

Hace más de 10 años doce unidades del prototipo MINI E sentaban las bases de la movilidad eléctrica Premium en México y Latinoamérica.

- El MINI E fue el primer paso del “project i”, la estrategia de BMW Group que le dio vida a la submarca BMW i en 2013.
- El 25 de junio de 2012 una flotilla de 12 unidades del MINI E inició en Ciudad de México una serie de pruebas con instituciones gubernamentales, académicas, así como de investigación y desarrollo, lo que sentó las bases para la estrategia de electromovilidad de BMW Group en la Región de Latinoamérica.
- A más de 10 años de distancia, hoy BMW Group ofrece a sus clientes el portafolio de vehículos Premium de propulsión eléctrica más completo de la Región con productos de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad totalmente eléctricos.
- MINI será una marca completamente eléctrica en 2030.
- Para BMW Group el futuro es eléctrico, digital y circular.

Ciudad de México | 22 de junio de 2023. BMW Group tiene el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono hacia el año 2050. Para ello, el Grupo se ha impuesto una serie de ambiciosas metas de sustentabilidad con miras al 2030, con la electrificación como punta de lanza. BMW Group ya ofrece al menos un modelo completamente eléctrico en todos los segmentos relevantes y en la Región de Latinoamérica brinda a sus clientes el portafolio de vehículos Premium de propulsión eléctrica más completo de la industria con productos de sus marcas BMW, MINI y BMW Motorrad electrificados. A partir de 2025, los modelos Neue Klasse, que estrenarán la sexta generación de trenes motrices electrificados de BMW Group, aumentarán la cuota de entrega de vehículos totalmente eléctricos al 50 por ciento, mientras que reducirán aún más la huella de carbono durante todo el ciclo de vida del producto.

Lo anterior no sería posible sin el espíritu pionero y la visión a futuro que ha mantenido la compañía desde sus primeros días. Por ejemplo, hace más de 50 años, BMW presentó su primer ejercicio de electromovilidad al construir dos unidades BMW 1602 de propulsión completamente eléctrica, que se usaron como vehículos de apoyo durante las Olimpiadas de 1972, en Múnich, y donde ya se incorporaban tecnologías como la recuperación de energía.

Otro ejemplo es toda la investigación y desarrollo en torno al hidrógeno como una fuente de energía alternativa, que inició en el año 2000 con el BMW 750hL, el primer vehículo de hidrógeno basado en un modelo de producción. Hoy, el sistema de celdas de combustible de hidrógeno que proveen de energía al tren motriz eléctrico del BMW iX5 Hydrogen se encuentra en su fase pruebas con el fin de poderse convertir en un pilar más de los sistemas de propulsión que ofrece BMW Group a sus clientes.

El “project i” dio vida a BMW i.

En 2007, BMW Group creó el “project i” con el fin de explorar y desarrollar conceptos pioneros de movilidad sustentable. La intención de la iniciativa siempre fue generar una transferencia de conocimientos entre la compañía en su conjunto y los futuros proyectos de vehículos en particular. El “project i” le permitirá a BMW Group asegurar su posición como el proveedor líder de productos y servicios Premium para la movilidad individual también en el futuro. Con este fin, los ingenieros de desarrollo involucrados estuvieron enfocados siempre en toda la cadena de valor, ya que no solo los productos del futuro deberán ser sustentables, también cada parte relacionada con el proceso.

Como primer paso de esta estrategia, BMW Group realizó una serie de pruebas en condiciones reales con vehículos que funcionaban exclusivamente con energía eléctrica en distintos países. Para ello, en 2008 se desarrolló una flota de 612 unidades del prototipo MINI E, un MINI 3 Puertas, modificado prácticamente de manera manual, al que se le removieron los asientos traseros y en su lugar se colocó una batería de alto voltaje de iones de litio de 35 kWh, con la que recorría entre 130 km y 160 km. Además, el motor de combustión fue removido, para incorporar un motor eléctrico de 201 hp y 400 V. Las pruebas del MINI E comenzaron en 2009, principalmente en Europa y Estados Unidos.

