



## **El BMW 327 Coupé: la idea del Coupé moderno y un orgulloso patrimonio del pasado.**

**El nuevo BMW Serie 4 Coupé mantiene la tradición de los Coupés de BMW, que inició con el BMW 327, y que han llevado modelos icónicos como el BMW 503 Coupé, el BMW 3.0 CSL, o el BMW Serie 6.**

**Múnich.** La hermosa relación entre BMW y los Coupé, se remonta casi 90 años hasta los inicios de la producción de automóviles en la compañía. Hubo muchas formas diferentes de interpretar el concepto multifacético, pero tres aspectos fueron siempre el centro de atención de BMW para un Coupé: impacto deportivo, elegancia y exclusividad. Naturalmente, esto también es válido para el nuevo BMW Serie 4 Coupé.

La ilustre herencia del pasado incluye hitos como el BMW 503 Coupé, el BMW 3.0 CSL, el BMW Serie 6 y, en la posición más destacada, el BMW 327 Coupé. Este modelo data del año 1937 y, en algunos aspectos, constituyó el origen de la idea moderna de "Coupé", pero no había nada "segado" en este modelo (como parece indicar la palabra francesa). Por el contrario, todo se adaptó al desempeño dinámico y la estética.

Cuando el BMW 327 entró en primer plano en 1937, fue recibido con una bienvenida entusiasta. La forma aerodinámica y baja del BMW 327 resumaba velocidad incluso antes de que una rueda girara, mientras que su diseño moderno proporcionaba una fotografía del futuro. El BMW 327 se convirtió debidamente en un ejemplo icónico del diseño de automóviles, uno que continúa fascinando y cautivando más de 80 años después, y que desde hace mucho tiempo se ha clasificado como un artículo de colección raro y muy codiciado.

En la década de 1920, los fabricantes de automóviles comenzaron a remar contra la tendencia de la experimentación salvaje y la improvisación artesanal. Los estadounidenses hicieron más que la mayoría para mostrar cómo se podían producir automóviles cotidianos en grandes cantidades y sin abusar de los fondos bancarios. Este fue un momento en que el diseño del automóvil parecía haber tocado un límite de creatividad, con topes estilísticos metafóricos. Grandes o pequeños, los modelos de la época se veían bastante parecidos. La receta era así: una carrocería de madera y metal se montaría sobre un chasis, completo con ejes y un motor. Las aletas delanteras y los faros delanteros estaban separados del cuerpo principal, y el capó se estrechaba hacia adelante a un radiador que se erguía, recto como una barra, contra el aire que arremetía. Pero las nuevas técnicas de prensado de metales y soldadura ahora estaban haciendo sentir su presencia, ampliando el alcance de nuevas ideas artísticas. Al mismo tiempo, los motores más potentes y las carreteras de alta velocidad de nueva construcción exigían una aerodinámica mejorada. La década de 1930 marcó el momento en que la industria dio la espalda



de una vez por todas a la plantilla del carruaje y la reemplazó con un modelo para el diseño moderno del automóvil.

### **La forma sigue a las emociones.**

El BMW 327 causó sensación cuando se presentó en 1937 y su impacto desde entonces apenas ha disminuido. Incluso cuando está detenido, el BMW 327 parece estar en movimiento, gracias a su aspecto poderoso y dinámico. Su carrocería baja orientada a la carretera se diseñó agachada, como un avión a través del aire. Su parte delantera es redondeada con majestuosas entradas de aire y un radiador separado que dibuja una línea de tendencia respecto a la era de los radiadores ornamentales con forma de templos romanos. Los faros integrados ahora estaban de moda, mientras que un parabrisas dividido y angulado negoció hábilmente el problema persistente de cómo fabricar vidrio con formas curvas sin distorsiones. Y luego estaba la parte trasera suavemente empacada, con ruedas cubiertas y una llanta de refacción integrada almacenada debajo de una cubierta protectora (cuya forma era una parte importante del diseño general). Hoy, el BMW 327 continúa emocionando y deleitando desde todos los ángulos, más aún en forma de Coupé. A más de 80 años después, no ha perdido nada de su inmenso impacto deportivo.

### **Un majestuoso seis cilindros.**

Estos pueden haber sido relativamente días tempranos, pero los motores de seis cilindros en línea ya se habían convertido en un sello distintivo de BMW. Increíblemente suave, con par motor de sobra y la capacidad de soportar el castigo, hicieron mucho para avivar la reputación de la marca, todavía juvenil. El seis cilindros en línea del BMW 327 desarrolló 55 hp de desplazamiento, apenas dos litros y propulsó el automóvil a unos principescos 125 km / h, una cifra que marca el ritmo en ese momento. Los clientes podrían optar por tener su BMW 327 equipado con una caja de cambios Hurth con rueda libre, que redujo las revoluciones a altas velocidades y, por lo tanto, era ideal para las nuevas autopistas alemanas. Un año después, en 1938, el BMW 327 también se podía pedir con el motor del nuevo automóvil deportivo BMW 328. Eso significaba que el BMW 327/328 tenía 80 hp para trabajar y una velocidad máxima de 140 km / h bajo la manga. Ahora no cabe duda de que estábamos mirando uno de los automóviles más rápidos del país. Y, sin embargo, el BMW 327 inclinó la balanza a sólo 750 kg, lo que lo convierte en un auténtico peso pluma según los estándares actuales.

