BMW GROUP
Latinoamérica

BMW Group y "Reality Labs de Meta" presentan la investigación conjunta para interconectar dispositivos de realidad extendida con el ecosistema de vehículos digitales.

- Este proyecto es una investigación pionera para la potencial estandarización industrial.
- Los dispositivos de consumo de realidad extendida (XR, por sus siglas en inglés) pueden ser cada vez más importantes para los clientes en el futuro.

Múnich / Mountain View | 18 de mayo de 2023. Las oficinas tecnológicas de BMW Group Estados Unidos en Mountain View presentan una actualización de la investigación con "Reality Labs Research de Meta", demostrando por primera vez, la habilidad de mostrar con exactitud contenido de Realidad Virtual (VR, por sus siglas en inglés) estable y de Realidad Mixta (MR, por sus siglas en inglés) a los pasajeros en un vehículo en movimiento rápido; incluso al dar vueltas, al pasar por baches de velocidad y al acelerar. Mediante la integración del sistema de monitoreo de Meta Quest con los datos de sensores de BMW, los investigadores habilitaron una serie de experiencias estables en "vehículo cerrado" de juegos, entretenimiento, productividad y meditación.

Claus Dorrer, Director de las Oficinas Tecnológicas de BMW Group de los Estados Unidos en Mountain View compartió: "es muy pronto para decir con exactitud cómo o cuándo esta tecnología llegará a las manos de los clientes, pero visualizamos una gran cantidad de casos de uso potenciales para dispositivos XR en vehículos: desde asistencia para el conductor para localizar su vehículo en un estacionamiento lleno, hasta alertarlo sobre peligros en el camino y proporcionar información importante sobre la condición del vehículo. Las implicaciones de las gafas AR y los dispositivos VR del futuro – tanto para pasajeros como para conductores – son prometedoras. La asociación de investigación con Meta nos permitirá descubrir cómo se pueden ver en el futuro las experiencias XR inmersivas dentro del vehículo y encabezar la integración perfecta de dichos dispositivos en los vehículos".

El prototipo de prueba de concepto supera los desafíos técnicos clave.
Los auriculares de VR utilizan cámaras y sensores de movimiento para entender su posición exacta, por lo que cuando el usuario mueve la cabeza o voltea alrededor, el contenido virtual permanece estable. Sin embargo, en vehículos en movimiento rápido, los sensores de los auriculares se confunden con las señales contradictorias del movimiento del dispositivo dentro del vehículo y el movimiento del vehículo en el mundo. Dicho en otras palabras, los sensores de movimiento de los auriculares piensan que se está moviendo, pero sus cámaras piensan que está detenido al ver el interior del vehículo.

Esta discordancia significa que los auriculares de VR de la actualidad no pueden mostrar contenido virtual estable al viajar dentro de un vehículo en movimiento rápido; particularmente si el vehículo acelera, da una vuelta rápida o se encuentra con baches en el camino.

Para resolver este problema, los investigadores de BMW y Meta colaboraron para incorporar información de un conjunto de sensores de un vehículo BMW en el sistema de monitoreo de un Meta Quest Pro. Esto permitió que el sistema de monitoreo calculara de manera simultánea la

ubicación del dispositivo en relación con el vehículo y la ubicación del vehículo en movimiento en relación con el mundo. Permitiéndole anclar con exactitud objetos virtuales en un vehículo en movimiento y demostrar experiencias convincentes de VR y MR para pasajeros.

Richard Newcombe, Vicepresidente de Ciencia de la Investigación de Reality Labs Research comentó: "nuestro prototipo de investigación demuestra que podemos permitir experiencias entretenidas y cómodas para pasajeros que estén ancladas al vehículo mismo; incluyendo capacidades de VR y MR de juegos, entretenimiento, productividad e incluso meditación. La tecnología tiene el potencial de transformar la forma en la que podemos interactuar de manera segura con nuestro entorno mientras viajamos. Y a medida que avanzamos hacia contenido confiable en el camino a las gafas de AR, esperamos que sea posible que los pasajeros vean cosas como marcadores para puntos de referencia, restaurantes, lugares de interés y más".

Combinar los datos de movimiento generados por el vehículo con las capacidades del sensor de los auriculares de XR nos permitió sustraer el movimiento del vehículo y monitorear con mayor precisión el movimiento de los auriculares en un vehículo. Esto, a su vez, nos permitió generar contenido que esté sincronizado con el movimiento del vehículo en tiempo real, tanto dentro como fuera del vehículo a velocidades elevadas; independientemente de si el vehículo está en una calle llana y recta o en una carretera llena de baches con curvas cerradas.

Este prototipo de prueba de concepto demuestra: una gama completa de movimientos de una persona en un vehículo (conocido como seis grados de libertad); y una experiencia XR que calcula de manera simultánea la ubicación de los auriculares en relación con el vehículo y la ubicación del vehículo en movimiento en relación con el mundo, mediante la integración con los sensores del vehículo.

BMW Group ha tenido éxito en ser el pionero de las tecnologías digitales como acceso al vehículo basado en la Digital Key y en el impulso de la estandarización de la industria para tales innovaciones. La red global de oficinas tecnológicas de la compañía ha sido crucial para el arranque de dichos proyectos de innovación. BMW Group está abierto para incluir socios adicionales con el fin de lograr el objetivo de crear un estándar de la industria para conectar dispositivos electrónicos de consumo de XR a los vehículos. Para el potencial desarrollo en serie, BMW Group está comprometido con el principio de privacidad por diseño. Esto significa que, en todo el desarrollo de características digitales, BMW Group avanza para asegurar que los datos del cliente estén protegidos y sean procesados de manera segura de conformidad con los requerimientos de la privacidad de datos mediante procesos establecidos – en todos los mercados en los que opera el Grupo.

Para conocer más acerca del proyecto, puede visitar el sitio: Reality Labs de Meta

***

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. 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.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica
Joao Veloso joao.veloso@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx
Zolveing Zúñiga zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Tellez edgar.tellez@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)
Elizabeth Arreguín 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 fabiano.severo@bmw.com.br
Paula Cichini 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/