

Giros altamente dinámicos y completamente reales en un mundo virtual: BMW ///M Mixed Reality revoluciona la experiencia de conducción.

- Estreno mundial de ///M Mixed Reality en Web Summit 2022 en Lisboa.
- El uso revolucionario de las tecnologías de Mixed Reality lleva los autos reales a las pistas de carreras virtuales.

Múnic/Lisboa. En la Web Summit de este año en Lisboa, BMW Group presenta por primera vez una combinación de conducción real y un entorno virtual. ///M Mixed Reality es el nombre de la extraordinaria experiencia.

Elementos de juego integrados para una experiencia de conducción BMW M única.

El enfoque único de realidad mixta¹, que un equipo de ingenieros de BMW M desarrolló junto con Epic Games para el BMW M2, permite a los conductores y sus vehículos sumergirse en un mundo virtual. Las personas deben poder experimentar la nueva sensación de conducir un BMW con gafas VR/MR mientras dominan desafíos a altas velocidades como en un juego de carreras. Los elementos de juego integrados, como evitar obstáculos, recolectar "monedas" virtuales, etc., refuerzan la experiencia inmersiva en el vehículo. Fiel al lema: Drive the Change, Change the Drive. El sistema tiene en cuenta todos los ejes de movimiento y rotación del BMW M2. El propio vehículo se convierte en el controlador, en este caso el controlador más rápido del mundo.

"Cualquiera que pregunte cómo serán las experiencias virtuales en el sector automotriz en el futuro: esa es la respuesta. Las personas deben poder experimentar esta nueva sensación, y con ///M Mixed Reality, les ofrecemos una solución adecuada para esto", dice Frank van Meel, CEO de M GmbH.

Con ///M Mixed Reality, BMW Group está llevando la tecnología al sector de la conducción de alto perfil, confiando constantemente en el principio de centralidad humana, en el que el uso de tecnologías innovadoras está impulsado por los deseos y necesidades de las personas. Como parte de este enfoque, BMW Group sentó las bases de ConnectedDrive hace más de 20 años al instalar tecnología de comunicación moderna en los vehículos. "En BMW M, siempre hemos estado probando los límites de lo técnicamente factible y, entre otras cosas, sentando las bases para nuevas experiencias inmersivas", dice Frank van Meel.

Una primera idea se puede encontrar aquí ([Enlace al video](#)).

BMW Group ya está utilizando tecnologías de realidad mixta en muchas formas de aplicación, fusionando cada vez más los mundos real y digital. Estos incluyen aplicaciones de Realidad

Aumentada², desarrollo de vehículos entre equipos, soluciones de Realidad Virtual³ para la planificación de la producción e iFactory Lydia. Utilizando el potente motor de juegos de Epic Games (Unreal Engine), esta se convirtió en la primera fábrica de BMW Group, que fue completamente planificada y simulada en un entorno virtual. A principios del próximo año, BMW Group también digitalizará todos los sitios de producción utilizando escaneos láser 3D.

1 - Realidad Mixta: Mixed Reality (MR), Mixed Reality o Realidad Mixta comprende entornos o sistemas que mezclan la percepción natural y artificial.

2 - La realidad aumentada (AR) describe la extensión asistida por computadora de la percepción de la realidad.

3 - La realidad virtual (VR) es la representación y percepción simultánea de una realidad aparente y sus propiedades físicas en un entorno virtual interactivo generado por computadora en tiempo real.

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

En 2021, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 194,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2021 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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 1959, con lo que se tiene presencia desde hace más de 60 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 BMW Group en San Luis Potosí, México; la cual: inició operaciones en 2019

con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé, que se exporta a todo el mundo; y en 2022 iniciará la producción del BMW M2.

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

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.br

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Téllez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Paula Argandoña

paula.argandona@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

prensa@bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@jeffreygroup.com

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@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/

www.press.bmwgroup.com/brazil/