



Distintivo, de alta calidad y homogéneo: la pantalla curva en el BMW iNEXT.

Unidad de visualización de una sola pieza para la presentación de información orientada perfectamente hacia el conductor, que ofrece un control intuitivo y ergonómicamente optimizado.

Múnich. La disposición orientada al conductor de los elementos de visualización y control ha sido una de las características distintivas de los interiores de BMW durante décadas. La próxima generación de pantalla totalmente digital se verá en el BMW iNEXT, que se producirá como el buque insignia de la tecnología del fabricante de vehículos Premium a partir de 2021. En la nueva pantalla curva que aparece en el BMW iNEXT, las áreas de visualización de información y control se fusionan para crear una sola unidad que está curvada hacia el conductor. Esta unidad integrada orientada hacia el conductor optimiza la visualización de la información y facilita el control táctil intuitivo.

La orientación tradicional del conductor en el diseño de la cabina se optimizó recientemente con el actual BMW Live Cockpit Professional. Aquí, la estructura clara y la presentación uniforme del contenido extensamente personalizable en el panel de instrumentos completamente digital y la pantalla de control aseguran que el conductor siempre tenga la información correcta en el momento adecuado. El siguiente paso a partir de ahora sigue con la pantalla curva en el BMW iNEXT. Cuenta con una curvatura que está orientada hacia el conductor. La superficie de visualización de una sola sección crea un efecto particularmente armonioso, prestando un énfasis visual adicional a los controles ergonómicamente optimizados.

“La pantalla curva de una sola sección es el elemento de control central y representa la interpretación moderna de la orientación del conductor. Ocupa una posición central dominante en una estructura de visualización altamente icónica que proporciona una experiencia de visualización altamente distintiva”, explica Domagoj Dukec, Director de Diseño de BMW. “La pantalla curva está configurada con materiales de alta calidad y prácticamente suspendida libremente en el panel de instrumentos. Esto lo convierte en un elemento clave en términos del moderno, lujoso y generoso sentido del espacio en el BMW iNEXT”.

La pantalla curva está colocada de tal manera que los ocupantes del vehículo no pueden ver su conexión al panel de instrumentos. Esto significa que transmite una sensación de luminosidad particularmente sorprendente. El diseño distintivo y de alta calidad de la pantalla curva se inspira en la moderna tecnología de electrónica de consumo, y el elemento de pantalla curva se mantiene en su lugar mediante un soporte de magnesio extremadamente delgado. La sofisticada tecnología de pantalla con vidrio no reflejante también se puede usar sin una cubierta para generar sombra, lo que le da al área de la cabina un aspecto particularmente ordenado y no congestionado.



"La pantalla curva en el BMW iNEXT nos lleva al siguiente nivel de controles orientados al conductor", dice Robert Irlinger, Director de BMW i. "La nueva unidad de pantalla permite un uso intuitivo, natural y ergonómicamente perfecto de la función táctil".

Como tal, la forma y la disposición de la pantalla curva representan una interpretación innovadora de la orientación del conductor que es característica de BMW. Al mismo tiempo, el área de la pantalla de control permanece claramente visible y también accesible para el pasajero delantero. Dependiendo de la situación y las preferencias individuales, los elementos de contenido de la pantalla individual se pueden desplazar de un lado a otro entre el área de la pantalla de control en el campo de visión directo del conductor y el área que puede usar el pasajero delantero.

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 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2018, el Grupo BMW vendió más de 2 millones 490 mil vehículos y más de 165 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2017 fue de aproximadamente 9 mil 815 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 97 mil 480 millones de euros. El 31 de diciembre de 2018, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 134,682 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

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 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 Latinoamérica 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 Latinoamérica

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Édgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gómora	tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Christine Graeber	christine.graeber@bmwgroup.com
Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Allan Díaz	allan.diaz@partner.bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
----------------	--

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz	Teléfono: 52 5 5010 3210	martha.resendiz@porternovelli.com
Pablo Durán	Teléfono: 52 5 5010 3214	pablo.duran@porternovelli.com
Osvelia Ramírez	Teléfono: 52 5 5010 3268	osvelia.ramirez@porternovelli.com

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>