

La historia de BMW Group

100 años de fascinación por la movilidad.

El 7 de marzo de 2016, BMW Group estará celebrando 100 años de existir como empresa. Durante este lapso, un pequeño productor de motores de avión con sede en el norte de Múnich se ha transformado en un fabricante líder a nivel mundial de automóviles y motocicletas, así como un proveedor de servicios Premium de finanzas y movilidad. En el camino a este estatus, BMW siempre ha probado ser una empresa altamente innovadora que ha definido el cambio y ha tenido visión hacia el futuro. Hoy en día, BMW Group es un grupo internacional de empresas con instalaciones de producción y ensamblaje en 14 países en una red de ventas globales. La empresa hace contribuciones significativas para diseñar la movilidad individual del futuro.

El observar la historia de BMW Group revela una gran variedad de eventos y decisiones que ejercieron un impacto sustentable en el desarrollo de la empresa, y al mismo tiempo es una expresión de su carácter. Los productos pioneros y las trayectorias estratégicas tienen una deuda de gratitud con estos momentos visionarios. Todos se basan en el valor de intentar algo nuevo y de emprender nuevos caminos. La ambición de la empresa siempre ha sido alcanzar más que sólo lo básico y competir con lo mejor, mientras que también fomenta la capacidad de aceptar desafíos y de salir de los mismos con una fuerza de propósito mejorada.

Elección de caminos independientes que llevan a soluciones innovadoras.

La ambición de lograr características superiores y la buena disposición de optar por soluciones completamente nuevas y técnicamente complejas en lugar de conformarse con lo cotidiano ha determinado el desarrollo de productos desde los inicios de la empresa hasta el día de hoy. El motor de avión BMW IIIa lanzado en 1917 ya demostraba potencia, confiabilidad y eficiencia excepcionales cuando era operado a grandes altitudes. Estas características se basaron en el diseño básico sólido como un motor de seis cilindros en línea y en el uso de materiales particularmente ligeros combinados con tecnología innovadora para el carburador y la ignición.

La empresa también adoptó un camino independiente cuando desarrolló la primera motocicleta de la compañía. Mientras que otros fabricantes aún trabajaban con la geometría de las bicicletas, la BMW R 32 se diseñó de manera consistente alrededor del motor. El modelo presentado en 1923 fue la primera motocicleta alimentada por un motor Bóxer de dos cilindros horizontalmente opuesto, contando con una caja de cambios manual atornillada directamente al motor y transmisión de potencia a lo largo de un eje en lugar de una cadena o banda. Estos elementos clave continúan siendo características distintivas de las motocicletas BMW con motores Bóxer, o flat-twin, los cuales existen hasta la actualidad.

Después, la empresa también se convirtió en un fabricante de automóviles en 1928; inicialmente produjo vehículos pequeños con base en un diseño contemporáneo establecido. Sin embargo, todas las convenciones comunes del periodo se quebrantaron cuando el BMW 303 formó el primer vehículo de gama media lanzado bajo la marca y alimentado con un motor de seis cilindros en línea. El modelo se presentó en 1933 y estableció un perfil que fue diferente al de sus competidores por el contorno distintivo de

Compañía

BMW de México, S.A. de C.V.

Dirección

Paseo de los Tamarindos No. 100 Piso 5
Col. Bosques de las Lomas
05120 México D.F.

Teléfonos

52 (55) 9140 8700
Fax: + 52 (55) 9140 8761

Email

Comunicacion.BMWMexico@bmw.com.mx

Internet

www.bmw.com.mx

la cubierta del radiador, el cual aún es reconocible hoy en día como la rejilla en forma de riñón de BMW. Y lo que es más importante, el vehículo también tenía un bajo peso como resultado del marco tubular con dos tubos inferiores de secciones transversales diferentes. Éstos fueron utilizados por primera vez en un automóvil. Por consiguiente, los ingenieros de diseño refutaron la convicción ampliamente reconocida de que sólo un vehículo pesado podría proporcionar características de conducción estable. El BMW 303 era de peso ligero, tenía una rápida aceleración, realizaba desaceleraciones sin esfuerzos y se conducía en curvas con un manejo ágil y seguro. BMW patentó el marco tubular con dos tubos y continuó basando sus automóviles en el principio de optimizar el peso.

Los automóviles de la marca BMW i son el ejemplo más reciente de construcción inteligente y ligera, innovación poderosa y búsqueda particularmente consistente de soluciones independientes. La arquitectura de sus vehículos ha sido especialmente desarrollada para modelos eléctricos o híbridos conectable, y el diseño combina un chasis de aluminio con una celda de pasajeros hecha de polímeros reforzado con fibra de carbono. El enfoque holístico adoptado por BMW i contribuye a garantizar que BMW Group tendrá una función pionera en el diseño de la movilidad individual para el futuro.

