

MINI Living en la exhibición “China House Vision”.

La cuarta interpretación del concepto MINI Living Urban Cabin se presenta en la exposición de arquitectura “China House Vision”, la cual está inspirada en modelos de vivienda tradicionales de Pekín, así como en el desarrollo de ideas innovadoras para ofrecer la máxima calidad de vida en un espacio mínimo.

Múnich/Pekín, 21 de septiembre de 2018. MINI presenta la nueva **MINI Living Urban Cabin** en la exhibición de arquitectura interdisciplinaria “China House Vision” que se realiza en Pekín del 21 de septiembre al 4 de noviembre de 2018. El micro-concepto fue desarrollado en cooperación con el arquitecto local Dayong Sun.

La **MINI Living Urban Cabin** en Pekín ya es la cuarta interpretación del concepto que MINI LIVING desarrolló el año pasado, la cual ofrece espacio vital temporal con alta flexibilidad y muchas posibilidades, en una superficie de tan solo 15 m². Un enfoque de diseño en particular es la identidad local y la cultura de la ubicación específica en cada caso. Después de estaciones en Londres, Nueva York y Los Ángeles, la última fuente de inspiración es ahora Pekín.

El tema central del proyecto es explorar cómo el espacio puede ser utilizado de una manera innovadora, se puede crear un nuevo sentimiento de comunidad y un máximo de calidad de vida utilizando una superficie mínima. Para lograrlo, la **MINI living Urban Cabin** de Pekín reinterpreta las formas tradicionales de la vivienda urbana en China, estimulando así un diálogo sobre la vida comunitaria en la ciudad.

MINI LIVING inició en 2016 y está dedicado a desarrollar nuevos conceptos residenciales para zonas urbanas en todo el mundo. Se tienen en cuenta la dinámica desarrollos en las grandes ciudades, como espacios reducidos y el incremento de precios, así como el deseo de flexibilidad, identidad local e interacción en la comunidad. Para estos aspectos, el proyecto adopta el principio de “uso creativo del espacio” desarrollado para el clásico MINI en el campo del diseño automotriz aplicado al contexto residencial.

MINI Living Urban Cabin Pekín: Formato visionario con raíces históricas.

Cada **MINI Living Urban Cabin** está compuesta de tres elementos formales. El equipo de MINI Living Design diseñó la sala y recámara en un lado del micro departamento, mientras que la cocina y el baño está en otra. La tercera sección es definida por MINI como un espacio de experiencias con carácter de una instalación. Para cada **MINI Living Urban Cabin** se invitó a un despacho de arquitectos locales para que lo diseñara. El tema elegido siempre tenía que ser relevante para cada ubicación. En Pekín, este espacio experimental fue desarrollado en colaboración con el arquitecto local Dayong Sun, quien creó un área abierta de encuentro como un homenaje a los patios de los hutongs tradicionales. Los espejos dorados tipo telescopio se montan sobre este espacio interactivo, reflejando el entorno inmediato, pero también el contexto urbano más amplio. Las instalaciones de almacenamiento y asientos colocadas alrededor de la **MINI Living Urban Cabin** están diseñadas en formas geométricas recordando al tradicional tangram chino que actúa como un atractivo a la contemplación.

El diseño de Dayong Sun está inspirado en los hutongs, que abundan en los distritos antiguos de Pekín. Estas viviendas, características de la historia arquitectónica de la ciudad, están compuestas de casas con patio y corredores, que son particularmente apreciados por la combinación que ofrecen de espacios privados y de vivienda. Este modelo está gradualmente desapareciendo de la arquitectura urbana como resultado del cambio demográfico. La **MINI Living Urban Cabin** en Pekín se basa en la idea subyacente al hutong y la traslada a la modernidad.

Red global de soluciones de vivienda creativas.

La MINI Living Urban Cabin se centra en los estímulos prospectivos para un estilo de arquitectura residencial que se centra en los seres y su necesidad de individualidad, flexibilidad y comunidad. “Cada **MINI Living Urban Cabin** crea la máxima calidad de vida en un espacio muy limitado en un contexto situacional específico”, explica Oke Hauser, líder creativo de MINI Living. “El resultado es una red global de soluciones residenciales creativas en las que las personas de todo el mundo se sienten como en casa, mientras que al mismo tiempo proporcionan un espacio público para formas innovadoras de convivencia”.

Con su formato básico individual y su elaboración, las diversas interpretaciones del concepto de **MINI Living Urban Cabin** demuestran posibilidades creativas que ofrecen los micro-departamentos. Esto los ha convertido en el precursor del primer proyecto de convivencia en China, que se inaugurará en Shanghai en 2019. MINI colabora con el desarrollador chino de proyectos NOVA Property Investment Co. para convertir un complejo industrial sin utilizar en el distrito de Jing'An en una instalación multidimensional que consta de departamentos y espacios de trabajo, así como instalaciones culturales y de recreación.

Además del uso creativo del espacio, el concepto ofrece a los residentes la máxima flexibilidad con unidades residenciales de diferentes tamaños y un vibrante vecindario urbano. Esta combinación creativa de privacidad personal y oportunidades para la interacción comunitaria se complementa con una amplia gama de servicios que se pueden reservar de manera digital, lo que establece un nivel completamente nuevo de calidad de vida en el entorno urbano de una ciudad moderna.

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 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2017, el Grupo BMW vendió 2 millones 463 mil 500 vehículos y más de 164 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2016 fue de aproximadamente 9 mil 67 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 94 mil 16 millones de euros. El 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 124,729 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

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 2014 el 20 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 iniciará operaciones en el 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

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

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

Vladimir Mello vladimir.mello@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado bernardo.vazquezmellado@bmw.com

Zolveing Zúñiga zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Téllez edgar.tellez@bmw.com.mx

Tania Gomora tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graber christine.graber@bmwgroup.com

Elizabeth Arreguín elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Allan Díaz allan.diaz@partner.bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Vladimir Mello vladimir.mello@bmw.com.mx

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210 martha.resendiz@porternovelli.com

Pablo Durán Teléfono: 52 5 5010 3214 pablo.duran@porternovelli.com

Osvelia Ramírez Teléfono: 52 5 5010 3200 osvelia.ramirez@porternovelli.com

www.press.bmwgroup.com/mx.html

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: <http://www.youtube.com/user/BMW>