

La marca BMW inspira a jugadores de videojuegos con el primer "Creador de Vehículos" en Fortnite.

- El nuevo BMW iX2 se puede configurar dentro del videojuego Fortnite a través de la herramienta "Creador de Vehículos".
- BMW Group a través de este proyecto ha creado una ciudad virtual del futuro: la isla "Hypnopolis" que personifica la visión innovadora y sustentable de la Compañía

Múnich. 6 de octubre de 2023. BMW Group no sólo se está dirigiendo constantemente hacia la transformación y la digitalización de la industria automotriz, sino que también está estableciendo estándares en el área de los videojuegos y las experiencias digitales a través de alianzas estratégicas. Un ejemplo de esto es el primer "Creador de Vehículos" en el videojuego Fortnite. Este popular videojuego online es desarrollado por la empresa Epic Games y ofrece una amplia gama de herramientas para crear experiencia de interacción. BMW Group a través de este proyecto con Fortnite ha creado una ciudad virtual del futuro con la isla "Hypnopolis", la cual puede ser explorada por jugadores del videojuego. El nuevo BMW iX2 es el vehículo central de la historia, a través de la cual los jugadores tendrán varios desafíos.

Siendo una ciudad visionaria que combina la tecnología futurista y la naturaleza, "Hypnopolis" personifica la visión innovadora y sustentable de BMW Group. Las referencias arquitectónicas más importantes de BMW Group están armoniosamente integradas en el mundo virtual elaboradamente diseñado entre rascacielos, puentes flotantes y áreas verdes con la sede de la compañía conocida como "Four Cylinder", BMW Welt y el Museo BMW. Se hace eco de la sutil marca en varios Huevos de Pascua y en otros entretenidos elementos del juego.

"Diseñamos interacciones creativas y experiencias individuales que reflejan el poder innovador de la marca BMW en el mundo digital. Al hacer esto, utilizamos el potencial de la Web 3.0 para intensificar la experiencia digital de nuestra marca y crear una comunidad activa", afirma Stefan Ponikva, Vicepresidente de Comunicación y Experiencia de la marca BMW. "Nuestra isla en el videojuego online Fortnite abre nuevas oportunidades de interacción con grupos meta de nuevas generaciones y da vida a la marca en las manos de los jugadores. Nos sentimos especialmente complacidos de que BMW sea la primera marca que da a los jugadores la oportunidad de personalizar nuestro BMW iX2 en Fortnite."

La herramienta "Creador del Vehículo" es una premier mundial en el universo de Fortnite a través se puede diseñar el nuevo BMW iX2.

El elemento a destacar en la visita a la isla "Hypnopolis" es la herramienta "Creador de Vehículos", la cual se encuentra debajo del cono doble en BMW Welt y se desbloquea completando varios desafíos. Esta herramienta para "crear un vehículo" es una premier mundial en el universo de Fortnite, convirtiendo a BMW en la primera marca en hacer este tipo de alianzas. La experiencia única en el videojuego permite a los participantes diseñar el nuevo BMW iX2 de acuerdo con sus preferencias individuales.

En el lanzamiento de "Hypnopolis" el 4 de octubre de 2023, el nuevo BMW iX2 se seguirá mostrando como prototipo disfrazado en el "Creador de Vehículos", y los jugadores pueden elegir inicialmente desde una paleta limitada de esquemas de pintura, llantas o contenidos de maletero. A partir del 11 de octubre de 2023 estarán disponibles en el "Creador de Vehículos" las opciones de acabados de pintura y las llantas de la serie e interiores para el nuevo BMW iX2.

Es importante mencionar que el Código de la Isla para entrar a "Hypnopolis" es: 3541-0917-2429.

BMW Group está tomando un enfoque holístico a través de las herramientas virtuales en diferentes áreas de la compañía como recursos humanos, comercial y atención a clientes.

El papel pionero que juega BMW Group en la industria automotriz respecto de la implementación de experiencias virtuales no está limitado sólo al sector de los videojuegos. La compañía ya está implementando de manera creciente soluciones de mundos y experiencias virtuales en sus áreas de producción, desarrollo, ventas y posventa.

Con el entendimiento de que las herramientas virtuales ofrecen el potencial de proporcionar a los clientes experiencias únicas alrededor de su vehículo, BMW Group también está impulsando el tema junto con empresas emergentes tecnologías innovadoras. Como parte de su programa de exploración de proveedores globales, el fabricante automotriz bávaro Premium inició el "Supplierthon 2023 de BMW Group". En el cual más de 100 participantes de todo el mundo presentaron sus ideas innovadoras en las categorías de "Preparación del Vehículo", "Experiencia dentro del Vehículo" y "Ecosistemas Virtuales". BMW Group tiene planeado integrar a los ganadores correspondientes de las tres categorías en su red de socios y proveedores para promover la implementación de estos prometedores conceptos.

El primer lugar en la categoría de "Preparación del Vehículo" fue asegurado por la empresa emergente china DeepMirror Inc. con un enfoque informático espacial que hace posible localizar espacialmente vehículos combinando múltiples sensores vehiculares. Con "BMW Efficiency Racing", MaibornWolf GmbH proporciona la mejor "experiencia dentro del vehículo" que transforma un estilo de conducción eficiente en una entretenida carrera contra otros conductores de BMW. EL enfoque del "Ecosistema Virtual" más convincente proviene de Serviceplan DCNTRL. La "BMW Key" de Web3 Studio representa un enfoque holístico que vincula los productos físicos a lo largo de toda la trayectoria del cliente con la experiencia virtual de la marca.

El enfoque holístico que toma BMW Group respecto de las herramientas virtuales se basa esencialmente en tres pilares:

- Como parte del "Metaverso Corporativo", por ejemplo, BMW Group utiliza plataformas de trabajo virtual para desarrollar de manera colaborativa nuevas soluciones y productos. Esto se extiende a través de todas las áreas tales como desarrollo, producción y recursos humanos e incluye, entre otras cosas, la plataforma de desarrollo ITOverse apoyada por la IA y el Factoryverse como el gemelo digital de las plantas de BMW Group.

- Además, BMW Group está aprovechando el potencial de un "Metaverso Comercial" para intensificar la experiencia digital de la marca y crear una comunidad vibrante en la que la plataforma virtual se convierta en un área de experiencia para los clientes.
- El enfoque de "Metaverso Dentro del Vehículo" se basa en tecnologías innovadoras para transformar los vehículos en interfaces de Web 3.0. Los nuevos enfoques de la gestión de la innovación son parte de esto, al igual que la perfecta integración de soluciones de entretenimiento y comunicación de terceros en el vehículo.

*Esta experiencia en el videojuego Fortnite es creada de manera independiente y no es patrocinada, ni promovida por Epic Games, Inc.

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

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 - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp@inkpr.com.mx

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/