

Entrevista al Socio Corporativo

Juan Pablo Madrigal, Director de MINI para España

“Confiamos en una salida del Reino Unido de la UE que satisfaga a ambas partes”

MINI junto a BMW y Rolls Royce integran el Grupo BMW en España. La corporación automovilística es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad de alta gama.

Más allá de una empresa automovilística, MINI se define como “el reflejo de un estilo de vida”. Tiene la peculiaridad de ser la más pasional de todas las marcas del Grupo. MINI lleva en su ADN la capacidad de reinventarse constantemente, de captar y encauzar el espíritu de su tiempo, de responder a los cambios sociales y económicos, a la evolución de las necesidades de los clientes MINI y muy especialmente a la digitalización.

Juan Pablo Madrigal es el Director de MINI para España, una marca que se estableció en nuestro país en 1981. Durante el 2016, las ventas del Socio Corporativo de la British Chamber crecieron un 17%, alcanzando los 11.300 vehículos. Este mes, MINI lanzará a la venta la segunda generación de MINI Countryman.

Es reconocido el estilo británico de MINI, pero ¿en qué se traduce eso en resultados?

En el ADN de MINI está la herencia británica del origen y es parte de nuestro signo de identidad.

“España está entre los diez países más importantes para MINI en el mundo”

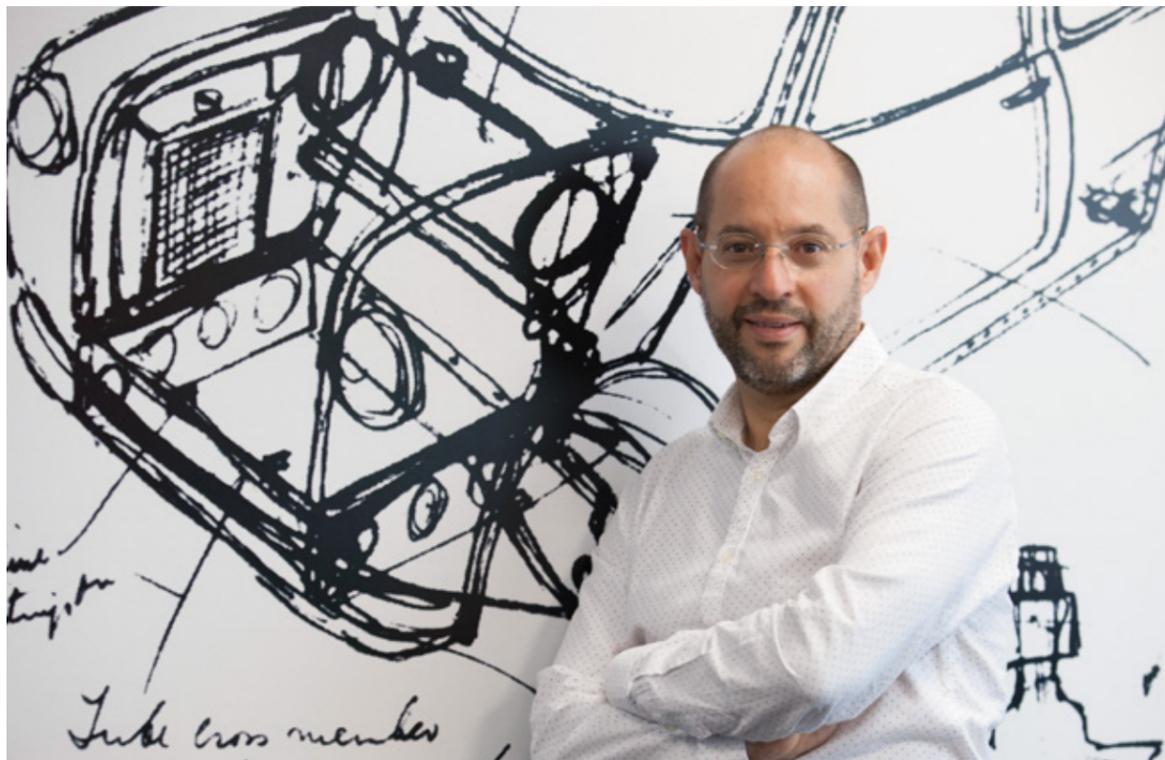
Las referencias al “British Style” están muy presentes en una de las más reconocidas características de nuestros MINI, que es la personalización e individualización de cada uno de nuestros coches, haciéndolos realmente únicos para cada propietario.

