



La historia de una excepción: BMW M3 cumple 25 años.

Las expectativas comenzaron en agosto de 1985. En aquel verano las revistas de autos en Alemania hicieron crecer el interés y la curiosidad de sus lectores en torno al BMW Serie 3 más rápido de todos los tiempos. Los datos clave revelaban un auto deportivo que superaría por lejos a los de su clase: 200 CV, una velocidad máxima de más de 230 km/h, y una aceleración de 0 a 100 km/h en 6,7 segundos. Sin embargo, según la historia, los conductores del “BMW Serie 3 más dinámico” tendrían que esperar hasta mediados de 1986. Los expertos tenían razón en eso. Pero una predicción falló por lejos: quien “quiera estar en el Equipo A tiene que tener un motor turbocargado bajo el capot”. Falso.

El BMW M3 se convirtió en el touring más exitoso en la historia automotriz. El proyecto M3 se había lanzado sólo unos pocos meses antes. Ya hacía algún tiempo que se había dejado de producir el deportivo M1 con motor central, y el Presidente de BMW Eberhard Kuenheim encargó el diseño del sucesor, casi como al pasar, según cuenta la leyenda. Tras una de sus frecuentes visitas a la división Motorsport GmbH en Munich, el presidente expresó, casi cuando se estaba yendo: “Sr. Rosche, necesitamos un motor deportivo para el Serie 3”. Su encargo estaba en buenas manos. Motorsport GmbH, con su director de desarrollo técnico Paul Rosche, había demostrado su experiencia con los legendarios sedans Serie 5 impulsados con motores M y en el desarrollo de motor turbo de Formula 1 que llevó al brasilero Nelson Piquet a ganar el Campeonato en el Brabham BMW en 1983.

El motor del nuevo Serie 3 tenía algo en común con esto: la caja del cigüeñal. Tenía su origen en la producción en volumen y realmente constituyó la base del motor de dos litros con cuatro cilindros. Cuatro cilindros significaba menos peso y gran torque, una plataforma ideal para un motor deportivo en la clase de desplazamiento que se proyectaba. Naturalmente, el motor de cuatro cilindros de serie era muy poco agresivo para ser un motor deportivo. Se necesitaba un aumento integral de la potencia para convertirlo en una unidad atlética y deportiva. Los ingenieros de diseño de BMW aumentaron el desplazamiento a 2,3 y aplicaron una fórmula que ya había tenido considerable éxito a lo largo de varios años: la ingeniería de cuatro válvulas. También hubo otro motivo que llevó a la decisión de optar por un motor de cuatro cilindros y no adoptar el motor de seis cilindros presentado en el BMW Serie 3. El carter más largo en el motor grande comenzaba a vibrar mucho antes que el eje más corto de cuatro cilindros. Los ingenieros diseñaron por eso el eje del cigüeñal del BMW M3 con suficiente estabilidad torsional para lograr 10000 revoluciones por minuto y más. En comparación con el motor de cuatro cilindros instalado en los vehículos de serie, esto representaba un aumento de más del 60 por ciento. La velocidad nominal para la versión de calle del BMW M3 seguía considerablemente por debajo

del rango crítico en 6m750/ min y por lo tanto ofrecía un amplio campo para un mayor desarrollo.

Paul Rosche recuerda: “Nos pusimos a trabajar inmediatamente. Una ventaja fue que el gran motor de seis cilindros tenía originalmente la misma separación de cilindros que en el de cuatro cilindros. Por eso sacamos dos cámaras de combustión de la cabeza de cuatro cilindros del M88 y colocamos un panel sobre el agujero en la parte de atrás”. Así, el nuevo motor de cuatro cilindros tenía un segundo antepasado. El motor de seis cilindros que al principio había causado sensación en el M1 y que entre tanto había transformado al M635CSi en uno de los coupés más rápidos del mundo. Paul Rosche: “Créase o no, habíamos creado un sorprendente motor de cuatro cilindros para el Serie 3 en el plazo de dos semanas. Bajo el nombre de desarrollo de S14, este motor figuraría en la primera plana del mundo del deporte y la producción en volumen en los años por venir. Un domingo, manejé hasta la casa de Kuenheim y le entregué el auto para un manejo de prueba. Cuando volvió dijo: ‘Bueno, me gusta’. Y así fue como nació el M3”.

Acerca del BMW Group:

BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas más exitosos del mundo con sus marcas BMW, MINI y Rolls Royce. Como una compañía global BMW Group opera 24 plantas de producción en 13 países y posee una red global de ventas en más de 140 mercados alrededor del mundo. Durante el año fiscal 2009 BMW Group logró un volumen de ventas globales de 1,29 millones de automóviles y más de 87.000 motocicletas. Las ganancias antes de impuestos sumaron 413 millones de Euros, con ventas totales por 50.680 millones de Euros. Al 31 de diciembre de 2009 el grupo empleaba en total aproximadamente 96.000 personas en todo el mundo. El éxito de BMW Group ha estado siempre basado en un pensamiento con visión de largo plazo y en forma responsable. Como compañía ha establecido una sustentabilidad social y ecológica a lo largo de toda la cadena de valor con una responsabilidad comprensiva en los productos y un claro compromiso de conservar recursos como una parte integral de su estrategia. Como resultado de estos esfuerzos, BMW Group ha sido el líder del índice Dow Jones de Sustentabilidad por los últimos 5 años.

Información sobre BMW Group Argentina y sus productos, con textos y un archivo fotográfico en alta resolución, se puede encontrar en Internet en el BMW PressClub (Club de Prensa) de Argentina: <https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/ar/startpage.html>

Para más información:

Dan Christian Menges
Gerente de Comunicación Corporativa
BMW Group Argentina
TEL: (+54-11) 5555-6121
Fax: (+54-11) 5555-6116
E-mail:
Prensa@bmw.com.ar

