MINI”, dice Oliver Heilmer, director de Diseño de MINI. “Estamos convencidos de que la reducción consciente a unos pocos elementos, pero expresivos, posibilitan innovaciones que antes hubiesen sido impensables”.

La pantalla OLED redonda combina la tradición con la tecnología más avanzada.

En el centro del interior visualmente reducido se encuentra la pantalla de instrumentos circular central icónica de MINI, que se reinterpretará en forma de una pantalla OLED en la próxima familia de modelos. MINI es el primer fabricante de automóviles del mundo en ofrecer una pantalla táctil con una superficie redonda totalmente utilizable. La pantalla OLED tiene un diámetro de 240 milímetros y combina las funciones del cuadro de instrumentos y el monitor de a bordo. El diseño elegante y el aspecto sin marco le confieren un aspecto de gran calidad. El control táctil permite una interfaz de usuario completamente nueva y minimalista que también controla las funciones integradas de infoentretenimiento y clima. Con el tablero purista como escenario para la pantalla central circular, MINI continúa con la herencia de diseño tradicional del MINI Classic.

Variedad de materiales de inspiración sustentable: volante y asientos.

Además de la pantalla central, el volante de la próxima familia de modelos también se rediseñó fundamentalmente. La versión de serie viene con un diseño de dos radios. La versión opcional añade un distintivo acabado en tejido como tercer elemento además de una geometría deportiva. La próxima familia de modelos MINI inspira con su variedad de materiales y colores sustentables y de alta calidad, así como con diseños textiles innovadores. Vibrant Silver es un acento de color recurrente, que agrega un toque especial con su apariencia metálica brillante, tanto en el exterior como en el interior.

La gama de asientos es igualmente diversa. Una combinación fresca de nuevos colores y patrones junto con elementos de estilo clásico como el patrón tipo “pata de gallo” construyen un puente entre el pasado y el futuro. Los paneles laterales de los asientos laminados se ven

particularmente valiosos y muestran la atención al detalle. Al igual que los reposabrazos integrados en los asientos por primera vez, contribuyen al ambiente hogareño del interior.

El nuevo diseño de rines promueve las dimensiones y la aerodinámica.

Los rines de aleación ligera completamente rediseñadas también siguen el principio del nuevo lenguaje de diseño. Los rines MINI de la próxima familia de modelos ya no se centran en la naturaleza escultórica de la estructura de los radios, sino en un diseño gráfico caracterizado por fuertes contrastes de color. Esto crea una ilusión de tamaño, que se enfatiza aún más con los radios que apuntan hacia afuera. El diseño minimalista de las ruedas bidimensionales contribuye a mejorar las cualidades aerodinámicas y aumentar el alcance con su diseño bidimensional algo compacto.

Con estos aspectos destacados del diseño innovador, MINI ya está dejando entrever el paso revolucionario que está dando el principio de “Charismatic Simplicity”. El nuevo lenguaje de diseño de MINI combina calidad, sostenibilidad y reinvención purista en perfecta síntesis con el ADN histórico de la marca.

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 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 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

joao.veloso@bmw.com.br

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

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

bmwplantaslp@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/