

La Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos celebra 25 años con el debut del concepto BMW Vision Neue Klasse.

- El avanzado centro de investigación y desarrollo es una de las 7 oficinas de tecnología de BMW Group alrededor del mundo, enfocadas en tecnologías emergentes, pensamiento centrado en el usuario y diseño de productos BMW Group.
- Frank Weber, Miembro del Consejo de Administración de BMW Group para Desarrollo, encabezará la mesa redonda **"Humanizando la tecnología"**, moderada por David Pogue, experto en tecnología.
- La Oficina de Tecnología de BMW Group abre sus puertas para una serie de talleres inmersivos, avances exclusivos de productos y experiencias de conducción interactivas de realidad mixta y multisensorial.

Mountain View, California, 7 de diciembre de 2023 – La Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos celebra 25 años en Silicon Valley con un evento exclusivo que contará con talleres inmersivos, demostraciones tecnológicas exclusivas y emocionantes experiencias de conducción de realidad mixta y multisensorial en el estadio Levi's.

La celebración tendrá como evento principal, el debut en América del Norte del concepto de diseño BMW Vision Neue Klasse y una mesa redonda titulada "Humanizando la Tecnología", con Frank Weber, Miembro del Consejo de Administración de BMW Group para Desarrollo. Weber estará acompañado por la futurista, neurocientífica y tecnóloga, Poppy Crum; el jefe de Confianza y Seguridad de Airbnb, Naba Banerjee; y el jefe de Producto de Meta for Work, Micah Collins. La conversación será moderada por el reconocido experto en tecnología, David Pogue.

"Ideas tecnológicas de vanguardia con mucho potencial, desarrolladas en el corazón global de la tecnología y perfeccionadas en nuestra red de innovación global. Así es como funciona nuestra Oficina de Tecnología BMW en Mountain View", dijo Weber. "Estoy muy emocionado de ver qué impulsos visionarios para nuestras innovaciones revolucionarias va a desarrollar nuestro equipo en el futuro".

Como una instalación avanzada de investigación y desarrollo, la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos se enfoca en tecnologías emergentes, pensamiento centrado en el usuario y diseño de productos para visualizar el futuro de los productos de BMW Group. Un equipo de pensadores creativos, visionarios e ingenieros se encarga de explorar lo posible y empujar los límites para crear las mejores y más innovadoras experiencias para los clientes de BMW Group.

Por primera vez, la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos abre sus puertas a medios de comunicación, partes interesadas, líderes de la industria y socios para mostrar una mirada detallada y exhibir algunos de sus proyectos pasados, presentes y futuros. "Durante los últimos 25 años, la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos ha empujado incansablemente los límites para explorar posibilidades, dar forma al futuro y ofrecer tecnología automotriz que supera las expectativas", dijo Claus Dorrer, Vicepresidente de la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos. "Nuestro equipo, proveniente de diversos ámbitos, se inspira enormemente al vivir y trabajar en el corazón de Silicon Valley, cerca de donde se

encuentran muchos de nuestros socios y donde nacen las tendencias tecnológicas. Estamos orgullosos de que el trabajo que realizamos aquí contribuya a informar, inspirar y mejorar los productos y experiencias de los clientes de BMW Group en todo el mundo".

Una red de tecnología que engloba al mundo.

La Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos se convirtió en la primera oficina de investigación y desarrollo de tecnología del grupo ubicada fuera de Múnich cuando abrió sus puertas en Silicon Valley en 1998. Originalmente ubicada en Palo Alto, la oficina se trasladó a su ubicación actual en Mountain View en 2011.

Hoy en día, la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos forma parte de una red global de oficinas de tecnología de BMW Group, que están estratégicamente ubicadas en puntos clave de tecnología alrededor del mundo y son un aspecto fundamental del enfoque de innovación abierta de la compañía. Además de Silicon Valley y Múnich, el resto de las oficinas se encuentran en Seúl, Shanghai, Singapur, Tel Aviv y Tokio.

El objetivo y la misión colectiva de esta amplia red es recopilar información local, identificar tecnologías emergentes y trabajar con socios clave para visualizar el futuro de los productos y experiencias de los clientes de BMW Group.

