

## **BMW Motorrad es galardonada por su sala de marca dentro del Instituto de Marca y Clientes de BMW Group.**

**Sala de marca interactiva y multisensorial en el Instituto de Marca y Clientes de BMW Group: "The Resonance Space".**

**Múnich.** El Instituto de Marca y Clientes dentro del BMW Welt, en Múnich, es único en la industria automotriz. Aquí, tanto los empleados como los socios seleccionados tienen la oportunidad de sumergirse en las marcas de BMW Group. Además de BMW, MINI y Rolls-Royce Motor Cars, BMW Motorrad también tiene su propia sala de marca en el Instituto de Marca y Clientes de BMW Group desde enero de 2022.

### **Red Dot Award: Brand & Communication Design, así como iF DESIGN AWARD: Brand Architecture.**

La sala de la marca BMW Motorrad fue reconocida como "Arquitectura de Marca" en la categoría "Comunicación Espacial" en el Red Dot Award: Brand & Communication Design, ya el año pasado. El reconocido premio de diseño "Red Dot Design Award" invita a participar desde 1954. Su marca registrada, el punto rojo, es conocida internacionalmente como un sello de calidad y también se ha consolidado en la categoría "Diseño de Comunicación" desde la década de 1990.

Ahora sigue otro reconocimiento significativo con el iF DESIGN AWARD: una marca reconocida mundialmente por su excelente diseño desde 1954 y se encuentra entre los principales premios de diseño del mundo. BMW Motorrad pudo impresionar al jurado de 133 expertos, independientes e internacionales para este premio que se presenta anualmente, lo que significa que la sala de la marca BMW Motorrad ahora ha recibido dos de las distinciones de diseño más reconocidas a nivel mundial.

El desafío al diseñar la sala de la marca BMW Motorrad fue traducir el cautivador espíritu de la marca en un espacio de marca interactivo en una superficie de 38 metros cuadrados dentro de las instalaciones existentes. El resultado fue una interacción en varios niveles: la experiencia emocional de la marca para los participantes se fusiona con el diseño arquitectónico y un programa de formación de marca concebido emocionalmente.

Para lograr esta combinación, se desarrolló un diseño interior holístico y multisensorial que integra características estructurales como la icónica fachada de vidrio del edificio en el concepto arquitectónico.

A su vez, proporciona un soporte óptimo para la experiencia interactiva en el espacio por medio de elementos únicos y adicionales en el estilo distintivo de la marca: un desafío arquitectónico y conceptual que se dominó de manera ejemplar y ganó el premio iF DESIGN AWARD Brand Architecture – Interior Design y el Red Dot Award: Brands & Communication Design.

Stephan Reiff, Vicepresidente para Clientes, Marca y Ventas comentó: "Nuestra sala de la marca BMW Motorrad permite capacitar continuamente a los colaboradores y socios, difundir el espíritu de la marca en toda la organización e informar a los empleados de BMW Group sobre la estrategia de la marca BMW Motorrad. Estamos encantados de que nuestra sala de marca haya ganado dos premios importantes en un corto espacio de tiempo y lo vemos como una gran confirmación de nuestro concepto".

#### **La sala de la marca BMW Motorrad: experimentar la marca.**

BMW Group y sus marcas mueven a las personas de la mejor manera posible. En consecuencia, BMW Motorrad anticipa las necesidades de los clientes y los desafíos comerciales, siempre en busca de la mejor solución general. Para experiencias personales, individuales y distintivas. Para respaldar esto, las salas de marca en el Instituto de Marca y Clientes de BMW Group ofrecen fascinantes puntos de acceso a la marca que brindan a los visitantes información sobre las áreas temáticas de enfoque de las marcas.

En la sala de la marca BMW Motorrad, gerentes, empleados y socios seleccionados conocen la marca BMW Motorrad y sus facetas. En las sesiones de formación de un día de BMW Group Brand Mover, los participantes aprenden de forma atractiva cómo funciona la marca BMW Motorrad y qué la hace especial. La promesa de la marca en sí misma, 'Make Life a Ride', transmite un estilo de vida activo y una actitud orientada a la experiencia que inspira y une a todos los fanáticos y clientes.

