



BMW Motorrad presenta BMW Motorrad MetaRide.

El BMW CE 02 se puede experimentar en el espacio de la marca digital.

Múnich. El nuevo BMW CE 02 representa una nueva forma de acceder al mundo de BMW Motorrad, porque es eléctrico, atrae especialmente a los jóvenes y no es ni una motocicleta eléctrica ni un scooter eléctrico: es un eParkourer. De acuerdo con este nuevo tipo de movilidad con visión de futuro para entornos urbanos, BMW Motorrad ahora ofrece la oportunidad de experimentar el nuevo CE 02 de cerca en el BMW Motorrad MetaRide.

BMW Motorrad MetaRide representa un espacio de marca digital de realidad virtual en el que los fanáticos de las motocicletas pueden conducir y experimentar el CE 02 en forma de avatar, como en la realidad física. También sirve como plataforma donde los aficionados y la marca BMW Motorrad pueden encontrarse. El entorno que se muestra en el BMW Motorrad MetaRide se verá similar al entorno del mundo real. Además, hay mucho qué experimentar en el BMW Motorrad World virtual. Además de poder realizar pruebas virtuales con el BMW CE 02, también se puede jugar al baloncesto, colecciónar fichas o ganar una elegante chaqueta para tu propio avatar, por ejemplo. El espacio de marca digital virtual también se ampliará gradualmente para otros productos en el futuro.

El estreno mundial reciente del BMW CE 02 ya se llevó a cabo en parte en el BMW Motorrad MetaRide y también en el Berlín "real" durante el Festival Pure&Crafted, con los mundos virtual y real interactuando entre sí. Puedes volver a ver el estreno del BMW CE 02 aquí:

https://www.youtube.com/watch?v=_cfDYLzy0Rw

El acceso a BMW Motorrad MetaRide se realiza a través del sitio web de BMW Motorrad o de los canales familiares de redes sociales de BMW Motorrad, y también es posible ingresar al mundo virtual directamente a través de la plataforma Spatial Metaverse. También se puede utilizar uno de los siguientes enlaces:

<https://www.spatial.io/s/BMW-Motorrad-MetaRide-64a28a483ec3242e497a7100>



<https://www.bmw-motorrad.com/es/experiencia/historias/movilidad-urbana/metaride-ce02.html>

Por cierto, los productos virtuales de BMW Motorrad que se muestran en el "MetaRide" están, al igual que sus originales físicos, protegidos contra la imitación. BMW AG ya amplió la protección de sus marcas principales, como el logotipo de BMW, hace algún tiempo con respecto a las actividades futuras de la empresa en el metaverso. Por lo tanto, la protección de la marca ahora se aplica no solo a los vehículos en el sentido tradicional, sino también explícitamente a los bienes virtuales, como los vehículos virtuales y la ropa virtual.

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 1^a 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	joao.veloso@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Tellez	edgar.tellez@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

Gonzalo Di Gregorio	gonzalo.di-gregorio@partner.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/