

Campaña en redes sociales para celebrar los 10 años de BMW i.

Con su estrategia de desarrollo integral, BMW i, como el taller de BMW Group para el futuro y la incubadora de innovación, continúa estableciendo impulsos decisivos para la sustentabilidad.

Múnich. El pionero en el campo de la movilidad sustentable celebra su aniversario. La marca BMW i se lanzó hace diez años. El lanzamiento oficial del aniversario tendrá lugar el domingo 21 de febrero de 2021. En <https://www.bmw.com/en/innovation/bmw-i-10-year-anniversary.html> revisaremos los hitos de la primera década de BMW i, desde el nacimiento de la marca en 2011, hasta el BMW iX que se lanzará pronto. El décimo aniversario de la marca BMW i también será el foco de una amplia campaña de información sobre los otros canales de redes sociales de BMW Group, que continuará hasta el Salón Internacional del Automóvil (IAA) 2021.

BMW i representa la transformación de la movilidad individual y desempeña un papel central dentro de BMW Group como un taller futuro y un motor de innovación para toda la empresa. La marca se caracteriza por un enfoque holístico de la sustentabilidad. El progreso actual en los campos futuros de D-ACES (Diseño, Autónomo, Conectado, Electrificado y Servicios / Compartido) está estrechamente relacionado con BMW i.

La fuerza con la que el papel de BMW i como pionero de la movilidad visionaria influye en el desarrollo de vehículos de BMW Group es particularmente evidente en el año del aniversario. La producción del BMW iX comenzará en unos pocos meses. El modelo BMW i totalmente eléctrico es el buque insignia de la nueva tecnología de BMW Group en las áreas de diseño, conducción automatizada, conectividad, movilidad eléctrica y servicios digitales. A esto le seguirá un poco más tarde el estreno mundial del BMW i4, que traslada el placer de conducir puramente eléctrico al segmento central de la marca, la clase deportiva Premium de tamaño medio, por primera vez.

Ambos modelos ahora cuentan con tecnología BMW eDrive de quinta generación. Esto establece el estándar en el entorno competitivo de los vehículos eléctricos no solo gracias a la extraordinaria eficiencia de la propulsión eléctrica y el largo alcance logrado a través de la tecnología de celda de batería de última generación. El principio de diseño del motor, que hace posible prescindir de las tierras raras, también muestra cómo la sustentabilidad se ha convertido en el objetivo de desarrollo central de BMW Group, que va mucho más allá de la conducción local sin emisiones. Además, el uso de materias primas obtenidas de acuerdo con estrictos estándares ambientales y sociales, una proporción excepcionalmente alta de materiales reciclados y secundarios y el uso de electricidad generada al 100% a partir de fuentes renovables en la producción del modelo contribuyen al carácter prospectivo del BMW iX.

La movilidad eléctrica seguirá ganando importancia en el futuro y se convertirá en un motor importante para el crecimiento sustentable. El objetivo de BMW Group es ofrecer 25 modelos electrificados para 2023. Además, el plan es tener más de siete millones

de vehículos electrificados en las carreteras en todo el mundo para 2030, dos tercios de los cuales serán totalmente eléctricos. Como parte de la ofensiva de modelos que BMW Group está persiguiendo constantemente, la próxima generación de sedanes de lujo BMW Serie 7, por ejemplo, se ofrecerá en una variante puramente eléctrica. Posteriormente, también se lanzarán los BMW Serie 5 y BMW X1 como modelos de alto volumen con propulsión totalmente eléctrica.

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 2020, BMW Group vendió más de 2.3 millones vehículos y más de 169,000 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 contaba con 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/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

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

Angela Del Castillo

adelcastillo@jeffreygroup.com

Federico Martínez

fmartinez@jeffreygroup.com

Paula Argandoña

pargandona@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Georgina Vázquez

gvazquez@jeffreygroup.com

Arturo Tobias

atobias@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/