

## **Año exitoso para MINI: fuerte aumento de ventas en todas las regiones — más de 100,000 vehículos totalmente eléctricos entregados en 2025**

- Con 288,290 vehículos entregados, MINI se sitúa claramente por encima del año anterior (+17.7 %).
- Más de 100,000 vehículos totalmente eléctricos entregados a clientes. Uno de cada tres MINI vendidos en el mundo es ahora totalmente eléctrico.
- Crecimiento en todas las regiones de ventas.
- La submarca John Cooper Works continúa su éxito

**Múnich.** La marca MINI cierra un 2025 exitoso. Con un volumen total de 288,290 vehículos, MINI logró un aumento de ventas significativo del 1.7 % con respecto a 2024. Especialmente destacable es la elevada demanda de vehículos eléctricos de batería (BEV): con 105,535 MINI totalmente eléctricos entregados en 2025 (+87.9 %), la marca alcanzó un nuevo récord en electromovilidad, de modo que más de uno de cada tres MINI vendidos en el mundo es ahora eléctrico. En muchos mercados la cuota supera el 50 %, como en Países Bajos, Turquía, Suecia y China.

Jean-Philippe Parain, Director de la marca MINI subraya: “MINI incrementa de forma continuada la proporción de vehículos totalmente eléctricos, demostrando así su fortaleza innovadora y su orientación hacia el futuro. Nuestro sólido crecimiento de volumen en todas las regiones durante 2025 refleja claramente el atractivo excepcional de la familia de modelos MINI. El diseño icónico actualizado, la deportividad, la individualidad y la ampliación de la oferta eléctrica de MINI han satisfecho las expectativas de los clientes en todo el mundo”.

### **Motor de crecimiento: el mayor modelo del portafolio, el MINI Countryman**

Un impulsor del crecimiento fue el modelo más grande del portafolio de MINI, el MINI Countryman: con una participación del 32.4 % sobre el volumen total de MINI, subraya la experiencia de la marca en el segmento SUV. El Countryman combina el placer de conducción típico de MINI con un diseño innovador y gran versatilidad, ideal para cualquier reto al aire libre. En 2025 se vendieron 93,305 unidades en todo el mundo (+15.2 %); la versión totalmente eléctrica del Countryman registró un crecimiento de ventas del 81.8 % en comparación con 2024.

### **La submarca John Cooper Works alcanza cifras récord**

La deportiva submarca John Cooper Works (JCW) también marcó nuevos hitos en 2025: con 25.630 unidades vendidas, MINI JCW aumentó su volumen de ventas en un 59.5 % y alcanzó un nuevo récord. La cuota de vehículos JCW representó el 8.9 % del volumen total de MINI. En algunos mercados, como Reino Unido, Italia, Japón y Australia, los modelos MINI con mejoras de rendimiento registraron sus cifras de ventas más altas hasta la fecha.

### **La familia MINI Cooper**

La tradicional familia MINI Cooper —formada por el MINI Cooper 3 Puertas, el MINI Cooper 5 Puertas y el MINI Convertible— registró 162,789 unidades, lo que representa un

incremento de ventas del 10.3 % respecto al año anterior. La nueva generación del MINI Cooper Convertible, introducida únicamente en 2025, completó la familia de modelos con características exclusivas; con 22,491 unidades vendidas, alcanzó un crecimiento del 18.4%. El MINI Cooper 5 Puertas destaca por el placer de conducción característico de la marca, mayor habitabilidad y alta funcionalidad, y registró 47,850 unidades, un sólido crecimiento del 26.5 % frente a 2024.

### **2026 arranca con la nueva MINI Paul Smith Edition**

A partir de 2026, el MINI Cooper 3 Puertas, el MINI Cooper 5 Puertas y el MINI Convertible —en versiones eléctricas y de combustión— estarán disponibles en la nueva MINI Paul Smith Edition. Esta edición fusiona el estilo inconfundible del diseñador británico Paul Smith con el espíritu lúdico, optimista e independiente de la marca MINI. Tras las exitosas colaboraciones “MINI STRIP” (2021) y “MINI Recharged by Paul Smith” (2022), Paul Smith vuelve a incorporar su lenguaje de diseño mundialmente reconocido —“Classic with a twist” — a la familia 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](http://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](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

Erika Ferrer

[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)

Miroslava Rivas

[miroslava.rivas@bmw.com.mx](mailto:miroslava.rivas@bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina**

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

**Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil**

Fabiano Severo

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)

**Agencia de relaciones públicas regional - INK PR**

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

[BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx](mailto: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](mailto:plantabmwslp@inkpr.com.mx)

**BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup**

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreygroup.com](mailto:grupobmw@jeffreygroup.com)

**BMW Group PressClub**

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)

[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)

[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)

[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)