

Comunicado de prensa
13 de enero de 2012

La “cara” del BMW Serie 3 a través del tiempo: dinamismo e innovación inequívocamente BMW.

Cada BMW Serie 3 ha supuesto una armoniosa combinación de tradición y modernidad BMW, de elementos clásicos e innovadores que constantemente interpretan el aire de familia deseado de la manera más emocionante.

Durante más de tres décadas y media, el diseño del BMW Serie 3 ha vivido en constante evolución. Los diseñadores han logrado incorporarle dinamismo, innovación y estética en un concepto general armónico, moderno y orientado hacia el futuro, preservando al mismo tiempo los valores tradicionales. Como resultado, cada BMW Serie 3 ha retenido su inequívoca identidad de marca y puede ser identificado como un BMW a primera vista. Sin embargo, los orígenes de la Serie 3 de BMW se remontan a los años 60...

Como fabricante de vehículos deportivos y elegantes, BMW ya había desarrollado en esa época un perfil característico. Con un diseño de carrocería de tres volúmenes, motores delanteros y tracción trasera, el principio básico fue establecido por los BMW 1500/2000 y pervive hasta hoy. La llegada del BMW 1600 en 1966, la Serie 02 de dos puertas que alumbró modelos tan famosos como el 1600ti o el 2002tii, confirmó un concepto que eventualmente sería recogido por el BMW Serie 3.

La presentación del primer BMW Serie 3 en julio de 1975 marcó el comienzo de una de las historias más exitosas en la historia de los modelos BMW. Aunque aquella berlina mostraba un innegable paralelismo estético con el BMW Serie 5 presentado en 1972, el mercado testificó el lanzamiento de un vehículo completamente nuevo de dimensiones compactas y carácter deportivo. El rasgo estético dominante en el frontal era al mismo tiempo el símbolo más característico de la marca, claramente identificable incluso a distancia: la parrilla de doble riñón.

1975-1983. El diseño del primer BMW Serie 3 se caracterizó por sus grandes superficies acristaladas, una afilada silueta y, por supuesto, la típica imagen de marca BMW con el frontal dominado por la parrilla de doble riñón que sobresalía del radiador, para continuar ligeramente sobre el capó en forma de pala hasta llegar al parabrisas. Con cortos voladizos y una anchura de la vía delantera de 1.364 milímetros, la nueva berlina deportiva lograba un aspecto bajo y deportivo. Sus intermitentes verticales flanqueaban

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

grandes faros circulares situados en cada esquina. Con motivo de su presentación, BMW facilitó al nuevo modelo la mejor oportunidad de éxito: “Atemporal y carente de superficialidad, el diseño del BMW Serie 3 marcará tendencias durante la próxima década”.

1982-1993. En 1982, la segunda generación del BMW Serie 3 se presenta como una digna sucesora. Como resultado de un diseño sensiblemente mejorado y una aerodinámica optimizada, el nuevo modelo gana significativamente en presencia. El incremento de aproximadamente 35 mm en la anchura de las vías también permite al nuevo modelo un aspecto fortalecido. Finalmente, el conjunto de la carrocería se aprecia más suave y redondeado, con un frontal más elegante resultado de extensos ensayos en el túnel del viento que determinan un coeficiente de penetración aerodinámico de 0,37. Éste baja de altura y la parrilla, coronada por el doble riñón vertical en el centro, se extiende de extremo a extremo flanqueado por los faros en los extremos, que ahora aparecen dobles en todos los BMW Serie 3. La suave transición de las superficies contiguas no sólo determina una inconfundible silueta, sino que asegura un adecuado flujo aéreo alrededor del vehículo. Además, la baja posición del capó mejora la aerodinámica porque la superficie no se ve interrumpida por las aberturas de las entradas de aire.

1990-1997. En 1990 llega el momento de reemplazar el soberbio diseño del BMW Serie 3 con un modelo aún más elegante. Se trata de una berlina de concepción enteramente nueva, con dimensiones que se incrementan en todas las mediciones, sorprendiendo y agradando al público en igual medida. Junto a su esbelta silueta, el suave frontal del nuevo modelo es inmediatamente evidente, mientras que las ópticas circulares dobles están ahora conjuntamente montadas detrás de un cristal protector. Junto a sus dinámicos trazos y su distintivo y elegante perfil, un capó notablemente más bajo y un maletero apreciablemente más elevado se conjugan con refinamientos técnicos al estilo de las ventanillas enrasadas en la carrocería del vehículo y un difusor refrigerador del aire instalado en el compartimento del motor, que contribuyen a lograr un excelente coeficiente aerodinámico de 0,29 (316i). En consecuencia, este BMW no tiene virtualmente nada que ver con su antecesor, pero el aire de familia sigue siendo claramente reconocible. Gracias a los clásicos elementos de diseño, como la parrilla de doble riñón y las ópticas dobles, sigue siendo obviamente un BMW, incluso cuando los elementos de diseño dominantes y el emblema de la marca son ahora más anchos y planos.