La sala de la marca BMW Motorrad surgió de un concepto experiencial holístico: un espacio estimulante y multisensorial con una arquitectura que refleja auténticamente la marca BMW Motorrad, pero sin imponerse. En cambio, los visitantes exploran la marca y su mundo de experiencia a través del descubrimiento práctico. Sin mostrar motos BMW, la marca se escenifica a través

de objetos típicos de la vida de los motociclistas de una manera que despierta la curiosidad y fomenta la exploración.

Elementos como el sonido y la luz se combinan perfectamente con la impresión espacial y las fases de entrenamiento. En el centro de la sala, la fogata creada a partir de paneles de fibra óptica en forma de escultura de luz simboliza la reunión de motociclistas, como un lugar para el diálogo y la comunicación y como un símbolo de la conexión con clientes y fanáticos a través de la marca BMW Motorrad.

Los estímulos acústicos y visuales apropiados, la iluminación atmosférica de la escultura de luz y los materiales naturales seleccionados utilizados para el mobiliario aseguran una atmósfera auténtica que transmite el aire libre y la experiencia de primera mano. Enmarcado por tres estantes múltiples a la altura del techo, con puntos focales temáticos específicos del cliente, el resultado es un espacio experiencial que representa de manera memorable todas las facetas de la marca BMW Motorrad y despierta emociones y creatividad en los visitantes.

**Entrenamiento BMW Motorrad Brand Mover: pensar fuera, instintos encendidos.**

Ha sido posible experimentar la marca BMW Motorrad junto con las otras marcas del Grupo en la sala de la marca BMW Motorrad, dentro del BMW Welt, en Múnich desde enero de 2022. El Entrenamiento Brand Mover, que se lleva a cabo allí, implica que los participantes aprendan más sobre la marca BMW Motorrad y sus tipos de clientes de una manera interactiva y cautivadora. Esto sucede no solo visualmente, sino también al aprovechar todos los sentidos: oler, oír, sentir y tocar. Totalmente de acuerdo con el lema: pensando fuera, instintos encendidos.

\*\*\*

**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](http://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                   | <a href="mailto:joao.veloso@bmw.com.mx">joao.veloso@bmw.com.mx</a>                         |
| Juan Bernardo Vázquez Mellado | <a href="mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx">bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx</a> |
| Zolveing Zúñiga               | <a href="mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx">zolveing.zuniga@bmw.com.mx</a>                 |
| Edgar Tellez                  | <a href="mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx">edgar.tellez@bmw.com.mx</a>                       |

**Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)**

|                    |                                                                                  |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Elizabeth Arreguín | <a href="mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx">elizabeth.arreguin@bmw.com.mx</a> |
| Julián Argüelles   | <a href="mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx">julian.arguelles@bmw.com.mx</a>     |

**Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina**

|                     |                                                                                                    |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gonzalo Di Gregorio | <a href="mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar">gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar</a> |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil**

|                |                                                                          |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Fabiano Severo | <a href="mailto:fabiano.severo@bmw.com.br">fabiano.severo@bmw.com.br</a> |
| Paula Cichini  | <a href="mailto:paula.cichini@bmw.com.br">paula.cichini@bmw.com.br</a>   |

**Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup**

|                                               |                                                                                    |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica | <a href="mailto:bmwgrouplatam@jeffreygroup.com">bmwgrouplatam@jeffreygroup.com</a> |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|

**BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup**

|                                            |                                                                                  |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP | <a href="mailto:bmwplantaslp@jeffreygroup.com">bmwplantaslp@jeffreygroup.com</a> |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|

**BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup**

|                                        |                                                                          |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil | <a href="mailto:grupobmw@jeffreygroup.com">grupobmw@jeffreygroup.com</a> |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|

**BMW Group PressClub**

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)  
[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)  
[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)  
[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)