Asumir responsabilidades, dominar desafíos.

La producción de motores de avión fue prohibida inicialmente en Alemania después del fin de la Primera Guerra Mundial. A partir de 1918, los motores para camiones y botes, y desde 1920 también los motores para motocicletas, estuvieron entre los productos que portaron el logotipo de BMW. Los compradores incluyeron a Bayerische Flugzeugwerke AG, el cual asumió pronto una importancia considerable para la marca. La empresa asumió los derechos de la marca en junio de 1922 junto con el logotipo, las instalaciones, y la fuerza laboral de BMW. El renombramiento integral de la empresa como Bayerische Motoren Werke AG también formó la plataforma para el desarrollo de un fabricante independiente de motores y vehículos. Debido a que Bayerische Flugzeugwerke AG fue fundado el 7 de marzo de 1916, esta fecha se considera hoy como la fecha en la que se estableció la empresa BMW.

Poco después del relanzamiento de Bayerische Motoren Werke, los motores de avión se convirtieron una vez más en el enfoque de agencias contratistas gubernamentales y sus objetivos militaristas. Al igual que una gran proporción de la industria alemana, los directivos de BMW también se guiaron por la ambición de lograr una eficiencia empresarial conforme adoptaban las condiciones del marco político de las décadas de 1930 y de 1940. Por consiguiente, la empresa obtuvo el beneficio masivo de los nuevos esfuerzos de rearme. Comenzando 1939, convictos, trabajadores forzados, prisioneros de guerra y reclusos de campos de concentración fueron desplegados en instalaciones de producción operadas por la empresa.

BMW Group ha asumido su responsabilidad por los eventos durante el periodo del nacionalsocialismo y estableció iniciativas que han contribuido a crear conciencia y generar debate público. Cuando se publicó el libro “BMW – eine deutsche Geschichte” (“BMW – Una Historia Alemana”) en 1983, la empresa fue el primer grupo industrial alemán en abrir este capítulo de su pasado al escrutinio y la discusión públicos. La investigación del periodo entre 1933 y 1945 se llevó a cabo en el contexto de dos disertaciones, las cuales fueron publicadas en 2005 y 2008. Además, BMW AG estaba entre los miembros inaugurales de la fundación “Erinnerung, Verantwortung, Zukunft” (“Recuerdo, Responsabilidad, Futuro”) establecida en 1999 para compensar a las antiguas víctimas de los trabajos forzados.

Durante el periodo inmediato posterior a la Guerra, la empresa debía adoptar un nuevo enfoque en todos los aspectos de sus negocios. La primera motocicleta post-guerra en la forma de la BMW R 24 sólo salió de la línea de producción de Múnich en 1948. La fabricación de automóviles volvió a comenzar en 1952 y el éxito empresarial anticipado eludió inicialmente a la empresa. En la Asamblea General Anual llevada a cabo en 1959, la venta de BMW AG a Daimler-Benz AG – la cual estuvo a punto de ser firmada y sellada – se evitó en el último minuto. El plan de reestructuración desarrollado bajo los auspicios del accionista principal Herbert Quandt se basó en la independencia de BMW AG, en estructuras nuevas, y en modelos nuevos. El progreso vino con el BMW 1500 como el primer modelo del “New Class”. Después de que pasaron sólo unos cuantos años, la empresa había pasado de ser un candidato de absorción a ser una empresa insignia.

A inicios de la década de 1970, cuando el auge tuvo un cese repentino por la “crisis del petróleo”, los gerentes de BMW superaron los tiempos difíciles y emergieron de la crisis con una fortaleza renovada. En Múnich, se abrieron la nueva torre corporativa conocida como “Cuatro cilindros” y el Museo BMW, y también, una nueva planta de producción comenzó operaciones en Dingolfing. El BMW Serie 5 se presentó como el sucesor del “New Class”. Y, de hecho, la demanda comenzó a adquirir velocidad a partir de 1975. BMW estaba en una posición sobresaliente para responder con modelos nuevos, capacidades de producción expandidas y estructuras de ventas optimizadas.

A inicios de la década de 1990, los directivos de BMW volvieron a verse en una encrucijada. En 1994, siguieron la tendencia general del sector hacia procesos de concentración y decidieron adquirir la empresa British Rover Group, con el fin de obtener grupos meta adicional, con una gama más amplia de automóviles. El intento no se vio coronado por el éxito. En el año 2000, Rover Group volvió a ser vendido. BMW sólo continuó con el desarrollo de la marca MINI. Entre tanto, la empresa se había sometido a una reestructuración y había comprado el nombre y los derechos de marca de Rolls-Royce Motor Cars.