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

1998-2005. Cuando la cuarta generación del BMW Serie 3 es lanzada en mayo de 1998, la berlina deportiva compacta es alrededor de 40 milímetros más ancha, e incluso las vías se han incrementado en 60 milímetros comparada con su antecesora. En aquel momento, los diseñadores de BMW describen el diseño del frontal del siguiente modo: “En conjunto y en los detalles esenciales, el frontal, la típica “cara” BMW, ha sido reinterpretada, pero inequívocamente sigue siendo la imagen de un Serie 3”. Por primera vez, la parrilla de doble riñón va integrada en el capó, junto a las ópticas circulares dobles nuevamente situadas detrás de coberturas de vidrio transparentes. Una vez más, la sucesión de superficies transmite el potente carácter del BMW Serie 3. Comparado con el frontal de los BMW Serie 5 y Serie 7, los faros más bajos determinan una distintiva separación: en este caso, los reflectores, ubicados en el borde exterior de la carrocería, quedan delimitados por una suave curvatura, lo que resulta en una interrupción visible de la línea horizontal por encima del paragolpes.

2005-2011. Con el lanzamiento de la quinta generación en el año 2005, BMW lleva al mercado un Serie 3 de fuerte carácter que transmite más fuerza y presencia que su predecesor. Sólo un año después de su lanzamiento, la nueva estrategia de diseño y el nuevo lenguaje estilístico ganan el mayor nivel de reconocimiento posible: el BMW Serie 3 es galardonado con el “World Car of the Year” en Nueva York. Sin embargo, los integrantes del equipo de diseño creativo de BMW estaban convencidos del valor de su trabajo de antemano: “Dentro de cada Serie, el diseño ha evolucionado constantemente a partir de pequeños y grandes pasos. En particular, la nueva Serie 3 supone un determinante avance en la historia del diseño de estos vehículos”. Aunque proporcionalmente el nuevo Serie 3 sólo supone una pequeña y moderada progresión comparado con el modelo al que sustituye, sobresale de manera significativa y notable. Ahora la parrilla de doble riñón y los faros circulares, dobles y cubiertos, van levemente curvados en la parte superior. El vehículo exhibe el clásico frontal de un BMW moderno, con especial hincapié en la expresión facial.

Desde 2011. La sexta generación del BMW Serie 3 expresa cualidades esenciales de la berlina, como la agilidad, la deportividad y el dinamismo de un modo completamente nuevo. Una vez más reinterpretados, los rasgos de diseño clásicos, reminiscencia de los modelos de los años 60, encuentran en esta generación una nueva oportunidad. La gran calandra que integraba a la perfección las luces y la parrilla de doble riñón, y que caracterizaban al primer BMW Serie 3 de 1975. En la berlina deportiva de 2011, las modernas ópticas circulares dobles con cejas LED integradas se extienden hasta la parrilla de doble riñón, configurando una unidad visual continua que traza un vínculo con sus históricos predecesores de un modo diferente. Adicionalmente, su atlético capó

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

acentúa el frontal y enfatiza la presencia del vehículo y remarca su deportiva apariencia. En vez de una toma central de aire, el nuevo BMW Serie 3 exhibe dos grandes entradas situadas en los extremos, debajo de los faros. Aberturas aéreas verticales adicionales se ubican en el borde exterior de las tomas principales, creando la aclamada "Air Curtain". Este flujo redonda en la mejora de la aerodinámica en las inmediaciones de las ruedas delanteras, lo que permite reducir el consumo de combustible a elevadas velocidades y contribuye al excelente coeficiente aerodinámico de 0,26.

Aunque han pasado más de 35 años entre la primera generación de 1975 y el actual Serie 3, ambos frontales atestiguan una inequívoca identidad de marca y, pese a la notable diferencia de edad, ambos son inmediatamente reconocibles como miembros de la misma familia. Entonces como ahora, el diseño otorga a la berlina compacta de BMW elegancia y personalidad, modernidad y un dinamismo que fija tendencias, innovación y estética. En consecuencia, cada generación de la berlina deportiva compacta es sinónimo de tradición y modernidad en BMW. Y cada modelo combina elementos clásicos e innovadores que interpretan esta temática conforme a sus propias reglas.

BMW Group

BMW Group, con sus marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y Husqvarna, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas más prósperos del mundo. Como compañía global, BMW Group opera en 25 instalaciones de producción y montaje en 14 países y posee una red de ventas global en más de 140 países.

En 2011, BMW Group vendió alrededor de 1,67 millones de coches y más de 113.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el año fiscal 2010 fue de 4,8 billones de euros y los ingresos ascendieron a 60,5 billones. A 31 de diciembre de 2010, BMW Group contaba con una plantilla aproximada de 95.500 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha construido con pensamiento a largo plazo y acciones responsables. La compañía, por tanto, ha establecido una sostenibilidad ecológica y social a través de la cadena de valores, responsabilidad de producto global y claro compromiso de conservar los recursos como parte integral de su estrategia. Como resultado de sus esfuerzos, BMW Group se ha establecido como líder industrial en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones durante los últimos siete años.

Más información:

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://facebook/bmwespaña>

Twitter: <http://twitter.com/BMWEspana>

Internet: www.press.bmwgroup.com/es.html

e-mail: press@bmw.es