



La marca BMW anuncia la renovación de su alianza con el Club INFINITY y así continúa su apoyo a los Esports en Latinoamérica.

- Después de un año de exitosa colaboración entre BMW y el Club INFINITY, ambas marcas se encuentran listas para iniciar una nueva etapa; además de las competencias, se desarrollarán proyectos nuevos para promover los deportes electrónicos en Latinoamérica.
- El BMW Serie 2 Gran Coupé, con un diseño personalizado para Club INFINITY, acompañará a los distintos equipos en las competencias y eventos presenciales en la Ciudad de México.

Ciudad de México, 20 de junio de 2022. A mediados de 2021, la marca BMW anunció su incursión en la industria de los deportes electrónicos profesionales en Latinoamérica, a través de la alianza estratégica con el Club [INFINITY](#). A un año de la exitosa colaboración, BMW y Club INFINITY se encuentran listos para iniciar una nueva etapa de su proyecto con actividades que fomenten y difundan los Esports profesionales en la región.

A partir de 2020, la marca BMW en Alemania ingresó al mundo de los deportes electrónicos de manera contundente a través de alianzas estratégicas con equipos profesionales de Esports en Europa, Estados Unidos, China y Corea del Sur. Por lo anterior, en 2021 BMW en Latinoamérica se alineó a esta estrategia global al sumarse al proyecto de INFINITY: principal club de deportes electrónicos en Latinoamérica, y sumar esfuerzo para dar a conocer la innovación tecnológica de la marca bávara en el público joven.

"Estamos muy satisfechos de haber replicado la estrategia global de la marca BMW casi a la par en la región de Latinoamérica. Club INFINITY es un sólido grupo enfocado en desarrollar talento latinoamericano dentro de los Esports, lo cual se alinea a los valores de nosotros: innovación, desarrollo tecnológico y foco en las nuevas generaciones.

Estamos listos para emprender los siguientes pasos en esta alianza, por ejemplo: estamos enfocados en la generación de contenidos que nos ayudarán a promover y dar más difusión a los conceptos de Esports, con lo cual estamos seguros de que creceremos la comunidad", compartió Arturo Orenday, Director de marca BMW para BMW Group Latinoamérica.

Club INFINITY: el semillero de talento latinoamericano.

Uno de los objetivos de la incursión de la marca BMW en los Esports en Latinoamérica es el impulso a esta disciplina y el apoyo al talento de la región. Club INFINITY se ha destacado en Latinoamérica por apoyar a la formación de jugadores profesionales locales. Esto se demuestra con sus equipos que están integrados por jugadores y staff provenientes de países como: México, Colombia, Perú, Argentina, Costa Rica, Guatemala, Chile, entre otros. Además de tres "Gaming Houses" ubicadas: dos en Ciudad de México y una en Lima, Perú.

Así mismo Club INFINITY cuenta con una cúpula de directivos conformada por expertos en Deportes Electrónicos, los cuales con su amplia experiencia y visión estratégica en Esports, han



logrado identificar al talento en diferentes países e integrar equipos sólidos; permitiéndoles destacar en Latinoamérica y participar en Torneos Internacionales.

“Nos sentimos muy felices de renovar nuestra relación con la marca BMW. La participación activa de la marca ha contribuido al éxito deportivo logrado por INFINITY en el último año y al enriquecimiento del ecosistema de deportes electrónicos en Latinoamérica. Para este segundo año juntos esperamos traer nuevos y mejores contenidos a la comunidad de la región y contribuir para que la marca **BMW tenga mejores oportunidades de conectar con los fans”**, aseguró Nicolás Lescano, owner y director de comunicación y marketing del club.

Retos y logros de Club INFINITY.

Club INFINITY buscará desde junio alcanzar su quinta copa de la Liga Latinoamericana de League of Legends (LLA) y de esta manera el pase a Worlds 2022, evento que por primera vez tendrá su fase inicial en CDMX.

En total Club INFINITY cuenta con 29 campeonatos en juegos tan diversos como LoL, Valorant, Free Fire, FIFA, Gran Turismo, Dota2, entre otros. Además de haber participado en torneos mundialistas en Corea del Sur, Islandia, Reino Unido, Río de Janeiro, entre otros.

