



Realista hasta el más mínimo detalle: cómo surgió la versión virtual del BMW M4 GT4.

Múnich. Después de aproximadamente medio año de intenso trabajo de desarrollo, el BMW M4 GT4 hará su debut virtual en la plataforma de carreras de simulador iRacing en junio. Para asegurarse de que el vehículo BMW M sea lo más realista posible, los desarrolladores de iRacing trabajan tan intensamente con los ingenieros de BMW Motorsport como si estuvieran trabajando en un verdadero vehículo de carreras. La máxima transparencia es la clave para un resultado óptimo. Explicamos el viaje del BMW M4 GT4, desde la firma del acuerdo de licencia hasta estar listo para competir.

Llegará la hora en sólo unos días. El BMW M4 GT4 será otro vehículo de carreras BMW actual después del BMW M8 GTE para hacer su debut en carreras de simulador en la plataforma iRacing. Cuando los usuarios compitan sus primeras carreras en junio, los desarrolladores de iRacing y los ingenieros de BMW Motorsport tendrán una intensa colaboración detrás de ellos. "No puedo esperar a que comience", dijo Kevin Bobbitt, Director de Marketing de iRacing, y enfatizó: "La apertura con la que BMW Motorsport nos recibió en este proyecto es fantástica". Los canales de comunicación eran muy cortos, y se podía ver por su participación que este proyecto es realmente importante para ellos."

Desde hace algún tiempo, las carreras de simulador han sido uno de los pilares del portafolio de BMW Motorsport. Los responsables habían identificado el potencial de las carreras virtuales antes de que experimentara un auge durante el estallido actual de las carreras del mundo real. "BMW Motorsport conoce la diferencia entre un juego de carreras estándar y una simulación de carreras real, y lo valora", dijo Bobbitt. "Una simulación tan realista como esta, también beneficia al fabricante, porque muchas más personas pueden probar los vehículos y, en el mejor de los casos, incluso podrían comprar uno."

Como jefe de desarrollo de vehículos, Rudolf Dittrich también es responsable del campo de las carreras de simulador en BMW Motorsport. Confirma el fuerte enfoque en el cliente detrás del proyecto BMW M4 GT4. "Queremos dar a nuestros equipos de clientes la oportunidad de experimentar el BMW M4 GT4 virtualmente", dijo, explicando las ventajas, "pueden cargar y usar sus propios diseños con sus propios patrocinadores." Sus conductores también pueden practicar por su cuenta en el descanso actual. Y los nuevos clientes potenciales podrían incluso desarrollar un gusto por él y pensar en competir con un BMW M4 GT4 en la vida real."

Cómo funciona la colaboración entre BMW Motorsport e iRacing.



La máxima autenticidad requiere que el vehículo virtual esté lo más cerca posible de su homólogo de la vida real, que era la misión conjunta de BMW Motorsport e iRacing. ¿Qué necesitas para eso? "Necesitamos tres cosas del vehículo: los escaneos láser, los datos CAD y las fotos como referencia", explicó Brian Simpson, Gerente Senior de Arte de iRacing. "La colaboración con BMW Motorsport fue fácil en ese sentido, porque obtuvimos precisamente los datos que necesitábamos. No tenía que comenzar a investigar mucho tiempo, como en otros automóviles, simplemente podría usar el material que me proporcionaron."

Dittrich explica el proceso de transferencia de datos: "Todo comienza con el acuerdo de licencia, que es la base para la transferencia de datos confidenciales. Luego, los desarrolladores reciben dos grandes paquetes de datos de varios gigabytes cada uno. En primer lugar, los datos CAD con todas las especificaciones de las piezas del automóvil. Esos son exactamente los mismos datos que un proveedor obtiene de nosotros para producir el componente real. iRacing también escaneó un vehículo real, en este caso el BMW M4 GT4 de Turner Motorsport. El segundo paquete de datos grandes contenía toda la información sobre la dinámica de conducción. Utilizamos el mismo conjunto de datos para hacer una simulación de tiempo de vuelta u operar nuestro simulador de BMW Motorsport, por ejemplo. Estos datos incluyen curvas de amortiguación, curvas de rendimiento del motor, cinemática del eje, distribución del peso, valores aerodinámicos: cualquier cifra que hayamos calculado para el vehículo, se lo pasamos a iRacing." La conclusión de Dittrich de la colaboración es que "iRacing ahora sabe tanto sobre el vehículo como nuestros equipos de clientes".

