

## **Los automóviles concepto Z de BMW, un vistazo histórico al espíritu innovador de BMW Group.**

- A mediados de la década de 1980 BMW invita a sus ingenieros, investigadores y diseñadores a soñar con el futuro.
- La apuesta por la innovación de aquel entonces ha sido clave para el éxito actual de BMW Group
- Tecnologías, materiales y diseños avanzados para ideas que en muchos casos llegaron a la producción.

La fuerza innovadora siempre ha sido clave para el éxito en el futuro. BMW Group debe su posición como el fabricante global más exitoso de automóviles premium a un concepto de desarrollo sobresaliente en todas las áreas relevantes para el placer de conducir, la sostenibilidad y la seguridad. Los principios de esta preeminencia tuvieron un importante impulso desde mediados de la década de los 80 del siglo pasado, con las aportaciones de BMW Forschung und Technik GmbH, conocida también como BMW Technik GmbH, una subsidiaria creada dentro de BMW Group como una entidad en la que investigadores e ingenieros desarrollan tecnologías y conceptos para la movilidad individual en el futuro.

Con el tiempo, La subsidiaria BMW Forschungs und Technik GmbH (Investigación y Técnica) evolucionó y se integró plenamente dentro de la estructura corporativa de BMW Group, consolidándose principalmente en el Centro de Investigación e Innovación (FIZ) en Múnich.

Muchas de las ideas innovadoras de BMW Forschung und Technik GmbH fueron presentadas por medio de vehículos concepto, algunos de estos vehículos, identificados con el prefijo "Z" por la palabra alemana "Zukunft" (futuro), evolucionaron hasta llegar a la producción. Los prototipos también sirvieron para demostrar muchas de las que en ese entonces eran tecnologías revolucionarias y que hoy consideramos normales en los productos actuales de BMW Group.

### **Un vistazo a algunos de los automóviles concepto de BMW Forschung und Technik GmbH, del BMW Z1 al BMW Z29.**

El roadster BMW Z1 fue el proyecto con el que debutó BMW Forschung und Technik GmbH. Este proyecto de vehículo tenía como objetivo probar materiales innovadores, lanzar un concepto revolucionario de carrocería y destacar las oportunidades para optimizar los procesos de desarrollo. El resultado fue tan impresionante que, apenas tres años después, el primero de un total de 8,000 vehículos en serie salió de la Planta BMW en Múnich. Con su carrocería de plástico, puertas deslizantes verticales y fascinantes características de manejo, el BMW Z1 no solo fue el primer hito en la historia de BMW Technik GmbH, sino que también dejó una marca como un fenómeno excepcional en las calles. El BMW Z1 fue también el antecesor del BMW Z3 y del BMW Z4 y aunque hubo un prototipo de BMW Z1 Coupé con carrocería cerrada que no llegó a producirse, sí fue un antecesor de los modelos coupé del BMW Z3 y del BMW Z4.

Los conceptos revolucionarios de carrocería y tren motriz iban a definir las operaciones de desarrollo en los años venideros. En 1993, se presentó el BMW Z13, un vehículo compacto con un diseño deportivo impulsado por un motor de motocicleta BMW, montado en la parte trasera y tres asientos en una configuración poco convencional. El conductor estaba ubicado detrás del volante central, con espacio para dos pasajeros detrás del conductor. El estudio mostraba el placer de conducción típico de la marca, un alto nivel de confort y atributos de seguridad sobresalientes.

### **Conceptos para la electromovilidad urbana**

También en 1993, BMW Technik GmbH presentó el BMW Z15. Este primer vehículo conceptual completamente funcional con propulsión eléctrica pura fue una evolución del vehículo eléctrico BMW Z11, presentado en el Salón del Automóvil de Frankfurt en 1991. Como prototipo con la denominación BMW E1, el vehículo de cuatro plazas incorporó un diseño con características aerodinámicas y ergonómicas pioneras que demostraron de manera impresionante el potencial sobresaliente de su tecnología de propulsión libre de emisiones, incluso en el uso cotidiano normal. El BMW E1 ofrecía una autonomía de hasta 200 kilómetros y una velocidad máxima de 120 km/h. El prototipo recibió elogios universales por parte del público y evaluadores independientes. La elección de los lectores de la revista automotriz "Auto Zeitung" votó al BMW E1 como ganador en la categoría "Medio Ambiente y Tecnología", y la revista especializada "Auto Bild" describió al BMW E1 como "el automóvil más avanzado del siglo".