El BMW Serie 2 Gran Coupé: el placer de conducir rumbo a los estadios gamers.

Dentro de la reactivación de actividades presenciales de 2022 del Club INFINITY, la marca BMW les asignó un BMW M235i xDrive Gran Coupé. El cual acompaña a los equipos de INFINITY a las diferentes justas deportivas presenciales que se realizan en los estadios gamers de la Ciudad de México.

El BMW M235i xDrive Gran Coupé fue decorado con un diseño personalizado, en vinil que envuelve su carrocería, para el Club INFINITY, en el cual: el color naranja hace alusión a su logotipo institucional; y las figuras en formas de fuego representan la pasión que los jugadores de INFINITY entregan en las justas deportivas.

LLA: inicia el torneo de Clausura 2022.

INFINITY tiene por delante el gran desafío de levantar su quinta copa en la Liga Latinoamericana de League of Legends (LLA) y representar a Latinoamérica en el Worlds 2022, evento que por primera vez en la historia tendrá su fase inicial en CDMX.

El Torneo de Clausura 2022 de la Liga Latinoamericana de League of Legends (LLA) inició el sábado 11 de junio, la temporada regular, los playoffs y finales se desarrollarán entre junio, julio y agosto. El calendario oficial de los juegos puede consultarse en el sitio oficial de RIOT Games: <https://lolesports.com/schedule?leagues=lla,msi>

Es importante mencionar que después de dos años de iniciada la contingencia sanitaria, los partidos se reactivarán en la Arena de Artz Pedregal en formato presencial con público en vivo. Por lo que los interesados en asistir pueden adquirir sus boletos en el sitio oficial de <https://www.cinemex.com>



Así mismo, se continuarán con las transmisiones en vivo de cada uno de los encuentros a través de los canales oficiales de RIOT Games en Twitch y YouTube:

<https://www.youtube.com/c/lla>

<https://www.twitch.tv/LLA>

Acerca del Club INFINITY:

[INFINITY](#) es el principal club de deportes electrónicos en Latinoamérica. Se construyó a partir del éxito de sus resultados deportivos en League of Legends (LoL) para luego expandirse a diversos juegos en el continente. Entre sus principales logros en LoL se destacan el campeonato Clausura 2018 de la Liga Latinoamericana Norte (LLN), triunfo que lo llevó a participar del Mundial de Corea en donde hizo historia obteniendo la mejor participación hasta el momento de un equipo latinoamericano. Asimismo, en 2018 ganó la gran final disputada en Santiago de Chile al campeón de la Copa Latinoamericana Sur (CLS) y acaba de coronarse bicampeón en 2021, obteniendo el Apertura y Clausura de la [Liga Latinoamericana](#) (LLA). Además, y como parte de su expansión regional se encuentra compitiendo en los siguientes Esports: FIFA eWorld Cup, PUBG, Counter-Strike, Gran Turismo, Dota2, Valorant, Free Fire y Free Fire FEM y Wild Rift. En 2019 abrió en San José de Costa Rica un centro de entrenamiento y entretenimiento bajo el nombre de [Infinity Gaming & Training Center](#), convirtiéndose en el primer club de Esports de Latinoamérica en tener un espacio de este tipo.

Web y redes:

www.infinityesportslatam.com

TikTok: <https://vm.tiktok.com/JdfEeCV/>

BOOYAH: <https://booyah.live/studio/8986170>

Twitter: https://twitter.com/InFinitye_sport

Twitter Mobile: <https://twitter.com/InfinityEMobile>

Instagram: https://www.instagram.com/infinity_sports/

Facebook: <https://www.facebook.com/InfinityEsportsLatam/>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCNwEvtAAfGbJeqYUmczAuBQ>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/11822100/admin/>

Datos de contacto para medios:

Maricruz Quiros Tel. +506 8840-7862 maricruz@upgradecomunicacion.com

Cecilia Córdoba Tel. +506 8879-1536 cecilia@upgradecomunicacion.com

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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120,726 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 en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello

vladimir.mello@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

Paula Argandoña

paula.argandona@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 Rodiño

gonzalo.rodino@bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Joao Veloso

joao.veloso@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/