Steve Reiss: "La respuesta inicial es muy positiva."

La primera impresión es que esta transparencia ha valido la pena. "Mientras más datos reales del vehículo recibamos, más nos acercamos a la dinámica de conducción real. En el caso de nuestro BMW M4 GT4, la respuesta inicial de las personas que han conducido el vehículo real es muy positiva", dijo Steve Reiss, ingeniero sénior de dinámica de vehículos de iRacing.

No hace falta decir que la dinámica de manejo desempeña un papel crucial en la satisfacción del usuario, pero incluso los detalles más mínimos son importantes para el realismo. "Primero, nuestros diseñadores analizan los datos proporcionados y los usan para hacer el automóvil básico. Una vez que tengamos eso, es tiempo para los detalles como ruedas, pantallas y mucho más", explicó Simpson. "En ese sentido, BMW Motorsport es increíble. Incluso nos envió información sobre en qué situaciones se encienden las luces del volante, y qué información se muestra cuándo, qué botones presiona el conductor cuando y qué sucede cuando lo hacen. Realmente disfruto trabajando en esas pantallas hasta el último detalle."

Primer evento de carrera importante para el BMW M4 GT4 planeado para el 13 de junio.

Al final de un período de desarrollo continuo de aproximadamente seis meses, BMW Motorsport inspecciona el vehículo virtual, que tampoco es diferente de la realidad. "La idea es inspeccionar el vehículo virtual exactamente de la misma manera que un vehículo real", dijo Dittrich. "Esto abarca desde la apariencia externa, pasando por el manejo, hasta detalles como el enrutamiento de cables en el interior, la luz o la textura del tablero. Después de todo, somos responsables de que el BMW M4



GT4 virtual cumpla con todos los requisitos que nosotros y nuestros clientes tenemos para un verdadero vehículo de carreras.”

Para los clientes virtuales, la carrera de 3 horas de H&R en la serie Digital Nürburgring Endurance Series powered by VCO el 13 de junio será el primer evento importante que puedan disputar en el BMW M4 GT4. Tan pronto como el vehículo esté a la venta en iRacing, los pilotos de simulador, y los equipos de clientes de BMW que participan en las carreras de simulador podrán descargarlo, equiparlo con sus diseños personalizados y probarlo a fondo.

Transmisión en vivo del DNLS powered by VCO (sábado, 13: 00 h CEST):

Facebook: [b.mw/DNLS_FB](https://www.facebook.com/b.mw/DNLS_FB)

YouTube: [b.mw/DNLS_live_YT](https://www.youtube.com/b.mw/DNLS_live_YT)

Twitch: www.twitch.tv/bmwmotorsport

Transmisión en vivo del ABB Formula E Race at Home Challenge (sábado, 16: 30 h CEST):

Facebook: [b.mw/RaceAtHomeChallenge6FB](https://www.facebook.com/b.mw/RaceAtHomeChallenge6FB)

YouTube: [b.mw/RaceAtHomeChallenge6YT](https://www.youtube.com/b.mw/RaceAtHomeChallenge6YT)

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 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>

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.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, 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, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 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

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño	gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva	tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo	aolmedo@jeffreygroup.com
Vanessa Angulo	vangulo@jeffreygroup.com
Antonio Domínguez	adominguez@jeffreygroup.com
Angela Del Castillo	adelcastillo@jeffreygroup.com
Federico Martínez	fmartinez@jeffreygroup.com
Guillermo García	ggarcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez	dmendez@jeffreygroup.com
Marisol Borbolla	mborbolla@jeffreygroup.com
Arturo Tobias	atobias@jeffreygroup.com
Zaira Nolasco	znolasco@jeffreygroup.com

BMW Group pressclub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
<http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es>
www.press.bmwgroup.com/argentina/