Justo antes del inicio de la crisis financiera global en 2008, la estrategia corporativa “Number ONE” había definido los principios de un crecimiento sustentable y rentable y de un incremento de valor a largo plazo. Las medidas relacionadas se dirigieron hacia consolidar la posición de BMW Group como un fabricante Premium de automóviles y motocicletas a nivel mundial, así como un proveedor de servicios de finanzas y movilidad.

Evaluación comparativa con lo mejor: récords y éxitos en el deporte motor.

A comienzos del siglo XX, los eventos deportivos competitivos fueron considerados como el escenario ideal para fabricantes de motocicletas y automóviles para impresionar al público automovilista con el rendimiento de vehículos nuevos. El establecer récords nacionales e internacionales se percibió como otra manera de proporcionar pruebas fehacientes de tecnología avanzada. Por ejemplo, en junio de 1919, el piloto de pruebas Zeno Diemer creó sensación con un récord de altitud mundial en una aeronave. Diemer voló a una altitud de 9,760 metros en un avión movido por un motor BMW IV. Los motores BMW alimentaron al Dornier “Wal” (Ballena), el cual fue el primer hidroavión que dio la vuelta al mundo en el verano de 1932, y al “rail Zeppelin”, el cual había logrado un récord en velocidad mundial de 230 km/h para vehículos ferroviarios en los años previos. El piloto de pruebas para la fábrica de BMW, Ernst Jakob Henne, estableció varios récords mundiales entre 1929 y 1937 en dos ruedas. También logró una velocidad de 279.503 km/h en su último trayecto récord, mismo que se mantuvo durante 14 años. También se establecieron récords en años más recientes con el objetivo de demostrar una fuerza

innovadora. En el circuito de prueba de BMW en Miramás, Francia, el prototipo BMW H₂R estableció nueve récords para vehículos alimentados con hidrógeno en septiembre de 2004.

El primer éxito en carreras para la marca BMW se logró en febrero de 1924. Esa fue la fecha en la que el diseñador y piloto de carreras Rudolf Schleicher ganó la carrera de montaña en el pronunciado Mittenwalder Gsteig. A partir de ese momento, el slogan “Probado en el Deporte – Probado en Serie” (“Erprobt im Sport – bewährt in der Serie”) se convirtió en un término conocido, respaldado por numerosos campeonatos alemanes y los primeros éxitos internacionales. La victoria obtenida por Georg Meier en 1939 con una máquina de carreras BMW sobrealimentada fue un hito particular. Meier fue el primer piloto de fuera del Reino Unido en ganar el “Tourist Trophy” en la clase de 500 cc, conocido como el “Senior TT”, en la Isla de Man. El piloto británico Jock West, también piloto de BMW, llegó en segundo lugar. Exactamente 75 años más tarde, el piloto del Norte de Irlanda Michael Dunlop siguió los pasos de Meier y obtuvo una victoria en una BMW S 1000 RR en el “Senior TT”.

“Schorsch” Meier continuó sus éxitos anteriores en el periodo posterior a la guerra y ganó el German Championship en 1947. Las máquinas de carreras del equipo alimentadas por motores BMW en el Sidecar Combination World Championship tuvieron una serie particularmente impresionante de victorias con 20 títulos de fabricantes y 19 títulos de pilotos entre 1954 y 1974. En 1980, la BMW R 80 G/S generó sensación en las competencias todoterreno por primera vez. A la victoria del European Off-road Championship le siguieron las victorias en el Rally París-Dakar en los años 1981, 1983, 1984 y 1985.

El primer automóvil producido por BMW también probó su valor en competencias deportivas desde el inicio. Tan sólo cuatro semanas después de que el vehículo saliera a la venta, el BMW 3/15 PS logró una victoria en el International Alpine Rally. El legendario roadster BMW 328 tuvo su primera aparición en público en la pista de carreras. En junio de 1936, Ernst Henne probó su éxito en cuatro ruedas conduciendo el modelo nuevo a una victoria de clase inmediatamente en la Eifel Race en el circuito Nürburgring. Cuatro años más tarde, la marca BMW logró uno de sus más grandes triunfos hasta ese momento. Fritz Huschke von Hanstein y Walter Bäumer ganaron los primeros lugares en la carrera de resistencia Mille Miglia llevada a cabo en Italia conduciendo el BMW 328 Touring Coupé.