Como segundo paso, en 2011, una flota de prueba de más de 1,000 vehículos BMW ActiveE, realizaron pruebas en Estados Unidos, Europa y China en formato principalmente de auto compartido. El BMW ActiveE era un BMW Serie 1 Coupé con propulsión completamente eléctrica, que a diferencia del MINI E, contaba con las 4 plazas disponibles. Posteriormente, una serie de vehículos concepto de BMW i vieron la luz: el BMW i3 Concept (previamente conocido como Megacity Vehicle), y el BMW i8 Concept, ambos en 2011, y un año después el BMW i3 Concept Coupé, así como el BMW i8 Concept Spyder. Finalmente, con el lanzamiento de la submarca BMW i en 2013, conocimos el BMW i3, el primer vehículo totalmente eléctrico del Grupo en llegar a la producción en serie, así como el súper deportivo BMW i8, el primer vehículo híbrido conectable de la compañía.

El MINI E llegó a Latinoamérica.

De 2009 a 2013, la flota de MINI E recorrió más de 16 millones de kilómetros en tres continentes y seis países, México entre ellos, por lo que la Región de Latinoamérica también fue parte de esta investigación. El 25 de junio de 2012, doce unidades MINI E comenzaron sus pruebas en Ciudad de México, donde instituciones gubernamentales y académicas, así como de investigación y desarrollo, realizaron pruebas y estudios sobre datos representativos del uso del vehículo bajo condiciones reales del tráfico.

Durante 2012 y 2013, los MINI E recorrieron más de 80,000 km en México, destacando la experiencia de manejo prácticamente mono pedal y el desempeño del vehículo en el arranque, gracias a la disponibilidad del torque del motor eléctrico desde el inicio. En promedio, la autonomía del MINI E fue de 130 kilómetros, el tiempo de carga de la batería fue de 4 horas, y recorrieron alrededor de 50 kilómetros diarios, superando las expectativas de todos los participantes.

Para mayor información visite: [Resultados del proyecto MINI E en México](#)

MINI será una marca completamente eléctrica en menos de 10 años.

La marca MINI va camino a un futuro totalmente eléctrico desde principios de la década de 2030. El MINI Cooper SE es ya el modelo de MINI más vendido a nivel mundial, difundiendo el “Go-Kart Feeling” y el manejo divertido típicos de la marca, ahora electrificados. El año pasado, el MINI Concept Aceman brindó un primer vistazo a la nueva familia MINI: totalmente eléctrico, sin cromo ni cuero, y con un diseño completamente nuevo.

La producción del nuevo MINI Countryman también comenzará en 2023, en la planta de BMW Group en Leipzig. El modelo crossover se ofrecerá tanto con un tren motriz puramente eléctrico como con motores de combustión interna. El único descapotable del mundo con un

sistema de propulsión puramente eléctrico también proviene de MINI: una edición limitada a 999 unidades del MINI Cooper SE Convertible está disponible exclusivamente para Europa.

Para BMW Group el futuro es eléctrico, digital y circular.

En 2021, BMW Group se convirtió en el primer fabricante alemán de vehículos en unirse al proyecto “Business Ambition for 1.5°C of the Science-Based Targets Initiative” y, por lo tanto, se comprometió con el objetivo de neutralidad climática completa en toda la cadena de valor para 2050 a más tardar. Para 2030, BMW Group ya planea reducir las emisiones de CO₂ en al menos un 40 % por vehículo durante todo el ciclo de vida (cadena de suministro, fase de producción y uso) en comparación con 2019.

Teniendo en cuenta todos los aspectos de la sustentabilidad holística, BMW Group tiene la intención de aumentar gradualmente el porcentaje de materiales reciclados y reutilizados en sus vehículos NEUE KLASSE desde el promedio actual de poco menos del 30%, utilizando el enfoque “Primero lo Secundario”. Además, para los modelos NEUE KLASSE, la compañía está explotando todo el potencial de la digitalización para hacer del vehículo un compañero inteligente. Un ejemplo es el Head-Up Display del futuro: el BMW Panoramic Vision, que se estrenará en estos vehículos, y que convertirá todo el parabrisas en un centro de información para los ocupantes.

BMW Group tiene como objetivo superar el total de 10 millones de vehículos totalmente eléctricos entregados a los clientes para 2030. Se espera un hito importante en este viaje en 2025, cuando es probable que se supere el hito de dos millones de vehículos totalmente eléctricos. Al igual que la marca MINI, los modelos urbanos de BMW Motorrad serán completamente eléctricos en 2030.

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

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Edgar Tellez

joao.veloso@bmw.com.brbernardo.vazquezmellado@bmw.com.mxzolveing.zuniga@bmw.com.mxedgar.tellez@bmw.com.mx**Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)**

Elizabeth Arreguín

Julián Argüelles

elizabeth.arreguin@bmw.com.mxjulian.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

Paula Cichini

fabiano.severo@bmw.com.brpaula.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/