

Digital, innovador y diferente: BMW Group presenta digitalmente #NEXTGen 2020 en <https://www.bmw.com/NEXTGen>.

BMW Group se esfuerza por dar forma e impulsar activamente los desarrollos. La compañía ha comenzado a presentarse de una manera nueva e inventiva con el evento #NEXTGen que se inauguró el año pasado. En la edición de este año, BMW Group da otro sorprendente paso adelante. #NEXTGen 2020 ofrece una mirada única hacia el futuro de la movilidad, así como una mirada tras bambalinas más reveladora sobre el fabricante bávaro de vehículos.

- **La plataforma #NEXTGen 2020 de BMW Group presentará el desarrollo del nuevo BMW iNEXT a medida que avanza hacia su estreno mundial en un divertido formato de entretenimiento documental.**
- **Más estrenos mundiales de MINI y BMW Motorrad.**
- **Conocimientos extraordinarios y avances de las tecnologías, productos y colaboraciones de BMW Group.**

Múnich. BMW Group se esfuerza por dar forma e impulsar activamente los desarrollos. La compañía ha comenzado a presentarse de una manera nueva e inventiva con el evento #NEXTGen que se inauguró el año pasado. En la edición de este año, BMW Group da otro asombroso paso adelante. #NEXTGen 2020 ofrece una mirada única hacia el futuro de la movilidad, así como una mirada tras bambalinas más reveladora que nunca antes sobre el fabricante bávaro de vehículos. En el centro del escenario estará una serie de seis episodios "Chasing iNEXT" que traza el desarrollo del BMW iNEXT a medida que avanza hacia su estreno mundial de diseño. La serie documental estará disponible para su visualización en todo el mundo en varios idiomas a partir de las 16:00 h (CET) [Ciudad de México: 09:00 h | Bogotá: 10:00 h | Buenos Aires / Santiago de Chile: 12:00 h] el 10 de noviembre en <https://www.bmw.com/NEXTGen>.

El #NEXTGen totalmente digital de este año está acompañado de videos que ofrecen información sobre el trabajo de investigación y desarrollo realizado por BMW Group, y también examinará algunas de las colaboraciones de gran alcance de la compañía. Otros puntos destacados en la agenda además del estreno mundial del diseño del BMW iNEXT incluyen los estrenos de MINI y BMW Motorrad.

El evento #NEXTGen 2020 se divide en varios formatos en línea. Todo comienza con la serie "Chasing iNEXT" que se ha realizado al estilo de los servicios de "streaming". Los seis divertidos episodios producidos por la empresa btF (bildundtonfabrik, con sede en Colonia, cuyo trabajo incluye "Cómo vender drogas en línea (rápido)") son informativos, lúdicos, entretenidos, irónicos y, en muchas ocasiones, sorprendentes.

El equipo de filmación recorre todo tipo de departamentos diferentes en BMW Group en busca del BMW iNEXT, cuyo diseño final se dará a conocer por primera vez a las 14:00 h (CET) [Ciudad de México: 07:00 h | Bogotá: 08:00 h | Buenos Aires / Santiago de Chile: 10:00 h] el 11 de noviembre en <https://www.bmw.com/NEXTGen>. La serie muestra a BMW Group, sus empleados y la tecnología detrás del nuevo buque insignia de la compañía desde una perspectiva completamente nueva. Esto incluye información inusual sobre el funcionamiento interno de BMW Group, además de algunos momentos inesperados con estrellas internacionales. La banda sonora de la serie, por ejemplo, proviene del compositor de bandas sonoras de películas y ganador del Premio de la Academia Hans Zimmer.

El segundo formato en línea comprende inmersiones profundas que muestran contenido más detallado. Estos clips altamente informativos que cubren las áreas temáticas de Diseño, Colaboración Virtual, Conectividad, Sistemas de Propulsión Eléctrica, Inteligencia Artificial y Simulación de Conducción ofrecen al espectador hechos, cifras y antecedentes más profundos, así como una mirada sin precedentes tras bambalinas en BMW Group. . ¿Cómo desarrollan los bávaros el vehículo del futuro dentro de su red internacional; cuál es su fuerza motriz; o cuáles son las tecnologías de la próxima década?

Además de la presentación del BMW iNEXT el 11 de noviembre a las 14:00 horas (CET) [Ciudad de México: 07:00 h | Bogotá: 08:00 h | Buenos Aires / Santiago de Chile: 10:00 h], la lista de presentaciones de vehículos se completa con los estrenos mundiales de BMW Motorrad el 11 de noviembre a las 10:00 horas (CET) [Ciudad de México: 03:00 h | Bogotá: 04:00 h | Buenos Aires / Santiago de Chile: 06:00 h] y MINI el 17 de noviembre a las 14:00 horas (CET) [Ciudad de México: 07:00 h | Bogotá: 08:00 h | Buenos Aires / Santiago de Chile: 10:00 h].

Además de todo esto, #NEXTGen 2020 también destaca las colaboraciones exitosas de BMW Group en varios campos: alianzas con la popular marca de ropa urbana de Nueva York, Kith y con algunos de los mejores equipos de deportes electrónicos del mundo y los pilotos de simulador más exitosos o la participación de la compañía en el desarrollo de "The Electrified Wingsuit by BMW i", que el austríaco Peter Salzmann utilizó para realizar el primer vuelo del mundo por un ser humano que llevaba un traje de alas eléctrico, son solo algunos ejemplos.

El intercambio intersectorial constituye otro punto focal del evento. La charla "Impulsores del cambio" examinará, entre otras cosas, cómo el liderazgo impulsa la transformación y el cambio. Y en el #NEXTGen "Moving Tomorrow Pitch" que estuvo abierto a estudiantes, asistentes de investigación y profesores de las mejores universidades e institutos de investigación de todo el mundo, los tres finalistas presentarán sus visiones para una movilidad Premium sustentable e individual en el año 2040.

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 mil 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/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.

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

Edgar Téllez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Tania Gómora

tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@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
Paula Argandoña

fmartinez@jeffreygroup.com
pargandona@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez
Marisol Borbolla
Arturo Tobias
Zaira Nolasco

dmendez@jeffreygroup.com
mborbolla@jeffreygroup.com
atobias@jeffreygroup.com
znolasco@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/