

BMW Group lanza el RE: BMW Circular Lab.

Con RE: BMW Circular Lab, BMW Group comparte una visión auténtica de la contribución de la empresa al desarrollo integral de productos, el uso cuidadoso de los recursos y la transformación hacia una economía circular. La plataforma también es una invitación a la colaboración y al intercambio.

Buenos Aires, 31 de agosto de 2021. BMW Group está lanzando su nueva plataforma de comunicación y experiencia “RE: BMW Circular Lab”.

El RE: BMW Circular Lab es una invitación a acompañar a BMW Group en su viaje de transformación hacia una economía circular. RE: BMW Circular Lab se centra en el pensamiento circular y la conciencia de nuevos cursos de acción sustentables. BMW Group tiene como objetivo utilizar RE: BMW Circular Lab para crear conciencia sobre la circularidad: circular en lugar de lineal. Repensar todo el proceso. Reducir lo que se puede reducir y reutilizar lo que se puede reutilizar al máximo.

Plataforma de comunicación y experiencia para mejorar el diálogo, la cooperación y nuevas perspectivas.

La nueva plataforma de comunicación y experiencia RE: BMW Circular Lab es una experiencia híbrida para todos los usuarios. Su objetivo es comunicar de una manera transparente, interactiva y accesible para todos el desarrollo de BMW Group como una organización sustentable. Numerosas características y narraciones interesantes e informativas ofrecen una visión auténtica del progreso de BMW Group hacia el desarrollo integral de productos, el uso responsable de los recursos y su transformación en una economía circular.

En este camino, BMW Group se guía por cuatro principios básicos: RE: pensar, RE: reducir, RE: utilizar y RE: ciclar. BMW Group utiliza RE: BMW Circular Lab para contar la historia de su transformación sobre la base de estos principios; sin embargo, la plataforma también es una invitación a colaborar y participar en la discusión. Para subrayar la alegría de descubrir nuevas perspectivas, el RE: BMW Circular Lab invita a todos a recorrer este camino y dar forma al futuro colectivamente. Se pone especial énfasis en la interactividad y el diálogo: los usuarios pueden asistir a talleres analógicos y digitales y utilizar las redes sociales para experimentar la transformación de BMW Group en una economía circular. Asimismo, los conocimientos sobre temas como la economía y el diseño circular tienen como objetivo proporcionar ideas interesantes para la acción personal.

Cuatro principios rectores: RE: pensar, RE: reducir, RE: utilizar y RE: ciclar.

Una descripción general de los cuatro principios de la economía circular:

RE: pensar - La circularidad se encuentra presente en todas las deliberaciones.

Los principios clave son RE: ducir, RE: utilizar y RE: ciclar durante todo el proceso y mucho más allá: nuevos materiales, nuevas tecnologías, nuevos procesos y sobre todo nuevas ideas. Consiste en repensar todas las actividades dentro de BMW Group y mucho más allá.

RE: ducir - Usar menos para lograr más, donde y como se pueda.

Esto abre un enorme campo creativo para ideas y posibilidades. Imaginar un nuevo segmento premium para el futuro, con nuevos materiales, diferentes componentes y combinaciones flexibles. El arte consiste en dejar cosas fuera sin comprometer la experiencia de conducción.

RE: utilizar - Extender el uso de todos los productos durante el mayor tiempo posible.

Extender y ampliar el valor, las posibles aplicaciones y el uso de todos los productos mediante la modernización, las funciones digitales y muchas otras opciones. Los nuevos conceptos de movilidad proporcionarán un interior que se puede utilizar de diversas formas: para reuniones de trabajo, para reuniones con amigos y como sala de estar adicional. Y, naturalmente, conducir de A a B. Lo importante es el uso diario y cómo podemos inspirar a los clientes todos los días.

RE: ciclar - Mantener los recursos en circulación el mayor tiempo posible.

Usar tantos monomateriales sin mezclar como sea posible. Utilizar materiales que ya están en circulación, como plástico, aluminio y acero reciclado. Las conexiones desmontables son esenciales para un fácil desmontaje. Poder separar los materiales con mayor facilidad hace que sea más fácil reciclarlos. Lo importante es la huella medioambiental de todos los productos y las operaciones comerciales en su conjunto.

Diversión descubriendo la circularidad con los Héroes Circulares.

BMW Group está restableciendo fundamentalmente su estrategia de diseño con un diseño circular, que se centra en la circularidad durante todo el proceso de diseño y mucho más allá. “El diseño circular se trata de crear más con menos; menos recursos, más emoción”, dice Adrian van Hooydonk, vicepresidente senior de BMW Group Design, al explicar la fascinación del diseño circular.

Los principios del diseño circular cobran vida de manera lúdica con los Héroes Circulares, cuatro personajes sustentables creados por la arquitecta y diseñadora Patricia Urquiola que exploran constantemente las posibilidades del diseño, la forma, los materiales y el color. “Cada vez que trabajo con BMW, aprendo algo nuevo sobre la movilidad y las posibilidades que ofrece, pero este proyecto en particular es único. Tuve la oportunidad de experimentar, trabajar con modelos utópicos e incluso aventurarme más allá de los límites del diseño”, dice la diseñadora Patricia Urquiola, refiriéndose a su trabajo en Héroes Circulares. Como cada Héroe Circular representa los diversos tipos de unión entre piezas y materiales, cada uno de ellos tiene su propio enfoque específico.

BMW Group entiende el RE: BMW Circular Lab como una invitación a unirse a él en el camino circular y dar forma al futuro, con el objetivo de descubrir nuevas perspectivas juntos.

Con motivo de la IAA Mobility en Munich, el RE: BMW Circular Lab se presentará en el BMW Group Open Space (Max-Joseph-Platz, Munich). Se invita a los visitantes a participar en talleres interactivos.

Descubra el laboratorio circular RE: BMW ahora: www.bmw.com/circular-lab

RE: BMW Circular Lab.

BMW Group es pionero en el desarrollo de una economía circular y una gestión eficiente de los recursos. Con RE: BMW Circular Lab, BMW Group comparte una visión auténtica de la contribución de la empresa al desarrollo integral de productos, el uso cuidadoso de los recursos y la transformación hacia una economía circular. La plataforma es también una invitación para la colaboración y el intercambio: el RE: BMW Circular Lab invita a todos a emprender el viaje para dar forma al futuro y descubrir nuevas perspectivas.

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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2020, BMW Group vendió más de 2,3 millones vehículos y más de 169 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120.726 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.

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.



Para mayor información favor de contactar a:

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

gonzalo.rodino@bmw.com.ar
tania.silva@partner.bmw.com.ar