

MINI también estuvo en el garaje de Enzo Ferrari.

- Enzo Ferrari, el fundador de una de las marcas de automóviles más legendarias de la historia, tenía una predilección por el Mini, admirando todas las formas en que el pequeño automóvil británico era innovador.
- Entre sus Minis, tuvo una edición especial del Cooper 1300 S, ganador del Rally de Montecarlo.

Enzo Ferrari, una de las figuras más icónicas de la industria automotriz y quien fue piloto de carreras en su juventud, tuvo también en su garaje diferentes modelos de Mini. En la conducción, no buscaba las mismas características en sus coches de carretera que en sus vehículos de competición. Más bien, apreciaba la ingeniería del Mini que impresionaba con su motor transversal que ahorra espacio y su suspensión totalmente independiente. Como hombre relativamente alto (aproximadamente 1.87 metros), también podía sentarse cómodamente detrás del volante. Se sabe que también era un fanático de la tracción delantera, especialmente en condiciones invernales desafiantes.

Cuando debutó la versión más deportiva, el Mini Cooper, solo era cuestión de tiempo antes de que Ferrari adquiriera un Mini para sí mismo. El número exacto de Minis que poseía Enzo Ferrari es incierto. John Cooper afirmó en una entrevista que Ferrari poseía tres diferentes modelos Cooper S. Sin embargo, es seguro que el legendario empresario poseía al menos dos Minis. Uno de ellos era un Cooper 1100 S, que más tarde le dio a su hijo Piero.

Además, recibió un Mini Cooper 1300 S especial, entregado personalmente por Sir Alec Issigonis, con quien compartía una admiración mutua por la ingeniería innovadora. Esta edición especial de Mini corresponde al modelo que logró victorias en el Rally de Montecarlo. El MINI Cooper 1300 S fue modificado de varias maneras, incluyendo las distintivas luces antiniebla situadas debajo de los faros. Además, tenía un tablero de nogal y asientos especiales; entre varias modificaciones diferentes, la mayoría estaban diseñadas para darle al coche un aspecto más deportivo. Originalmente pintado de rojo, el coche fue repintado de gris metálico más tarde, ya que Ferrari creía que solo los coches de su marca podían ser rojos. Curiosamente, el coche fue repintado de rojo más tarde en su vida.

El motor del MINI también fue modificado, aumentando su velocidad máxima a 95 mph (aproximadamente 153 km/h). El MINI pasó más tarde a ser propiedad de Giuseppe Navone, quien ganó la Mille Miglia en 1948 conduciendo un Ferrari 166 S y era el jefe del equipo de pruebas de Ferrari para coches de producción en ese momento. Se dice que el coche todavía

se utiliza hoy en día, lo que es un legado que pocos MINIs construidos hace décadas podrían esperar alcanzar.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11.0 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: [https://www.x.com/bmwgroup.](https://www.x.com/bmwgroup)

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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado 42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y 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. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, 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 manufactura 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.

Datos actualizados a enero 2025 referentes a cierre de año 2024.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arrequin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@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 – INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

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

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp@inkpr.com.mx

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/