Inicialmente, la era post-guerra sólo trajo éxitos modestos en el automovilismo. El “New Class” también causó aquí la primera sensación. En 1966, Hubert Hahne ganó el European Touring Car Championship conduciendo el BMW 2000 TI. También, se convirtió en el primer piloto en llevar un vehículo de turismo (Touring) alrededor del circuito norte de Nürburgring en menos de diez minutos. La creciente importancia de las actividades de automovilismo deportivo se manifestó mediante el establecimiento de BMW Motorsport GmbH en mayo de 1972. En los años subsecuentes, se lograron varios éxitos principalmente en carreras de turismo. La colección de títulos se enriqueció con el BMW 3.0 CSL, el BMW 365 CSi, el BMW 320 Group 5 y, más importante, el BMW M3 Group A, el cual se convirtió en el vehículo de turismo más exitoso en el mundo.

En 1982, BMW llegó al escenario de la Fórmula 1 como un proveedor de motores junto con su socio Brabham. El gran triunfo llegó tan sólo un año después. El piloto brasileño Nelson Piquet ganó el Campeonato Mundial. Piquet fue el primer piloto en obtener el título

conduciendo un vehículo alimentado por un motor turbo. Como resultado de realinear su compromiso con el automovilismo, BMW regresó al German Touring Car Masters (DTM) en 2012. El regreso trajo consigo un éxito máximo de golpe. El canadiense Bruno Spengler finalizó la temporada de inauguración conduciendo el BMW M3 como campeón del DTM. BMW también ganó las clasificaciones de fabricante y equipo.

El producto correcto en el momento correcto.

El camino de ser un fabricante de motores de avión con ventas principalmente dependientes de contratación de agencias gubernamentales a ser un proveedor líder de vehículos Premium con atractivo mundial está estrechamente vinculado con la historia de la movilidad individual durante los últimos 100 años. Una y otra vez, la empresa tuvo éxito al utilizar sus habilidades de ingeniería y su creatividad para crear productos que cumplen de manera exitosa con las necesidades y los deseos contemporáneos con calidades únicas y un carácter independiente. Se establecieron segmentos de vehículos nuevos y se sacó partido de grupos meta adicional con un instinto infalible para identificar las aspiraciones de los clientes que no eran cubiertas por otros actores en el mercado. Este estilo también identificó nichos de mercado con potencial para un crecimiento sustentable y desarrolló innovaciones que se transformaron en tendencias.

La creciente importancia de la aviación civil durante la década de 1920 animó a Bayerische Motoren Werke a diseñar motores de avión nuevos y particularmente potentes con base en los diseños probados. El motor de avión BMW VI, un motor de doce cilindros en V, fue lanzado al mercado en 1926. Continuó hasta convertirse en un éxito de exportación alrededor del mundo y se desarrolló como el producto más exitoso de la empresa en la década de 1920. El BMW VI también se equipó en el Heinkel HE 70, el cual fue considerado como el avión comercial más rápido del mundo en ese momento y se le dio el sobrenombre de “Blitz” o “relámpago”.

La empresa también adaptó de forma precisa su primera motocicleta a las necesidades del momento. La BMW R 32 fue lanzada en 1923 y contó con características de manejo seguro y deportivo junto con un nivel elevado de confiabilidad. El eje de transmisión tenía ventajas claras de bajo desgaste y mantenimiento mínimo en caminos de tierra. BMW también tenía como objetivo atraer a clientes sofisticados con sus primeros automóviles de gama media. Y lo que es más importante, el BMW 326 lanzado en 1936 era alimentado por un motor de seis cilindros de 50 hp y presentaba un exclusivo interior generosamente espacioso así como una construcción artesanal de alta calidad. Se vendieron cerca de 16,000 unidades y esto lo convirtió en el automóvil más vendido de la marca hasta ese momento. La empresa estaba en una trayectoria tecnológica y comercial exitosa con sus motores de avión, sus motocicletas y sus automóviles antes de que los cambios políticos en Alemania durante la década de 1930 llevaran a la alineación internacional de la empresa y a la diversificación en el programa de producción civil a un cese abrupto.

