



Información de prensa

06 de Junio de 2013

Joven por siempre: el classic Mini felicita al Porsche 911 por su 50 aniversario.

Dos íconos de diseño: el pequeño coche original británico y el mito alemán entre los coches deportivos comparten un secreto que explica su éxito: simplemente no envejecer.

Múnich. El Porsche 911, el coche deportivo alemán por excelencia, festeja su 50 aniversario en setiembre de 2013. Son muchos los que felicitan a la marca alemana, y MINI se suma a la lista, no por último porque el classic Mini es también una obra de arte que se niega a envejecer y que es parte de la historia del diseño automovilístico.

Aunque a primera vista los dos modelos parecen tener poco en común (disposición de los motores: frontal en el Mini, en la zaga el del Porsche), los dos modelos son automóviles de culto y tienen muchos otros puntos que comparten, que ameritan unas felicitaciones especialmente cordiales.

Los dos modelos aumentaron su popularidad vertiginosamente. El Mini como coche estreno, con ventas que se dispararon rápidamente. El 911 como sucesor del Porsche 356, por lo que ya tuvo los genes deportivos desde el mismo momento de su aparición.

Son muy pocos los automóviles que perduraron en el transcurso del tiempo. Y a pesar de los cambios que experimentaron, siguen siendo inconfundibles.

Las felicitaciones con motivo de aniversarios redondos suelen rememorar los inicios. Aunque el Mini y el Porsche 911 son inigualables, sí comparten ciertas características. Por ejemplo, la trabas que tuvieron que superarse hasta encontrar el nombre. El 911 primero se llamó 901 en 1963. Sin embargo, Peugeot ya tenía reservado el número 0 en la identificación de tres cifras de sus modelos. Por lo tanto, cuando se lanzó el Porsche al mercado, se optó por llamarlo 911. La inclusión del número 1 fue un acierto, pues en su segmento sigue siendo el número 1 hasta el día de hoy. Entretanto ya son 7 las generaciones del 911. En total se vendieron 800.000 unidades, todo un récord en este segmento.

Empresa
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Dirección postal
BMW AG
D-80788 München

Teléfono
+49-89-382-23662

Internet
www.bmwgroup.com



Información de prensa

Fecha 06 de Junio de 2013

Tema Joven por siempre: el classic Mini felicita al Porsche 911 por su 50 aniversario.

Página 2

Del Mini, por lo contrario, nacieron mellizos. La British Motor Corporation (BMC) desveló un coche pequeño de carácter revolucionario el 26 de agosto de 1959. El público presenció la aparición de dos modelos: el Morris Mini-Minor y el Austin Seven. Entretanto se sabe cuál de los dos nombres terminó imponiéndose. Y en lo que se refiere a las ventas, hasta el año 2000, cuando finalizó la fabricación del classic Mini, se habían vendido 5 millones 300 mil unidades, por lo que es el coche británico de mayor venta.

Pero, ¿qué serían los coches exitosos sin sus creadores? Ni Sir Alec Issigonis ni Ferdinand Alexander Porsche pudieron intuir que con sus propuestas habían sentado las bases para el surgimiento de íconos automovilísticos inmortales. Únicamente profetas podrían haber predicho que Ferdinand Alexander Porsche había creado el coche deportivo más exitoso de todos los tiempos, y que Alec Issigonis había diseñado el único coche pequeño del mundo de personalidad inconfundible.

Y los dos comparten un importante rasgo más: ¡no avanzar es retroceder! Para estar en la cresta de la ola durante tantos años, es indispensable continuar desarrollando. Ser más moderno y fascinante que cualquier coche de la competencia: esa es la idea que impulsa a los dos modelos. Sin embargo, no todas las modificaciones fueron acogidas con entusiasmo. Por ejemplo, el cambio de motor refrigerado por aire a motor refrigerado por agua en el caso de Porsche. Y, en el caso de MINI en la era de BMW, el aumento de confort y de lujo. Pero, a fin de cuentas, ambos lograron imponerse y siguen pareciéndose a sus antecesores, gracias a la gran calidad de sus genes. Y las dos empresas también favorecieron el lanzamiento de modelos adicionales para ampliar sus gamas. ¡Y tuvieron éxito! El Panamera y el Cayenne rompieron esquemas en muchos sentidos, tal como lo hicieron el Countryman y el Paceman.

Pero ambas marcas siempre fueron fieles a un rasgo esencial: el placer de estar a los mandos de uno de sus modelos. Por mediación de su amigo Lord Snowdon, marido de la princesa Margaret, Sir Alec



Información de prensa

Fecha 06 de Junio de 2013

Tema Joven por siempre: el classic Mini felicita al Porsche 911 por su 50 aniversario.

Página 3

Issigonis tuvo la oportunidad de presentarle a la reina Elizabeth el pequeño coche en 1960. Se sentó junto a Issigonis y juntos dieron un paseo por los jardines del castillo Windsor. Y Porsche también tuvo contacto con la realeza, al menos por el nombre: el coche privado de Steve McQueen en la película «Le Mans» fue un 911 de color gris pizarra, que se transformó en toda una leyenda.

El deporte de la competición automovilística siempre fue esencial para Porsche y Mini. El 911, en su versión de competición, fue el coche de carreras más exitoso que jamás de fabricó. La marca logró ganar casi todas las carreras importantes del mundo. Pero recordando la década de los años sesenta, es imposible no pensar en el Mini Cooper S. El coche preferido de la gente moderna de la época no solamente fue un éxito en el tráfico vial. Con el finlandés Rauno Aaltonen, ganó el rallye de Monte Carlo en 1963, dando inicio a un palmarés deportivo sin igual, que se coronó con la renovada victoria del famoso rallye de los años 1964, 1965 y 1967.

Decenios después, efectivamente se produjo una comparación directa entre David y Goliat. Jim McDowell, por aquellas fechas presidente de MINI en los EE.UU. retó a Porsche a competir en el circuito Road Atlanta en el año 2010. Con una condición: no utilizar el circuito normal, sino un trazado en la parte central asfaltada. De lo contrario, habría sido una lucha desigual. Un MINI Cooper S de 184 CV se enfrentó a un Porsche 911 Carrera de 345 CV. El trazado del circuito fue muy trabado, sin rectas largas, para que el coche pequeño tuviera una oportunidad. Al final, el 911 le sacó dos segundos de ventaja al valiente retador. Pero no faltaron los amantes de las estadísticas que calcularon que cada segundo de ventaja le cuesta al cliente 38.000 dólares estadounidenses. Así, la derrota en esta carrera de carácter anecdótico resulta menos dolorosa.