

BMW Group pone en funcionamiento un nuevo laboratorio para probar los faros y la iluminación exterior.

- Light Channel Next de BMW Group es la herramienta de desarrollo más extensa de la compañía en forma de un canal con 132 metros de longitud, dentro de un antiguo almacén.
- La tecnología de punta permite una simulación realista de diferentes escenarios de prueba para la iluminación de carreteras y efectos de iluminación.

Múnich. BMW Group ahora tiene un nuevo laboratorio a su disposición, con una herramienta en forma de un canal de luz, para probar los faros y la iluminación exterior de nuevos modelos. El nuevo Light Channel Next, construido en un antiguo almacén de refacciones en Unterschleißheim, cerca de Múnich, es una de las instalaciones más grandes y modernas de su tipo en el mundo. Permite a los diseñadores y desarrolladores analizar y optimizar todos los componentes de las luces del vehículo a través de la simulación precisa de diferentes escenarios en modelos reales. Además de diferentes tipos de sustratos, las condiciones de iluminación ambiental para cualquier momento del día y de la noche también se pueden reproducir de forma realista.

En el nuevo laboratorio, los desarrolladores centran su atención principalmente en la integración de faros altamente adaptables, que garantizan una iluminación segura de la carretera y los alrededores, así como una conducción sin fatiga. Sin embargo, además de ser un factor importante en la seguridad, las luces del vehículo también son una cuestión de estética para todas las marcas de BMW Group. Las luces de conducción diurna con un diseño llamativo forman parte del equipamiento de iluminación de los modelos actuales, así como la parrilla iluminada, "Iconic Glow", y sin dejar de mencionar las distintivas luces traseras de MINI con su diseño Union Jack o la alfombra de luz dinámica, que añade un efecto de iluminación en la zona de entrada del vehículo. Los diseños de iluminación innovadores y los efectos de iluminación individuales dan a cada modelo un aspecto inconfundible.

"Para BMW Group, la luz es un tema que gana constantemente en importancia. Con el nuevo Light Channel Next, esperamos un futuro de traer ideas innovadoras al vehículo y al mercado que dejarán una impresión duradera en los clientes y mejorarán la seguridad vial", dice el experto en iluminación Christian Jebas.

BMW Light Channel Next llega donde las computadoras llegan a sus límites.

Cuando se trata del desarrollo de nuevos sistemas de iluminación, las simulaciones asistidas por computadora proporcionan una base sólida. Sin embargo, a pesar de los grandes avances en el campo de la realidad virtual y mixta, una evaluación directa de la luz en el vehículo real sigue siendo indispensable para los ingenieros y diseñadores de BMW Group. El nuevo laboratorio ofrece las condiciones perfectas para ello.

Con 132 metros, Light Channel Next es la herramienta de desarrollo más extensa de BMW Group. La superficie de prueba también tiene alrededor de 22 metros de ancho. Esto significa que los desarrolladores y diseñadores tienen a su disposición una superficie total de casi 3,000 metros

cuadrados. La instalación también incluye un taller para la preparación de los prototipos para las pruebas de luz. La entrada en funcionamiento del nuevo laboratorio se produce tras unos tres años de construcción. La ubicación en Unterschleißheim está cerca del Centro de Investigación e Innovación (FIZ) de BMW Group, al norte de Múnich.

Cuatro superficies rectificadas para pruebas de luz exhaustivas en todas las condiciones.

Una de las características más importantes del nuevo laboratorio son las condiciones del suelo. Hay cuatro superficies diferentes disponibles para analizar tecnologías de luz y diseños de luz recientemente desarrollados. La zona central tiene una superficie asfáltica, que ha sido sometida a un proceso especial de rectificado superficial para envejecerla artificialmente. Sus características de reflexión corresponden a las de una carretera, lo que permite evaluar el color y la homogeneidad de distribuciones de luces de cruce estáticas o variables.

Además, se puede utilizar un sendero o incluso un revestimiento de piso de estacionamiento subterráneo común para analizar las alfombras de luz distintivas de BMW. Los desarrolladores incluso tienen acceso a un suelo aceitado de tipo parquet del tipo que se utiliza para presentaciones de vehículos en ferias comerciales.

El BMW Light Channel Next simula las condiciones de iluminación en todo momento del día.

Para evitar reflejos no deseados en las paredes o el techo, todo el canal de luz está pintado en un color negro mate especial que absorbe la luz. También se montan trampas de luz en la zona de las paredes para que la habitación, a excepción del suelo, absorba toda la luz. Otras superficies están diseñadas deliberadamente para proporcionar un claro reflejo visible de la luz incidente. El nuevo laboratorio tiene así un muro de prueba de 18 metros de ancho y tres metros de alto con una característica de radiación lambertiana. Este puede reducirse si es necesario y se usa para medir las franjas de color en el límite claro/oscuro de las distribuciones de los faros de luz de cruce o para el ajuste preciso de la inclinación de los faros. El equipo del canal de luz también incluye una vela de luz de unos 80 metros cuadrados para detectar cualquier luz parásita no deseada.

Para evaluar las luces de señales que también están activas durante el día, por ejemplo, los intermitentes o las luces de circulación diurna, una pared de luz diurna de diez metros de ancho y cinco metros de alto proporciona un gran fondo claro. Esto se puede variar no solo en términos de luminosidad, sino también de temperatura de color. De esta manera, las condiciones de luz del mediodía se pueden simular tan bien como las de la tarde. Para garantizar un posicionamiento reproducible de los vehículos de prueba, los modelos se alinean de forma totalmente automática a lo largo del eje longitudinal por medio de un soporte de centrado. Esto no solo aumenta la precisión, sino que también ahorra un tiempo valioso que, de otro modo, se desperdiciaría en maniobras complejas.

Como instrumento clave en el desarrollo de nuevos conceptos de iluminación, Light Channel Next comenzará a operar con efecto inmediato. Sus numerosas características y diversas posibilidades de aplicación ayudarán a lograr la mejor calidad posible para el cliente y simplificarán enormemente el trabajo diario de los ingenieros. La transformación parcial de un almacén existente significó que fue posible reducir los costos al mínimo y maximizar el beneficio para el desarrollo de vehículos.

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.br

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/