### **Clase sin la masa.**

Aunque el BMW 327 era algo casi futurista para la vista cuando los telones se deslizaron por primera vez de sus curvas, los procesos de producción detrás de él fueron todo lo contrario. Podrías olvidar el tipo de fabricación de volumen de vanguardia desde hace mucho tiempo establecido en los Estados Unidos; la fábrica de Eisenach simplemente no estaba lista para ese nivel de revolución, y la inversión requerida para hacer tales cambios fue difícil de justificar en una Alemania en la que pocos podían imaginar comprar un automóvil propio. Un mercado masivo con poder adquisitivo digno de ese nombre fue notable por su ausencia.

Y así, todos los BMW, incluido el BMW 327, fueron construidos a mano en gran parte, en la forma clásica, y tradicional, ya fuese Convertible o Coupé siguiendo un camino común. Expertos artesanos armaron la carrocería de madera y adaptaron cada parte de metal para que se ajustara. El resultado final fueron los automóviles



de lujo de muy alta calidad. Pero, con 7,450 marcos para el Coupé y 7,500 para la versión descapotable, sólo eran una propuesta asequible para clientes particularmente ricos. La producción del BMW 327 llegó a su fin en 1941, momento en el que las compras de automóviles por particulares se prohibieron durante mucho tiempo. Cuando el último automóvil salió de la fábrica, se habían construido 1,304 ejemplares del BMW 327 y 569 del más potente BMW 327/328 (Coupé y Convertible combinados).

### **¿Una segunda venida?**

La llamativa forma de la carrocería del BMW 327 volvió a la vida en la forma del "ángel barroco", BMW 501, el primer BMW de la posguerra y símbolo de un nuevo amanecer. Sin embargo, la próxima revolución ya estaba a la vuelta de la esquina. Dando un paso adelante con la carrocería de Ponton, esencialmente un diseño de tres cajas compuesto por dos pequeños cuboides en cada extremo y uno grande en el medio. Hoy, el BMW 501 desempeña el papel de tributo tardío, a un diseño con el que BMW grabó su nombre en el mundo, y que le aseguró al BMW 327 su estatus como un ícono de la historia del automóvil.

El BMW 327 sigue siendo un exponente perfecto de su oficio hasta nuestros días. Es cada pulgada el automóvil soñado, fuera del alcance de la mayoría, pero poseedor de una belleza artística. Sin moverse ni un músculo, le dijo todo lo que necesitaba saber sobre su razón de ser: el placer de conducir.

\*\*\*

### **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 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 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](http://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/bmwgroup/>

### **Acerca de BMW Group Latinoamérica**

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.



El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

**Para mayor información favor de contactar a:**

**Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica**

Vladimir Mello	<a href="mailto:vladimir.mello@bmw.com.mx">vladimir.mello@bmw.com.mx</a>
Juan Bernardo Vázquez Mellado	<a href="mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com">bernardo.vazquezmellado@bmw.com</a>
Zolveing Zúñiga	<a href="mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx">zolveing.zuniga@bmw.com.mx</a>
Édgar Téllez	<a href="mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx">edgar.tellez@bmw.com.mx</a>
Tania Gómora	<a href="mailto:tania.gomora@bmw.com.mx">tania.gomora@bmw.com.mx</a>

**Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)**

Christine Graeber	<a href="mailto:christine.graeber@bmwgroup.com">christine.graeber@bmwgroup.com</a>
Elizabeth Arreguín	<a href="mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx">elizabeth.arreguin@bmw.com.mx</a>

**Comunicación Corporativa - Argentina**

Gonzalo Rodiño	<a href="mailto:gonzalo.rodino@bmw.com.ar">gonzalo.rodino@bmw.com.ar</a>
Tania Silva	<a href="mailto:tania.silva@partner.bmw.com.ar">tania.silva@partner.bmw.com.ar</a>

**Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup**

Adriana Olmedo	<a href="mailto:aolmedo@jeffreygroup.com">aolmedo@jeffreygroup.com</a>
Vanessa Angulo	<a href="mailto:vangulo@jeffreygroup.com">vangulo@jeffreygroup.com</a>
Antonio Domínguez	<a href="mailto:adominguez@jeffreygroup.com">adominguez@jeffreygroup.com</a>
Angela Del Castillo	<a href="mailto:adelcastillo@jeffreygroup.com">adelcastillo@jeffreygroup.com</a>
Federico Martínez	<a href="mailto:fmartinez@jeffreygroup.com">fmartinez@jeffreygroup.com</a>
Guillermo García	<a href="mailto:ggarcia@jeffreygroup.com">ggarcia@jeffreygroup.com</a>

**Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup**

Denys Méndez	<a href="mailto:dmendez@jeffreygroup.com">dmendez@jeffreygroup.com</a>
Marisol Borbolla	<a href="mailto:mborbolla@jeffreygroup.com">mborbolla@jeffreygroup.com</a>
Arturo Tobias	<a href="mailto:atobias@jeffreygroup.com">atobias@jeffreygroup.com</a>
Zaira Nolasco	<a href="mailto:znolasco@jeffreygroup.com">znolasco@jeffreygroup.com</a>

**BMW Group pressclub**

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)  
<http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es>  
[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)