

Conoce la lógica detrás del nombre de un BMW.

- Existe una larga tradición para definir los nombres de los modelos BMW.
- Descubramos juntos el significado de los números y letras que identifican a los vehículos BMW.

Ciudad de México | 8 de noviembre de 2023. En BMW existe un departamento encargado de la "Nomenclatura específica y la identificación de los vehículos" – el simple hecho de que este departamento exista nos da una idea de la importancia que la empresa le da al nombre de cada uno de sus modelos. La selección del nombre de un modelo es algo más que una simple tormenta de ideas, de hecho, es todo lo contrario, el nombre de un nuevo modelo es el resultado de un sofisticado proceso y su objetivo es que el nombre sea comprensible para nuestros clientes en todo el mundo. Los desarrollos estratégicos para el futuro también se toman en cuenta al crear nuevos nombres.

La forma sencilla de descifrar los nombres de los modelos.

Vamos a utilizar como ejemplo el nombre del BMW 745e para explicar cómo decodificar la denominación de un modelo BMW. "El primer número de la combinación de tres dígitos en el nombre de un BMW se refiere al segmento del vehículo o a la serie del modelo", nos dice la experta Petra Marz. Los números siempre se refieren al tamaño y al segmento al que pertenece un vehículo: mientras más grande es el número, más grande es el vehículo. Si el primer dígito es un número par, generalmente nos estamos refiriendo a las variantes más deportivas, por ejemplo, las carrocerías coupé. En la comunicación del modelo normalmente se agregan designaciones tales como sedán o convertible, para facilitar la explicación del modelo.

Estas designaciones, sin embargo, por lo general no aparecen directamente en el vehículo, ya que es fácil reconocer el tipo de carrocería a simple vista. Las excepciones son los SAV (vehículos de actividades deportivas) y los roadsters, cuyos nombres de modelo inician con una X o un Z en su nombre, y además en el vehículo en sí mismo. El BMW 745e sedán, por ejemplo, es un sedán de alta gama y la Serie 7 es el buque insignia de la marca BMW.

"Desplazamiento virtual" en el nombre de los modelos.

Los dos siguientes dígitos, i.e. el 45 del 745e, originalmente se referían al desplazamiento del motor (por ejemplo 30 para un motor con desplazamiento de 3 litros). Hoy en día, indican la potencia del motor en kilowatts (kW), algo así como un "desplazamiento virtual".

El motor de un vehículo con el número 45 tiene una potencia entre los 300 y los 350 kW. Con la adopción universal de los turbocargadores (turbocompresores), además de los sistemas híbridos y los motores eléctricos, BMW ha seguido utilizando de forma consistente esta convención de nomenclatura.

La última parte del nombre del modelo incluye una letra minúscula que se refiere a la tecnología usada para el sistema de fuerza. Los motores a gasolina (con sistemas de inyección de combustible) llevan una i, mientras que los motores a diesel llevan una d. La letra e indica que se

trata de un vehículo híbrido conectable, como es el caso de nuestro BMW 745e PHEV. Los vehículos con tracción integral llevan la identificación xDrive como parte de su nombre, mientras que sDrive se refiere a los modelos que únicamente cuentan con tracción en un eje, ya sea el trasero o el delantero, pero solo se utiliza en los modelos X y Z.

La historia de la nomenclatura en BMW.

Los nombres de los modelos BMW no siempre han sido tan claros como en la actualidad, algo que se puede ver si nos asomamos al pasado de la marca. El primer automóvil que BMW construyó fue el BMW 3/15 PS, construido bajo licencia a partir de 1929 y basado en el Austin 7. La potencia estaba presente en el nombre del modelo: el 15 se refiere a los caballos de fuerza que entregaba el motor, las letras PS se refieren a "Pferdestärke" la palabra alemana para caballos de fuerza. El número 3 se refería a los impuestos que se debían pagar al comprar el vehículo, y que se relacionan a los 750 centímetros cúbicos de su motor.

A partir del BMW 303 en 1933, todos los vehículos BMW construidos antes de la guerra llevaban una identificación de modelo que empezaba con el número 3. En este caso el nombre del modelo se refería al número del desarrollo: los motores de avión eran 100s, las motocicletas eran 200s y los automóviles eran 300s.

Algunos modelos populares de BMW, tales como los 501, 700, 3200 CS o el 1500, que pertenecía a la Neue Klasse (nueva clase) pasando por los modelos 02, como el famoso BMW 2002, empezaron a proliferar en los años 1960s. Por si mismos, los nombres de esos modelos eran lógicos, pero no eran consistentes con un sistema de nomenclatura común.

Esto cambió a principios de 1970 cuando se estaba planeando al sucesor del Neue Klasse. De acuerdo con la Dra. Annika Biss, historiadora de BMW, "la mesa directiva de BMW buscaba una solución más intuitiva para nombrar a sus modelos". Las denominaciones no numéricas terminaron con el BMW Isetta.

El año 1972 fue clave para la nomenclatura de los modelos BMW. El nuevo BMW 520i fue el primero en seguir una estructura clara para la nomenclatura de los modelos BMW, el sistema creado entonces se sigue utilizando de forma consistente hasta el día de hoy. Como explica la Dra. Biss, algunos de los nuevos ejecutivos de la compañía tenían ideas claras de como debía funcionar el nuevo sistema de nomenclatura.

