

BMW Group y AirConsole organizan una competencia conjunta para desarrolladores de juegos dentro del vehículo.

- La competencia aprovecha el potencial de la comunidad global de desarrolladores de videojuegos para los juegos del futuro dentro del vehículo.
- Las aplicaciones son posibles antes del 8 de junio de 2023.

Múnich / Zúrich. BMW Group y AirConsole están lanzando una competencia para desarrollar juegos adaptados a la experiencia dentro del vehículo. Con esta competencia, las dos compañías están aprovechando el potencial de la comunidad global de desarrolladores de videojuegos, mientras que los desarrolladores están invitados a ser pioneros en el campo de los juegos dentro del vehículo. BMW Group y AirConsole promoverán conjuntamente la competencia en la Game Developer Conference (GDC) en San Francisco (del 20 al 24 de marzo de 2023).

Los desarrolladores pueden enviar sus ideas y conceptos a partir de hoy y hasta el 8 de junio de 2023 a través del sitio web oficial de la competencia. Entre los conceptos de juego presentados, los cuatro mejores serán elegidos como ganadores y cada uno recibirá 5,000 euros para el desarrollo de un prototipo. Si el prototipo resulta prometedor, AirConsole financiará completamente el desarrollo del juego para luego incluirlo en la plataforma AirConsole. Los ganadores también están invitados a la sede de BMW Group en Múnich para ver el resultado en acción.

Stefan Butz, vicepresidente de Desarrollo de Entretenimiento y Aplicaciones de BMW Group: "Esta competencia es una gran oportunidad para que los desarrolladores de juegos trabajen con AirConsole para crear experiencias de juego atractivas específicamente para vehículos. Queremos ofrecer a nuestros clientes una experiencia de entretenimiento de primera clase y los juegos se tratan de alegría."

Antti Makkonen, director de Juegos en AirConsole, dijo: "Como destacó la industria automotriz en el CES, los juegos dentro del vehículo están sucediendo. Los creadores de videojuegos deben comenzar a crear juegos para el uso dentro del vehículo, no solo llevar juegos al automóvil." El uso de teléfonos como controladores dentro del automóvil hace que jugar sea accesible y divertido para todos, especialmente cuando se considera que no todos tendrán un controlador de juego, o que jugar directamente en la pantalla táctil del automóvil hace que su brazo se canse bastante rápido."

BMW Group eligió a nDream, la compañía detrás de la marca AirConsole, como socio para llevar los juegos casuales dentro del vehículo a través del programa BMW Startup Garage.

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 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 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 es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción 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 y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Edgar Tellez

joao.veloso@bmw.com.br

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

edgar.tellez@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguin

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina
Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil
Fabiano Severo
Paula Cichini

fabiano.severo@bmw.com.br

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/