



Octubre 21, 2020

Los diseñadores de Volkswagen aprovechan las herramientas digitales para seguir creando

- Desde el inicio de la pandemia, los diseñadores de Volkswagen realizan su trabajo utilizando realidad virtual con mayor frecuencia, para diseñar vehículos de forma más ágil, amigable y segura.

Hace algunos meses, Marco Pavone, Jefe de Diseño Exterior de Volkswagen, era un viajero frecuente. España, China, Estados Unidos, no había mes en el que no viajara. “Estábamos totalmente convencidos de que las decisiones importantes se discutían mejor personalmente. El diseño se basa en el hecho de que uno observa las formas desde la misma perspectiva y puede mostrar los cambios”, señala Pavone. Llegó entonces el coronavirus, y los viajes de negocios se convirtieron en un tema vedado. “Al principio fue un *shock*”, confiesa Pavone, pero fue algo pasajero. Mientras tanto, los diseñadores aprendieron a reemplazar un gran porcentaje de los viajes con reuniones en línea. Se ha mejorado la tecnología con la que se contaba. Es uno de muchos ejemplos que demuestran cómo Volkswagen se está convirtiendo en una empresa más digital y sustentable en medio de la pandemia.

Pavone describe una de sus recientes reuniones de la siguiente manera: en lugar de ir al aeropuerto, va al Wolfsburg Design Center por la mañana. Algunos de sus colegas lo esperan en el gran salón de presentaciones –y una pared LED de 18 metros. Los participantes de China y Brasil, quienes hubiesen tenido que viajar para estar en la reunión, están conectados. Entonces, Pavone presenta el modelo virtual de un nuevo vehículo. Explica qué es lo que su equipo ha cambiado desde la última sesión y por qué. Incluso puede mostrar detalles con gran claridad sobre la pared de video, casi como si fuese un auto real. “Sabemos que podemos confiar en la tecnología”, asevera Pavone.

50 toneladas de CO₂ ahorradas

Los formatos digitales no sólo permiten colaborar durante la era del coronavirus, también benefician al medio ambiente. Veamos el ejemplo de Marco Pavone: “El año pasado hice 13 viajes de negocio por avión”, reporta. Cuatro veces a China, una vez a Estados Unidos, dos veces a Brasil y seis veces a Barcelona. Estos viajes sumaron casi 133,000 kilómetros volados, con emisiones de CO₂ estimadas de 50 toneladas. Desde el brote de la pandemia, no ha tomado ningún vuelo. Si bien es cierto que las conferencias en línea consumen electricidad y producen también emisiones de CO₂, el balance ecológico es mucho mejor que haberse desplazado a otros continentes.

Contacto para prensa
Volkswagen México
Marion Fröhner
Relaciones Públicas
marion.frohner@vw.com.mx

Volkswagen México
Ingrid Serrano
Relaciones Públicas
sara.serrano@vw.com.mx



Más información en:
<https://www.vw.com.mx/>



También ayudó a los diseñadores el hecho de que ya habían digitalizado muchos de sus procesos de trabajo antes de la pandemia. Un ejemplo es el uso de gafas de datos, que los diseñadores, ingenieros y desarrolladores utilizan para trabajar juntos usando realidad virtual. La demanda de modelos de arcilla de los vehículos físicos también se había reducido considerablemente antes del coronavirus. Lo anterior permitió tomar decisiones más rápidamente y ahorrar millones.

Ahora los diseñadores van un paso más allá: su objetivo es diseñar un auto para un evento automovilístico que se realizará el próximo año utilizando por primera vez medios virtuales exclusivamente. Sin el paso intermedio del modelo de arcilla, los ingenieros crearán el auto directamente de los diseños digitales. “El mundo 3D se asemeja mucho a la realidad. Nunca hubiésemos pensado que esto sería posible”, dijo Pavone.

La vida cotidiana se vuelve más flexible

Para muchos empleados, las posibilidades que ofrece la colaboración digital son de gran valor. Como en muchas áreas, los diseñadores trabajan actualmente desde casa, y solamente se reúnen en las oficinas por razones especiales. “Algunos colegas ahora están llevando a sus hijos al colegio y después se sientan frente a la computadora. Para mí eso no es un problema. De cualquier forma, las ideas creativas no surgen oprimiendo un botón”.

Los diseñadores desean utilizar las amplias posibilidades digitales aún después de la pandemia. Los ahorros de tiempo, costos y emisiones que afectan al clima son importantes. “Supongo que tendremos una combinación de reuniones virtuales y algunos encuentros cara a cara”, anticipa Pavone. Y espera volver a tener reuniones físicas. “Después de todo, somos personas”.

¿Sería posible hacerlo sin dichos encuentros en el largo plazo? A lo que Pavone comenta que “Por más buenas que sean las posibilidades digitales, es posible que los errores se pasen por alto. El diseño perfecto puede crearse únicamente cuando vemos el modelo bajo la luz del sol, en el mundo real. Después de todo, el auto se va a manejar en las calles, no sobre una pantalla”.

Es preciso mencionar que, Marco Pavone y Klaus Zyciora encabezaron el equipo que se encargó de diseñar el Nuevo Taos, recientemente presentado a nivel mundial desde la planta de Puebla en México. Con este modelo la firma alemana complementa su ofensiva en el segmento SUV para el mercado Norteamericano.

Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la planta armadora de vehículos se localizan en la ciudad de Puebla, en la capital del estado, a 120 km al sureste de la ciudad de México. En enero de 2013, en Silao, inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. En 2019, Volkswagen de México produjo 443,414 vehículos en su planta de Puebla y 333,354 motores en la planta de Silao. Asentada sobre una superficie de 300 hectáreas, la planta de vehículos de Volkswagen de México es una de las más grandes del Grupo Volkswagen. En la planta de Puebla se producen los modelos: Jetta, Golf y Tiguan, versión larga; así como motores, ejes y catalizadores. La Planta de Motores Guanajuato está edificada sobre una superficie de 60 hectáreas y produce la tercera generación de los motores EA888 para las plantas de vehículos de Volkswagen en Puebla, Chattanooga (Estados Unidos) y Audi, en San José Chiapa (Puebla). Volkswagen de México comercializa en el mercado doméstico las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, Audi, Bentley y Porsche. En 2019, estas marcas entregaron

Comunicado



181,691 vehículos ligeros a sus clientes.