La razón detrás de esto era que "los nombres utilizados por BMW hasta entonces eran inconsistentes, y la lógica de los 1960s ofrecía pocas opciones coherentes para armonizar las designaciones de los modelos más pequeños con las de los motores grandes". Esta estructura básica permanece actualmente, y se ha seguido usando en la era de la electromovilidad.

Un nuevo capítulo: electromovilidad con una nomenclatura ampliada.

La submarca BMW i (la i representa innovación) se está expandiendo con cada nuevo modelo totalmente eléctrico (BEVs o vehículos eléctricos a batería). Además del BMW i3, el BMW i8 (PHEV) y el BMW iX3, el BMW iX, y el BMW i4, la oferta de BEVs se expande aún más con el BMW i7, el BMW iX1 y el BMW i5 lanzados recientemente.

Los nombres de los modelos de producción en serie y también los de los conceptos siguen las reglas de nomenclatura. El BMW i4, por ejemplo, puede ser identificado fácilmente como un modelo mediano de diseño deportivo.

Lógicamente, la designación sobre el tipo de combustible se ha dejado de utilizar para los modelos eléctricos a batería (BEVs) y ha sido sustituido por el título de la submarca i. De otra forma, seguirían las reglas de los nombres de los modelos X y Z, sin embargo, las reglas siempre tienen excepciones: el BMW iX es el buque insignia para los BEVs producidos por BMW, por lo que no lleva una designación de serie en su nombre.

Los nombres de los modelos BMW M también son consistentes con la lógica del sistema. Los modelos de la submarca BMW M han representado el alto desempeño de los modelos más deportivos de BMW, desde principios de los 1970s. Ya sea en el mismo vehículo y en la comunicación, el logotipo de M siempre va en conjunto con las tres barras diagonales en los colores de M. Los modelos M performance incluyen la M de forma prominente en la designación de modelo, como en el caso del M340i. Tanto en los modelos X como en los Z, la M va antes del nombre de referencia a la potencia del motor y después del nombre del vehículo, como en el caso del X6 M50i.

Los vehículos de alto desempeño de BMW M, como el BMW M2 o el BMW M5 también son diferentes en su nomenclatura. Estas designaciones de modelos no llevan referencias a la potencia, al tipo de motor o a la presencia de un sistema de tracción integral. La M es la esencia de estos vehículos, para los modelos X y Z, la M va después del nombre del modelo como en el caso del BMW X3 M, mientras que el resto de los modelos M, la misma M es parte del nombre del modelo, como en el BMW M3.

Viabilidad futura del sistema de nomenclatura.

El principal objetivo del sistema de nomenclatura de BMW es dar claridad a los clientes. Además, los nombres deben ser auténticos y fáciles de entender. Los clientes en todo el mundo pueden entender fácilmente de donde viene el nombre de un BMW.

A lo largo de la historia de BMW, el uso de un sistema consistente de nomenclatura ha permitido que nombres de modelos como el BMW M3 hayan quedado firmemente grabados en la conciencia de los fanáticos. Además de llevar el nombre de la familia BMW, el otro elemento que comparten todos los modelos BMW es el Placer de Conducir.

El ABC y el 123 de los nombres de los automóviles BMW.

Aquí hay una semblanza de otros códigos que BMW utiliza o ha usado anteriormente para el nombre de sus modelos:

- Ci (antiguo) – en la época en la que no se hacía distinción entre las carrocerías sedan y coupé de un modelo, mediante el uso de números pares y nones, la designación BMW 328 Ci (1999/2000), por ejemplo, se podía aplicar tanto a la versión Coupé como al Convertible.
- Compact (antiguo) – designación para la carrocería compacta de 3 puertas con escotilla trasera del BMW Serie 3, por ejemplo, para el BMW 323 ti.
- Competition (vigente) – modelos BMW M con prestaciones aún más deportivas llevan la palabra "Competition" como parte de su nombre.
- CS (vigente) – anteriormente las siglas CS se referían a "Coupé Sport", pero han evolucionado para referirse a "Competition Sport", y se usa para versiones ultra deportivas de los modelos BMW M.
- CSL (vigente) – basado en el código CS, las siglas CSL se refieren a "Coupé Sport Leichtbau" (Leichtbau es la palabra alemana para construcción ligera), y se usa para modelos BMW M Competition con medidas avanzadas para reducir la masa (y por lo tanto el peso) del vehículo.
- e (antiguo) – en los 1980s, BMW lanzó el BMW 325e y el BMW 525e. La e en este caso se refería a la letra griega eta, que en ingeniería se usa para representar la eficiencia. Los motores eta estaban optimizados para desarrollar mayor par motor (torque) a bajas revoluciones. BMW ahora usa la e para sus vehículos híbridos conectables (PHEVs).
- L (vigente) – los modelos con una L tienen una mayor distancia entre ejes, lo que permite ofrecer espacio adicional a los pasajeros del asiento trasero y una marcha más suave.
- ti/tiii (vigente) – esta combinación de letras fue agregada al BMW 02. Las siglas ti se refieren a "Turismo Internazionale", mientras que tii se refiere a "Turismo Internazionale Iniezione" designaciones en italiano que significan turismo internacional, y turismo internacional inyección, respectivamente. Las siglas ti se usan actualmente para el BMW 128 ti.

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
Zolveing Zúñiga
Julián Argüelles

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx
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@jeffreysgroup.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/