

## **La historia de como BMW definió al sedán deportivo moderno.**

- Con la celebración de los 50 años del BMW Serie 3 tiene sentido mirar un poco más atrás y revisar el origen del sedán deportivo.
- Tener un sedán de 4 puertas con espacio para equipaje dejó de implicar manejo aburrido.
- Más allá del BMW Serie 3, la exitosa formula del sedán deportivo dio lugar a sedanes deportivos más grandes como el BMW Serie 5 y a modelos M con capacidades aún mayores.

El placer de conducir define a cada BMW, y ninguna categoría lo captura mejor que el sedán deportivo: ágil, práctico y preciso. Desde el origen de una nueva dinámica con el BMW 1500 hasta la reinención del futuro con la próxima generación Neue Klasse, la innovación es constante y es parte de la identidad de BMW.

### **Definiendo la categoría**

En 1961, el BMW 1500 marcó un cambio decisivo. Alejándose del muy adornado BMW 501, que fue apodado "Ángel Barroco", el diseño en BMW abrazó un diseño limpio, claro, con modernidad y proporciones dinámicas. La tracción trasera, los sistemas de suspensión avanzados y una nueva filosofía de ingeniería entregaron un auto de cuatro puertas que se sentía ágil, que comunicaba al conductor lo que estaban haciendo las ruedas, y que sorprendía a los deportivos en las carreteras y en las pistas sin hacer grandes esfuerzos.

Con el lanzamiento del primer BMW Serie 3 en 1975 y aún más en 1983, con la segunda generación del BMW Serie 3 se refinaron estos principios logrando una propuesta de gran cohesión, tanto en desempeño como en diseño. Con ergonomía enfocada en el conductor y equilibrio perfecto, BMW definió el sedán deportivo moderno.

### **El poder de la letra M**

Donde el rendimiento y la precisión se encuentran, BMW marca el estándar — un estándar que lleva la letra M. En 1985, el primer BMW M5 redefinió las expectativas de los clientes que buscaban alto desempeño en un sedán discreto y elegante. Desarrollado por BMW Motorsport, el BMW M5 se convirtió en el sedán de producción más rápido del mundo, combinando el desempeño de pista con la usabilidad diaria.

Esta filosofía evolucionó con el lanzamiento del primer BMW M3 de cuatro puertas en 1994, demostrando que el auténtico rendimiento M funciona en cualquier tipo de carrocería.

Hoy, desde la precisión del BMW M3 hasta la autoridad del BMW M5 y las futuras generaciones de modelos M electrificados, la letra M sigue siendo representando dignamente la cima de la evolución del sedán deportivo.

### **El ADN del sedán deportivo BMW**

Las proporciones le dan al sedán deportivo BMW su carácter dinámico, con un cofre largo, voladizos cortos y un compartimiento de pasajeros desplazado hacia atrás, creando una silueta elegante y ágil.

Esta configuración refleja una filosofía clara: al posicionar el motor más cerca de la cabina, BMW logra una distribución de peso casi perfecta — perfeccionada primero en el sedán deportivo y que ahora es uno de los sellos distintivos de la marca.

Bajo el cofre alargado, los motores de seis cilindros en línea encajan naturalmente, la longitud contribuye al equilibrio y la armonía dinámica. Incluso los potentes motores V8 se integran sin problemas, asegurando alto desempeño sin compromisos.

La precisión dinámica está en el corazón de la experiencia: sin esfuerzo, pero atractiva, refinada y al mismo tiempo sensible. Ingeniería inteligente, dinámica refinada y sistemas adaptativos crean una sensación natural de agilidad, asegurando una conexión directa que siempre está en sintonía con el camino.

En un sedán deportivo BMW, la forma y la función son inseparables — una filosofía que sigue moldeando cada BMW.

### **La evolucionando del legado**

El sedán deportivo sigue siendo central para la marca BMW — reinterpretado en una línea de modelos con visión de futuro.

El BMW Serie 3 continúa estableciendo el estándar en equilibrio y enfoque al conductor. Su contraparte de alto rendimiento, el BMW M3, amplifica esto con precisión apta para

pista, disponible (dependiendo de cada mercado) con tracción trasera o con tracción integral BMW M xDrive.

El BMW i4, liderado por el BMW i4 M50, combina el alto desempeño eléctrico con el manejo inspirado por M, demostrando que la electrificación mejora el placer de conducir.

El BMW Serie 5 es la expresión del sedán deportivo en un formato ejecutivo. El BMW i5, incluyendo el BMW i5 M60 xDrive, une la elevada potencia de sus motores eléctricos de con la agilidad característica de BMW. La séptima generación del BMW M5 continúa este legado, combinando tecnología híbrida con ingeniería inspirada en el deporte motor, y habilitando al legendario super sedán para ser utilizado sin restricciones en zonas urbanas en las que los modelos con motor de combustión se ven obligados a pagar elevados impuestos, o se ven afectados por restricciones de uso.

### **Redefiniendo el placer de conducir**

El sedán deportivo BMW inicia un nuevo y audaz capítulo. En una era de electrificación, digitalización y sostenibilidad, BMW mantiene un principio: el placer de conducir nunca debe sacrificarse. Esta visión toma forma con el BMW Vision Neue Klasse — el primer concepto de diseño de una nueva generación. BMW eligió la silueta del sedán deportivo para liderar esta transformación, ya que ninguna otra forma expresa precisión, agilidad y emoción con tanta claridad.

En su núcleo está una arquitectura de propulsión eléctrica de próxima generación, que presenta el nuevo "Heart of Joy" — una unidad de mando electrónica de alto desempeño que orchestra inteligentemente funciones clave de dinámica de conducción como propulsión, frenado, dirección y recuperación de energía.

Modelos pioneros como el BMW i4 y el BMW i5 ya han demostrado que la movilidad eléctrica y la dinámica distintiva de BMW forman una unión perfecta. Pero eso fue solo el comienzo — la Neue Klasse es el futuro.

\*\*\*

### **Acerca de BMW Group**

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,9104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>.

#### **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. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado 42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y 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. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 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, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, 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 manufactura 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  
Julián Argüelles  
Erika Ferrer

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)  
[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)  
[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)  
[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín  
Miroslava Rivas

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)  
[miroslava.rivas@bmw.com.mx](mailto:miroslava.rivas@bmw.com.mx)

**Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina**

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

**Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil**

Fabiano Severo  
Paula Cichini

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)  
[paula.cichini@bmw.com.br](mailto:paula.cichini@bmw.com.br)

**Agencia de relaciones públicas regional – INK PR**

Equipo INK PR – BMW Group Latinoamérica

[BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx](mailto: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](mailto:plantabmwslp@inkpr.com.mx)

**BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup**

Equipo JeffreyGroup – BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreygroup.com](mailto:grupobmw@jeffreygroup.com)

**BMW Group PressClub**

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