### **Nuevas rutas hacia la máxima diversión al volante: BMW Z18 y BMW Just 4/2.**

El desarrollo de los prototipos lanzados en 1995 también llevó a los especialistas de BMW Technik GmbH a buscar enfoques nuevos y sofisticados para el placer de conducir. Una de sus ideas se centró en diseñar un automóvil equivalente al concepto de motocicleta Enduro, que fue muy exitoso durante la década de 1990. El deseo de explorar terrenos todoterreno y el placer de la movilidad bajo el cielo abierto se combinaron por primera vez en cuatro ruedas con el BMW Z18. Un motor de ocho cilindros, tracción en las cuatro ruedas, un concepto interior variable y asientos elevados caracterizan la experiencia innovadora de conducción en este robusto roadster.

El BMW Z18 tuvo que esperar cinco años después de su creación para su debut público, ocasión que fue la celebración de los 15 años de existencia de BMW Forschung und Technik GmbH. Otro prototipo que ofrecía la promesa de diversión al conducir, aunque anteriormente se había limitado a las motocicletas, cautivó al público en el Salón del Automóvil de Tokio en Japón ya en 1995. Ruedas independientes, una carrocería que prescindía del techo y el parabrisas, y un motor trasero de cuatro cilindros con 100 hp, proveniente de una motocicleta de BMW, fueron las características distintivas del estudio, donde el concepto de dos plazas ya estaba integrado en la denominación del modelo: BMW Just 4/2 (BMW solo para dos).

### **Construcción ligera inteligente para un placer de conducción sin compromisos: el BMW Z29.**

La optimización del peso del vehículo mediante el uso de los materiales de tecnología más avanzada fue el enfoque del desarrollo del estudio conceptual BMW Z29. El prototipo de un deportivo biplaza fue completado por BMW Technik GmbH en 2001 y representa la culminación

de la cooperación con otra famosa subsidiaria de BMW Group: BMW M GmbH. El vehículo ejerce un atractivo fascinante con líneas fluidas y puertas elevables.

Los principios que sustentan el potencial sobresaliente del BMW Z29 para una conducción dinámica se encuentran bajo el cofre y bajo la superficie de la pintura. La potencia era generada por el motor de seis cilindros en línea del BMW M3 — en ese momento un referente tecnológico — y la cabina estaba fabricada con plástico reforzado con fibra de carbono, mientras que el eje trasero y los módulos delantero y trasero fueron diseñados en aluminio.

Los resultados más importantes de esta combinación: una relación peso-potencia de 3.4 kg/hp y una aceleración de 4.4 segundos para el 0 a 100 km/h.

### **Innovaciones adicionales de BMW Technik GmbH**

Además de los modelos concepto, BMW Technik GmbH también tuvo un papel preponderante en el desarrollo de múltiples tecnologías de BMW Group, por ejemplo, en sistemas de propulsión híbridos, celdas de combustible, sistemas electrónicos de control de frenos y dirección (brake by wire, steer by wire) y múltiples tecnologías de BMW Group.

El espíritu innovador y revolucionario de BMW Technik GmbH sigue presente en el trabajo diario de los ingenieros, científicos, diseñadores, técnicos y artesanos que trabajan diariamente en el FIZ de BMW en Múnich y en todas las sedes de Ingeniería y Desarrollo de BMW Group a nivel global.

\*\*\*

### **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 2025, BMW ha comercializado 45,930 unidades. MINI ha vendido 7,587 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,621 motocicletas en la región. BMW se consolidó como la marca preferida del segmento Premium en la región con 27 mercados donde tiene presencia en América Latina. 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 o de combustión. BMW Group ha entregado alrededor de 99 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 2025, se inauguró BMW Group TechWorks Brazil en São Paulo, un nuevo hub tecnológico diseñado para impulsar soluciones digitales y servicios de TI en todo el continente americano. Además, la Oficina de Ingeniería de BMW Group en Brasil desarrolla y homologa especificaciones de blindaje para la región, consolidando el portafolio más grande de modelos blindados aprobados localmente.

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.

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

**Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica**

Joao Veloso

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

Erika Ferrer

[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

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

Elizabeth Arreguín

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

Miroslava Rivas

[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

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