

Creando el futuro: Designworks abre un nuevo estudio en Santa Mónica.

- La subsidiaria de BMW Group ofrece un impulso intersectorial para la innovación, el diseño y la sustentabilidad.
- Un ambiente creativo inspira el futuro de la movilidad.
- Los procesos digitales abren nuevas posibilidades para la creatividad y las comunicaciones en el campo del diseño.

Múnich / Santa Mónica. Designworks está abriendo un nuevo estudio en Santa Mónica, California, cerca de uno de los centros de movilidad más importantes y complejos del mundo, en **el corazón de "Silicon Beach"**, el punto de acceso de diseño, medios y tecnología que marca tendencia en el Sur de California. Con una misión de dar forma al futuro de la movilidad, el nuevo estudio de Designworks obtendrá su inspiración de este entorno en su trabajo a nombre de BMW Group, y tendrá clientes de varias otras industrias que van desde la movilidad y el transporte hasta la electrónica de consumo, infraestructura de carga y espacios interiores. Siendo tanto un estudio de diseño como un conjunto de expertos creativos, Designworks identifica tendencias globales y proporciona inspiración en las áreas de la innovación, el diseño, y la sustentabilidad.

La nueva ubicación prepara a Designworks LA para el futuro.

Durante los últimos 50 años, las capacidades y negocios de Designworks se han expandido: desde crear inicialmente modelos clásicos de arcilla para el diseño de vehículos hasta desarrollar soluciones holísticas de movilidad que sirven a todo el ecosistema de los espacios urbanos.

"Santa Mónica es un banco de pruebas para las soluciones de movilidad innovadoras y sustentables del mañana," afirma Adrian van Hooydonk, Vicepresidente Senior de BMW Group Design y anterior Director de Designworks. "Aquí, Designworks generará impulsos valiosos, inspiración, e ideas nuevas para el diseño de las marcas de BMW Group."

El nuevo estudio, el cual cubre un área de aproximadamente 5,000 metros cuadrados, es el más grande de los tres estudios de Designworks de todo el mundo, incluyendo las ubicaciones en Múnich y Shanghai. La estructura y el equipo de cada una de estas instalaciones apoyan el desarrollo y la transformación del diseño físico al digital.

"Nuestro nuevo estudio nos permite explotar por completo las libertades que nos proporciona la digitalización," afirmó el Director de Designworks, Holger Hampf. "La interacción personal continúa siendo un punto focal, pero trabajamos de forma diferente en Santa Mónica: en este nuevo espacio laboral, nuestros procesos están dirigidos hacia la comunicación virtual, y podemos dar vida a los resultados de nuestro trabajo para nuestros clientes de una manera completamente nueva.

Integración del arte y el diseño para dar forma al futuro.

La apertura oficial del nuevo estudio de Designworks coincidirá con Frieze Los Ángeles, la muestra de arte que BMW Group ha apoyado como socio desde hace años. Del 16 al 19 de febrero, creativos y amantes del arte de todo el mundo se reunirán en el espacio de exhibición en el Aeropuerto de Santa Mónica. La combinación de arte y diseño tradicionalmente ha tenido un

papel fundamental en el trabajo creativo de BMW Group Design. "Tanto artistas como diseñadores son pensadores vanguardistas que cuestionan el status quo, aceleran la transformación y dan forma al futuro," afirma van Hooydonk, "como el artista Thomas Demand: Él y yo compartimos un fuerte interés en los desarrollos sociales y culturales que nos ayuda a evaluar qué tan relevante es nuestro trabajo para el futuro."

Hasta qué punto el arte y el diseño pueden inspirarse mutuamente se ejemplificó en el periodo previo a la presentación del BMW Vision M NEXT en 2019. Adrian van Hooydonk invitó al artista alemán y profesor universitario Thomas Demand para fotografiar al Vehículo Vision mucho antes de su revelación oficial. Demand construyó partes del vehículo en papel, con lo que capturó las ideas centrales del vehículo de manera artística. Tomó las fotografías sin revelar el diseño completo, y éstas se convirtieron en las primeras imágenes del vehículo en ser reveladas por BMW.

Designworks como el grupo de expertos creativos de BMW Group. Siendo una subsidiaria de BMW Group, Designworks está involucrado en muchos proyectos internos de diseño dentro de la compañía. Además, el intercambio de las ideas y la experiencia desarrolladas mediante el trabajo del estudio con clientes externos de otros sectores proporciona **una perspectiva "de afuera hacia adentro" la cual ayuda a informar y enriquecer el desarrollo del** enfoque centrado en el usuario de la compañía. De esta manera, Designworks desarrolló dos estudios innovadores para la marca BMW que combinan la sustentabilidad con un diseño visionario. En cooperación con empresas emergentes, también está experimentando con métodos de producción completamente nuevos y materiales reciclables, compatibles con el medio ambiente, tales como textiles hechos a base de bacterias, libres de plástico, y no de origen animal, los cuales dan a las superficies un aspecto y sensación de alta calidad y proporcionan una durabilidad elevada.

El vehículo de carreras BMW M Hybrid V8, el cual recientemente debutó en las 24 Horas de Daytona, se originó en Designworks. Su diseño combina detalles tradicionales con la tecnología requerida para un desempeño eficiente en la pista de carreras. La pintura recuerda los colores de los vehículos clásicos de carreras y trae al presente elementos de cinco décadas de la historia del automovilismo deportivo.

Para el Consumer Electronics Show (CES) más reciente en Las Vegas, Designworks creó una app especial para acompañar la presentación del BMW i Vision Dee, un vehículo de visión enfocada en el futuro el cual cuenta con tecnología de cambio de color E Ink. La app permite a los usuarios **crear un "gemelo digital" del vehículo en cualquier color o patrón con su teléfono inteligente,** y proyectarlo virtualmente en cualquier superficie, demostrando cómo el concepto puede vivir tanto en el mundo real como el virtual.

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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 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.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

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; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los 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. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 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; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual 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 fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo.

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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Edgar Tellez

joao.veloso@bmw.com.br

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

edgar.tellez@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguin

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@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
Paula Cichini

fabiano.severo@bmw.com.br
paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@jeffreygroup.com

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/