En la Alemania de la post-guerra, el BMW Isetta reflejó inicialmente el espíritu de la época durante los años del milagro económico. Se vendieron más de 160,000 unidades del “Motocoupé” – el vehículo de dos plazas se solicitaba incluso en EE.UU, el país de los “road cruisers”. El BMW 700 mantuvo ambiciones deportivas y fue lanzado inicialmente como un Coupé en 1959 y un poco más adelante como un vehículo de turismo. Las exitosas ventas de este vehículo aseguraron la supervivencia de la empresa. En 1961, BMW finalmente lanzó un modelo en el BMW 1500, el cual hacía falta claramente a sus clientes. Los estrategas de ventas percibieron la necesidad de un vehículo de turismo de gama media, de alta calidad. Los ingenieros de diseño produjeron un automóvil de cuatro puertas con un diseño simplificado y un potente motor de cuatro cilindros, así como una

tecnología avanzada para el chasis. El “New Class” fue un símbolo de individualidad a un nivel elevado, y su carácter especial se basó principalmente en características cómodas y en la deportividad. En 1965, el modelo más potente hasta ese momento se lanzó con el BMW 1800 TI/SA como plataforma para el deporte automovilístico – y al mismo tiempo el nuevo eslogan, que continúa utilizándose hasta la fecha, encapsuló las razones para el éxito del “New Class”: “Freude am Fahren” – “The Ultimate Driving Machine”.

Siete años más tarde, “The Ultimate Driving Machine” también se convirtió en el principio rector de las motocicletas BMW. La empresa había lanzado anteriormente los nuevos modelos BMW R 50/5, BMW R 60/5 y BMW 75/5 al mercado. El conducir motocicletas se había convertido en un pasatiempo de ocio placentero que podía disfrutarse de forma particularmente intensiva en las máquinas de turismo deportivo. En 1980, BMW diseñó el siguiente logro pionero en el segmento de las motocicletas. La Touring Enduro BMW R 80 G/S fue una precursora de la popular categoría de motocicletas que continúa generando un placer de conducción hoy en día en áreas no asfaltadas y en las calles.

Una nueva forma de diversidad también caracterizó el concepto de vehículo pionero con el cual BMW creó sensación en el sector de automóviles en 1999. Incluso antes de que se estableciera el auge global de SUV, la empresa lanzó el BMW X5 en el North American International Auto Show en Detroit, el cual combinó el desempeño dinámico típico de la marca con características superiores, una posición de asiento elevada y tracción integral. Esto anunció el lanzamiento del segmento Sports Activity Vehicle, en donde BMW también jugó el papel de pionero ya que transfirió el concepto a otras clases de vehículos en los años siguientes. La gama ahora consta de cinco Modelos BMW X, incluidos dos Sports Activity Coupés que permitieron a la marca conquistar un nuevo territorio conceptual con un gran éxito.

En el umbral del siguiente siglo de su historia corporativa, BMW Group está asumiendo una función pionera en el diseño de una forma de movilidad que es independiente de combustibles fósiles y libre de emisiones locales. Desde 2013, el BMW i3 ha provisto al “Ultimate Driving Machine” en un automóvil Premium alimentado de manera eléctrica. Asimismo, el modelo híbrido conectable, el BMW i8, presentado en 2014 permite a los conductores experimentar el futuro del vehículo deportivo desde ahora.

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, 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 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2015, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 247 mil vehículos y alrededor de 137 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2014 fue de aproximadamente 8 mil 71 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 80 mil 40 millones de euros. El 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 116,324 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group México

BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en México. El Grupo anunció en julio de 2014, la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí; los trabajos de preparación en el terreno ya iniciaron y actualmente se están realizando los primeros procesos de reclutamiento a través de www.bmwplantarh.com.mx

Actualmente comercializa las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. Cuenta con 35 distribuidores BMW, 27 ofrecen la marca MINI y 20 BMW Motorrad. Todos ellos localizados tanto en el D.F. como en las principales ciudades de la República: Aguascalientes, Cancún, Chihuahua, Culiacán, Guadalajara, Hermosillo, León, Mérida, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Toluca, Torreón, Veracruz y Villahermosa. Generando más de 1,500 empleos directos en toda la Red.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa en todo el país, que ofrece atención a clientes durante las 24 horas del día. Para mayor información de productos y servicios puede consultar www.bmw.com.mx, www.mini.com.mx y www.bmw-motorrad.com.mx.

Para mayores informes favor de contactar a:

Zolveing Zúñiga
BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe
Tel.: (0155) 9140-8747

Allan Díaz / Rocío Pavón
Porter Novelli
Tel.: (0155) 5010-3246/ 5010-3270

www.press.bmwgroup.com/mx.html

Facebook: <https://www.facebook.com/BMWMexico>
Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Mexico>
Twitter: <https://twitter.com/#!/BMWMex>
Twitter: <https://twitter.com/#!/MINImexico>
BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>
BMW Youtube channel: http://www.youtube.com/user/BMW_