

La marca BMW comparte un emotivo mensaje de fin de año a través de un cortometraje que unirá a las distintas generaciones de sus seguidores.

- A través del cortometraje **"Freude (Alegria) para siempre"**, la marca BMW transmite un emotivo mensaje de cómo una licencia de manejo representa mucho más que un simple "plástico" y se vuelve un elemento clave para innumerables experiencias; las cuales se transformarán en "el placer de conducir que une a las generaciones".
- Los protagonistas del cortometraje viajarán en un BMW i4 totalmente eléctrico que se convierte en un medio para transportarse entre el pasado y el presente.

Múnich. 19 de diciembre de 2023. La marca BMW comparte un emotivo mensaje de fin de año a través de un cortometraje que unirá a las distintas generaciones de sus seguidores. El [cortometraje "Freude \(Alegria\) para siempre"](#) transmite un emotivo mensaje de cómo en el pasado, en el presente y en el futuro: una licencia de manejo representa mucho más que un simple "plástico" para manejar un vehículo y se vuelve un elemento clave para innumerables experiencias, recuerdos y momentos que forman el carácter. E incluso cuando inevitablemente llegue el día en que ya no puedas manejar responsablemente un vehículo en una vía pública y tomes la decisión de renunciar a tu permiso, una cosa perdurará: "el placer de conducir que une a las generaciones". Este es el mensaje detrás de un cortometraje que tocará el alma de los seguidores de BMW, sin importar a la generación a la que pertenezcan.

La marca BMW estrenó en sus canales oficiales de redes sociales: ["Freude \(Alegria\) para siempre"](#), el emotivo cortometraje que muestra cómo la experiencia compartida de movilidad personal puede convertirse en una parte de la historia de una familia. La narración auténtica y los personajes ocupan un lugar central de la narración:

El cortometraje cuenta la historia de una familia en Alemania: Robert, de 85 años, quien se da cuenta de que es hora de dejar los guantes de conducir. Las emociones que esto suscita no sólo las siente él, sino también su hijo Christopher, quien lo acompaña a entregar su licencia en las oficinas correspondientes. El viaje de regreso en el BMW i4 totalmente eléctrico de Christopher se convierte en un viaje a través del pasado y el presente, y en una experiencia muy especial llena de felices recuerdos juntos.

El escenario de la escena inicial del cortometraje de 90 segundos es una sala de espera fría y gris, el monótono tictac de un reloj de pared. Sólo un árbol de Navidad al fondo intenta añadir un poco de calidez. La mirada abatida en el rostro de Robert te dice que ha llegado el momento. **Christopher intenta en vano animarlo ("Es sólo un 'plástico', ¿sabes?"). Pero para Robert, el trozo de plástico que entrega en el mostrador es una expresión de libertad y del puro placer de conducir.** El ambiente en el BMW de camino a casa es adecuadamente melancólico, hasta que de repente Christopher se sale de la carretera.



Los dos hombres se detienen ante las puertas de un lugar inicialmente desconocido. A la señal de Christopher, un guardia de seguridad abre la barrera. Resulta que ahora están en el aparcamiento de su empresa. Robert recuerda inmediatamente el lugar donde le enseñó a conducir a su hijo hace casi 40 años. Y en una inversión de roles, Christopher invita a su padre a tomar el volante de su BMW por última vez.

Ahora hay un flashback a la década de 1980, cuando Robert intercambia lugares con Christopher para que su hijo, que entonces tenía 18 años, pueda tomar los controles de su BMW Serie 3. De vuelta al aquí y ahora, cuando Robert pisa el acelerador del BMW i4 y el gran coupé totalmente eléctrico entra en acción dinámicamente, el pasado y el presente se fusionan en un espectáculo visualmente impresionante. En su mente se reproducen los alegres recuerdos de los viajes en el BMW con su hijo: el joven Christopher profundamente dormido en viajes nocturnos, vacaciones familiares inolvidables, todos esos kilómetros por el país para animar sus hazañas deportivas, recogerlo en fiestas y conducir él a su primera cita. En un clímax dramático, Robert detiene el auto y hace una pausa por un momento: ahora está listo para dejar el asiento del conductor para siempre. Después de todo, el sentimiento de alegría perdurará para siempre.

Un clip festivo de BMW se estrena en las redes sociales.

La idea de este cortometraje surgió de la agencia creativa y publicitaria Jung von Matt para THE GAME. Producida en colaboración con el equipo de Mercadotecnia de la marca BMW en Múnich, la película dura alrededor de 90 segundos y estará disponible para verla en los canales oficiales de la marca [BMW YouTube](#) e Instagram.

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

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

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

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

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

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/