En términos de mercado, nuestra esencia inglesa es muy positiva para el crecimiento en ese mercado, que es un referente, en concreto en 2016 las ventas anuales de BMW y MINI en Europa alcanzaron el millón por primera vez en la historia, con un total de 1.091.192 vehículos, de ellos, más de un cuarto de millón de BMW y MINI se entregaron a clientes en Gran Bretaña, donde las ventas subieron un 9,2% en comparación al año anterior.

¿Qué sentimientos tienen ante la salida del Reino Unido de la UE?

Qué duda cabe que como cualquier otra empresa que tenga intereses en un mercado tan importante como es Gran Bretaña. MINI como parte del Grupo BMW está siguiendo con detenimiento e interés los acontecimientos relacionados con el Brexit, confiamos en que los anuncios que el gobierno inglés realice al respecto satisfagan los intereses de ambas partes.

Habéis apostado recientemente por la apertura en España de MINI HUB, ¿podrías comentarnos algo sobre este nuevo proyecto?



Juan Pablo Madrigal, Director de MINI para España

Desde 1959 MINI ha apostado por impulsar nuevas tendencias creativas y culturales. Con este mismo objetivo, se puso en marcha a finales del año pasado MINI HUB, un lugar de encuentro y de intercambio de ideas en el barrio

de Malasaña de Madrid, con el objetivo de contribuir a mejorar la vida en la ciudad lo máximo posible.

MINI HUB es un espacio con identidad propia, inclusivo y tolerante, que, apuesta por las nuevas tecnologías, las tendencias urbanas y por proyectos global thinking. Un espacio vivo y receptor de tendencias artísticas y culturales, donde se desarrollarán talleres, exposiciones, conciertos o actividades en familia.

La innovación, la creatividad y el intercambio de ideas están también presentes en su zona de Coworking, un punto de encuentro abierto a todo aquel que precise de un lugar para desarrollar sus proyectos y un lugar de trabajo y socialización, en el que generar contenido, establecer relaciones profesionales y compartir experiencias.

¿Cómo le ayuda la British Chamber?

La British Chamber nos ofrece una plataforma ideal para juntarnos con otras empresas británicas, pero también españolas, para intercambiar ideas, buscar sinergias y llegar a las personas más influyentes de la sociedad británica en España. Además, no podemos olvidar cuales son nuestros orígenes y la herencia que hemos mantenido y queremos mantener en nuestra marca, lo que significa que el contacto con la sociedad británica en España es muy importante para nosotros. Para eso hay que estar presentes, y creo que la visibilidad y el

Networking son, sin duda ninguna, los beneficios más importantes que nos presta la British Chamber.

¿Qué nivel alcanza el grupo en España?

La vinculación del público en España con la Marca británica (MINI) ha sido siempre muy importante, tanto es así que España está entre los 10 países más importantes del mundo en ventas y en penetración de mercado. De hecho, el nuevo MINI Countryman se ha presentado para la Red de Concesionarios de todo el mundo en España, en el País Vasco, hecho que ya sucedió además en 2014 en Madrid con el lanzamiento del actual MINI Hatch 3 puertas.

Y durante este mes, se lanzará la segunda generación del MINI Countryman.

Así es. Estará a la venta la segunda generación del MINI Countryman, un estreno con el que seguimos nuestra ofensiva en el segmento premium compacto y con la que en MINI queremos poner de manifiesto que la tradición de una marca de 57 años de historia no está reñida con su espíritu innovador. El nuevo MINI Countryman es el modelo más versátil y de mayor tamaño a lo largo de la historia de la marca. Su desarrollo completamente nuevo está unido a claros avances en materia de espaciosidad, funcionalidad, deportividad y características premium.

MINI en particular y el Grupo BMW en general apuestan por la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de nuestra estrategia. Esa es la razón por la que en MINI estamos especialmente orgullosos de que el nuevo MINI Countryman vaya a ser nuestro primer modelo con motor híbrido enchufable, disponible desde esta primavera 2017.