

Haciendo olas. Los Mini Beach Cars.

- Nacidos en la bruma de Inglaterra y concebidos para recorrer las playas del mundo: los Mini Beach Cars de los años 60 eran únicos
- Su personalidad fresca podía iluminar cualquier playa.

Los Mini Beach Cars probablemente son muy deslumbrantes para manejar. Es probable que por eso no tengan puertas. Pero dejando las bromas de lado, hubo muchas razones por las que la British Motor Corporation –la empresa matriz de Austin y Morris en ese entonces– creó estos Minis especiales destinados a llamar la atención en todo el mundo. Una de las fuentes principales de inspiración fue la serie Fiat Jolly de Plage de coches de playa, creada a partir del Fiat 500 y 600 (entre otros) por mandato del jefe del grupo Fiat, Gianni Agnelli. Estos pequeños automóviles no presentaban pilares B, ventanillas ni puertas, y estaban pensados para una clientela que podría necesitar un cochecito de playa compacto para acompañar su yate. Algunos de los dueños más famosos de este tipo de autos incluían a Henry Ford, John Wayne y Grace Kelly. Pero, por supuesto, hoteles de lujo y campos de golf –en países donde la lluvia es un fenómeno poco frecuente– también eran posibles compradores de este tipo de automóviles. Pronto se creó una gran cantidad de coches de playa diferentes, no solo por Fiat, sino también por Renault y otros.

Pero ese no es el único motivo por el que tenían sentido para BMC. En ese momento, buscaban coches emocionantes y excepcionales para generar interés en la marca en Estados Unidos. Y los Mini Beach Cars parecían perfectos para ese propósito, tanto que la sucursal de BMC en San Francisco organizó incluso una carrera única con estos autos, con pilotos como Stirling Moss, Juan Manuel Fangio y Pedro Rodríguez. Aunque esto generó cierta cobertura mediática, la carrera probablemente resultó más arriesgada de lo que esperaban, ya que los pilotos inevitablemente cedían a la diversión de manejar los Mini y a sus propios impulsos competitivos, tanto que algunos Mini terminaron terminaban volcados.

Aunque se podría considerar a estos automóviles como juguetes de lujo para ricos, existía un caso de marketing y negocio muy sólido para su creación. Por eso, el Departamento Experimental de Longbridge de BMC recibió la tarea de crearlos. Se construyeron entre diciembre de 1961 y marzo de 1962. Al parecer, BMC consideró hacer los autos por pedido, pero eso no ocurrió.

La función de los Mini de playa fue cubierta finalmente por el Mini Moke, que inició producción en 1964. No se sabe cuántos de estos autos se crearon en total, pero se estima que fueron menos de 20. Los registros de producción de Longbridge señalan que se fabricaron 14 Beach Cars entre 1961 y 1962, todos con volante a la izquierda.

También hubo uno extra, de color marrón claro, con volante a la derecha, que fue entregado a la Reina Isabel II quien lo condujo en el Castillo de Windsor. También es importante señalar que no todos los Mini Beach Cars fueron hechos a partir de Minis normales. Se sabe que al menos un Mini Beach Car se construyó a partir del Wolseley Hornet o del Riley Elf, las versiones de tres cuerpos más lujosas del Mini, a veces referidas simplemente como un Mini

con maletero. Alec Issigonis incluso condujo uno de estos autos en la vista previa de prensa del lanzamiento del Mini Cooper en el circuito de prueba Chobham (ahora Longcross) en julio de 1961. Por lo tanto, es casi seguro que al menos 16 Mini Beach Cars fueron construidos por BMC, pero Pavesi, el carroceros milanés, también creó coches de playa en Italia basados en el Mini para clientes específicos que lo pedían para manejar por la Riviera.

Aunque el diseñador original del Mini aprobó el diseño de los coches, él no fue responsable de ello. En su lugar, el Jefe de Diseño de BMC, Dick Burzi –quien además tenía ancestros italianos– creó el techo flotante, sin pilares B. Originalmente, el coche no iba a tener techo salvo una lona que pudiera montarse y desmontarse cuando fuera necesario. Sin embargo, esta idea se abandonó a favor del techo permanente.

La falta de puertas hacía que el coche pareciera ligero y permitía que el aire se moviera sin obstrucciones. Agregó manijas cromadas –también en el tablero– para facilitar el acceso y, al menos en el diseño original, asientos de mimbre, una elección que también se utilizó en el Fiat Jolly.

Burzi también añadió algunos elementos cromados adicionales en el coche, pero aparte de eso, el Mini Beach Car básicamente seguiría siendo un Mini estándar. Es importante señalar que los Riviera Buggies –el apodo cariñoso de los Mini Beach Cars– no son completamente uniformes. Algunas versiones prescinden de algunos de los elementos cromados de Burzi, mientras que otras no cuentan con asientos de mimbre. En realidad, es bastante difícil encontrar uno de los Mini Beach Cars en la naturaleza. Algunos han sido rescatados y restaurados, y uno se vendió en subasta por 230,000 dólares de los Estados Unidos en el 2019. Es interesante preguntarse qué habría pasado si el Mini Beach Car se hubiera convertido en una parte permanente de la línea de Mini.

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>.

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 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 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.arreguin@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/