El debut norteamericano del BMW Vision Neue Klasse.

Presentado por primera vez en el Salón Internacional del Automóvil (IAA) en Múnich en septiembre, el vehículo BMW Vision Neue Klasse hará su debut en América del Norte el jueves 7 de diciembre. Construido sobre los tres pilares de la electrificación, la digitalización y la circularidad, el Vision Neue Klasse representa una "Nueva Clase" de vehículos BMW que llegarán en 2025.

Talleres inmersivos: un vistazo detrás de cámaras.

En una serie de talleres, los participantes tendrán una mirada detrás de cámaras a algunos de los proyectos pasados y presentes desarrollados en la instalación, incluyendo:

- El viaje de AR/VR y su evolución: exploraciones en realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR), y posibles aplicaciones futuras, incluyendo demostraciones prácticas de prototipos de productos tempranos.
- Asistente Personal Inteligente (IPA, por sus siglas en inglés): una vista previa de la próxima generación de tecnología de asistente de voz en vehículos de BMW Group.
- Mentalidad innovadora: ideas del equipo de exploradores, creadores y constructores de la oficina, y cómo estar ubicados en Estados Unidos y Silicon Valley impacta positivamente a su trabajo, ofreciendo un vistazo a algunos proyectos aún no lanzados.
- Desarrollo de baterías para vehículos eléctricos: una discusión sobre la futura tecnología de baterías para vehículos eléctricos con la firma de capital de riesgo independiente de BMW

Group, BMW i Ventures, centrada en sus inversiones estratégicas en este espacio y la colaboración con la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos.

Experiencias Interactivas de Conducción.

Desde una experiencia de conducción de realidad mixta hasta un viaje dinámico de aroma multisensorial, y una demostración inédita en el automóvil del visor Quest de Meta, son algunas de las experiencias interactivas de conducción realizadas en el estadio Levi's.

- **Experiencia de Conducción de Realidad Mixta:** Una demostración de cómo BMW puede utilizar la tecnología de realidad mixta para llevar autos reales a pistas virtuales. En esta experiencia interactiva, los participantes se pondrán al volante de un BMW M4 y conducirán en un circuito cerrado mientras usan un visor de realidad virtual para experimentar la fusión de los mundos virtual y físico.
- **Mentalidad Innovadora - Viaje de Aroma Dinámico Inteligente:** Los asistentes disfrutarán de un viaje de aroma dinámico durante esta demostración de un proyecto desarrollado en la Oficina de Tecnología de BMW Group en Estados Unidos, que aún no ha sido lanzado. Los pasajeros disfrutarán de una experiencia multisensorial que se moldea al contexto del viaje y el mundo que les rodea.
- **Experiencia de conducción de realidad mixta Meta Quest:** BMW Group y Meta están liderando la investigación y explorando posibles casos de uso para dispositivos de realidad extendida dentro del ecosistema digital del vehículo. Esta es la primera vez que se realiza una demostración en el vehículo de la capacidad de mostrar de manera precisa contenido estable de realidad virtual (VR) y realidad mixta (MR) a los pasajeros en un automóvil en movimiento, incluso al girar, pasar por baches y acelerar. Esto se logró incorporando datos de IMU del conjunto de sensores de un automóvil BMW en tiempo real al sistema de seguimiento de las gafas de investigación Project Aria de Meta. Después de transferir el sistema de seguimiento a un dispositivo Meta Quest 3, los investigadores habilitaron una serie de experiencias estables de juegos, entretenimiento, productividad y meditación enlazadas al automóvil.
- **Demostración de Llave digital:** en esta sesión se discutirá el papel crucial de BMW en el desarrollo de una prueba temprana de concepto para utilizar teléfonos inteligentes como la llave digital de vehículos, lo que ha permitido desarrollar un estándar de la industria y ha abierto la puerta a funcionalidades adicionales relacionadas con el vehículo en los teléfonos inteligentes.

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 de 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

joao.veloso@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga
Julián Argüelles

zolveing.zuniga@bmw.com.mx
julian.arguelles@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín
Miroslava Rivas

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
miroslava.rivas@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 – 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/