



## **BMW i pone a prueba el visualizador de realidad aumentada desarrollado por Tango, la tecnología AR de teléfonos inteligentes de Google**

Experiencia interactiva y única para el cliente diseñada y construida por Accenture. Se pueden visualizar y explorar productos en 3D en tamaño real.

El color y los acabados se pueden configurar al instante.

La nueva tecnología innovadora se pone a prueba en determinados puntos de venta.

**Múnich.** BMW i es la primera marca automotriz del mundo que ofrece a sus clientes una experiencia de realidad aumentada tridimensional e interactiva de sus productos en un programa piloto que está siendo implementado a partir de ahora. Utilizando Tango, la tecnología de realidad aumentada de teléfonos inteligentes de Google, los clientes pueden explorar su BMW i3 o i8 ideal, como una visualización interactiva en tamaño real.

“Nuestros vehículos son productos emotivos y, para obtener esa sensación, realmente necesitas experimentarlos,” comentó Andrea Castronovo, Vicepresidente de BMW Group, Estrategia de Ventas y Future Retail. “En situaciones en las que el producto deseado no está disponible, esta visualización es la mejor alternativa”, continuó.

Puestos a prueba inicialmente en una cantidad de dos dígitos en puntos de venta, los Product Genius tendrán un dispositivo móvil para el consumidor, el cual cuenta con la tecnología Tango. Al utilizar esto, pueden apoyar a los clientes a visualizar y experimentar los productos BMW i, utilizando la realidad aumentada para crear una imagen 3D que puede explorarse de forma interactiva: el cliente puede abrir la cajuela o las puertas, o incluso “entrar” al vehículo para ver mejor el interior. Eric Johnsen, Director de Desarrollo Empresarial para Realidad Aumentada en Google, afirmó: “Lo que diferencia a Tango es el hecho de que entiende el contexto del espacio en el que está. De esta forma, las ruedas están realmente en el suelo, por ejemplo, dando a toda la experiencia una sensación mucho más realista.”

La calidad de las imágenes creadas es en verdad extremadamente realista. “En nuestras pruebas iniciales, vimos a las personas agacharse cuando entraban al vehículo, como si en realidad hubiera un techo con el que pudieran golpearse la cabeza,” recordó Andrea Castronovo. “Es ese nivel de detalle lo que significa que esta tecnología ofrece a los clientes un valor añadido real,” comentó.

BMW i es la primera marca automotriz que utiliza Tango para proporcionar a los clientes esta experiencia interactiva. “BMW i es el líder de innovación de BMW Group, por lo que claramente se ajusta a la perfección al piloto de esta nueva herramienta para el cliente y para distribución,” explicó Stefan Biermann, Director de BMW de Ventas de Innovaciones, BMW i. La App BMW i Visualiser es la innovación más reciente del programa Future Retail de BMW Group, el cual comenzó a implementarse hace aproximadamente tres años y el cual ha transformado la experiencia de los clientes al comprar un vehículo. Varios elementos significativos de Future Retail, tales como Product Genius y Virtual Product Presenter, han establecido referencias nuevas para la industria.

**Compañía**

BMW de México, S.A. de C.V.

**Dirección**Paseo de los Tamarindos No.100 Piso 5  
Col. Bosques de las Lomas  
05120 México D.F.**Teléfonos**52 (55) 9140 8700  
Fax: +52 (55) 9140 8761**Email**[Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx](mailto:Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx)**Internet**[www.bmw.com.mx](http://www.bmw.com.mx)



La aplicación BMW i Visualiser fue diseñada y desarrollada por Accenture, integrando los datos de la imagen de BMW i de los vehículos en una aplicación que utiliza tecnología Tango. Esta aplicación ofrece a los clientes una forma nueva e interactiva de experimentar el vehículo, con funciones que permiten a los clientes abrir la puerta o encender las luces. Con el fin de mantener la experiencia del usuario lo más intuitiva y sencilla que sea posible, la aplicación es un visualizador en lugar de un configurador, en donde se pueden alterar elementos tales como los rines o los colores interiores y exteriores al tocar la pantalla. Una vez que la visualización está completa, el cliente puede guardar los datos y compartirlos con otras personas, incluyendo puntos de venta BMW i, mediante redes sociales, correo electrónico o código QR.

Una vez que el programa piloto finalice de manera exitosa, se tiene planeado ofrecer la aplicación en Google Play para que los clientes que tengan dispositivos con tecnología Tango puedan descargarla para utilizarla en cualquier momento y en cualquier lugar. “Creemos que en los próximos dos años, la mayoría de los dispositivos premium Android contarán con Tango,” afirmó Eric Johnsen. “La realidad aumentada tiene un gran potencial de distribución, y apenas estamos empezando,” continuó.

“Nuestras investigaciones demuestran que los clientes están buscando un mejor uso de tecnologías como realidad aumentada durante el proceso de compra de un vehículo para hacer que la experiencia online-offline sea más convincente,” afirmó Christina Raab, gerente de Práctica Automotriz de Accenture. “El uso de BMW i de la tecnología Tango y su integración con puntos de venta y herramientas de configuración existentes está ayudando a crear la perfecta experiencia multicanal que buscan los clientes.”

\*\*\*

#### **Acerca de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe**

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 2014 el 20 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 iniciará operaciones en el 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

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

#### **Para mayor información favor de contactar a:**

##### **Comunicación Corporativa - BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe**

Vladimir Mello

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Edgar Téllez

[vladimir.mello@bmw.com.mx](mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx)

[bernardo.vazquezmellado@bmw.com](mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com)

[zolveing.zuniga@bmw.com.mx](mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx)

[edgar.tellez@bmw.com.mx](mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx)



Tania Gomora

[tania.gomora@partner.bmwgroup.com](mailto:tania.gomora@partner.bmwgroup.com)

**Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)**

Almut Stollberg

[almut.stollberg@bmw.de](mailto:almut.stollberg@bmw.de)

Paola Félix

[paola.felix@bmw.com.mx](mailto:paola.felix@bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa - Argentina**

Dan Christian Menges

[christian.menges@bmwna.com](mailto:christian.menges@bmwna.com)

**Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli**

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210

[martha.resendiz@porternovelli.mx](mailto:martha.resendiz@porternovelli.mx)

Allan Díaz Teléfono: 52 5 5010 3246

[allan.diaz@porternovelli.mx](mailto:allan.diaz@porternovelli.mx)

Rocío Pavón Teléfono: 52 5 5010 3270

[rocio.pavon@porternovelli.mx](mailto:rocio.pavon@porternovelli.mx)

Sara Gurza Teléfono: 52 5 5010 3284

[sara.gurza@porternovelli.mx](mailto:sara.gurza@porternovelli.mx)

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: [http://www.youtube.com/user/BMW\\_](http://www.youtube.com/user/BMW_)