

BMW Startup Garage presenta innovaciones en tiempo récord.

- Videojuegos dentro del vehículo disponibles en modelos de producción solo unos meses después del lanzamiento del proyecto.
- BMW Startup Garage 2022 completa 32 proyectos.
- BMW Group amplía la cooperación internacional con nuevas empresas.

Múnich. De la idea a la función de serie en solo unos meses: BMW Group y la nueva empresa suiza AirConsole han lanzado una solución desarrollada conjuntamente para videojuegos dentro del vehículo en un tiempo récord. Desde julio, los conductores y pasajeros de BMW pueden pasar el tiempo con videojuegos en la pantalla curva del vehículo durante los descansos, utilizando sus teléfonos inteligentes como controladores. La función está disponible por primera vez con el lanzamiento del nuevo BMW Serie 5 y se ofrecerá sucesivamente para otros modelos*. Esta innovadora colaboración demuestra el éxito del modelo de cliente de riesgo desarrollado por el fabricante de vehículos para BMW Startup Garage.

Acceso rápido a ideas de puesta en marcha para BMW Group.

La característica especial de esta forma de colaboración es que los fundadores conservan sus acciones en su empresa, ya que BMW no participa como inversor, sino como cliente ("cliente de riesgo"). **"Startup Garage promueve la integración de tecnologías de inicio de última generación en toda la organización"**, comenta Toni Plöchl, gerente de I+D de inicio en BMW. BMW apoya a las empresas emergentes con la experiencia concentrada de un grupo automotriz internacional y, a cambio, obtiene acceso rápido a nuevas ideas.

"Fue impresionante lo rápido que pudimos trabajar con el departamento de investigación de BMW como resultado del BMW Startup Garage. Esta era la única forma de obtener la solución de AirConsole para videojuegos dentro del vehículo de un prototipo a una característica de serie de BMW lo más rápido posible", comenta Anthony Cliquot, director ejecutivo de N-Dream, la compañía detrás de AirConsole.

BMW también se benefició del enfoque de la puesta en marcha. Plöchl: "Gracias al modelo de cliente de riesgo, la prueba de concepto se completó en un tiempo récord. Esto demuestra la agilidad y la eficacia de nuestro enfoque".

Nuevo número récord de proyectos. Se prevé un mayor aumento.

El año pasado, la unidad de clientes de riesgo completó un total de 32 proyectos piloto con empresas emergentes líderes. Desde que se fundó BMW Startup Garage, 20 empresas emergentes han logrado convertirse en proveedores regulares después del proyecto piloto.

Los videojuegos dentro del vehículo con AirConsole son el primer proyecto de desarrollo que ha dado el salto a los modelos de producción y pueden ser experimentados directamente por los clientes que usan sus vehículos. En otras áreas, como la producción, también se han puesto en

marcha proyectos, por ejemplo en lo que respecta a la conducción automatizada en las instalaciones de la fábrica. Para aumentar la eficiencia logística, los vehículos se mueven de forma independiente dentro del área de montaje y luego a las áreas de estacionamiento de logística, de forma segura y sin conductor. En este proyecto, BMW Group está trabajando junto con las empresas emergentes Seoul Robotics (Corea del Sur) y Embotech (Suiza).

"En 2023, queremos superar aún más el número récord actual de proyectos piloto con nuevas empresas", anuncia Plöchl. "Las nuevas empresas que tienen ideas tan geniales como los videojuegos en el automóvil y se enfocan en experiencias inmersivas en el vehículo y otros temas relacionados con la digitalización de la movilidad pueden postularse para el programa de clientes de riesgo en cualquier momento". Además, las actividades internacionales se ampliarán como parte del programa. "Los Estados Unidos son actualmente de especial interés para nosotros", dice Plöchl. BMW ya tiene dos "Tech Offices" allí, en Mountain View y Greenville. Sin embargo, también es posible cooperar con BMW Startup Garage en las otras ubicaciones con una "Tech Office" en Tel Aviv (Israel), Singapur, Shanghái (China), Seúl (Corea del Sur) y Tokio (Japón).

* De fábrica: BMW Serie 7, BMW iX, BMW i4 de producción 07/23: BMW X5, BMW X6, BMW X7, BMW XM, BMW X5 M, BMW X6 M desde la fecha de producción 08/23. Otros modelos de BMW del segmento mediano en adelante seguirán gradualmente. Otros vehículos que se pueden actualizar al sistema operativo BMW 8.5 en una fecha posterior a través de la actualización de software remota incluyen: BMW Serie 7 a partir de la fecha de producción 07/22: BMW iX a partir de la fecha de producción 23/03: BMW X5, BMW X6, BMW X7, BMW XM, BMW X5 M, BMW X6 M a partir de la fecha de producción 04/23.

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 de 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

Erika Ferrer

erika.ferrer@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/