



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

**“FABRICANTES MEXICANOS DE
AUTOMÓVILES DEPORTIVOS
ARTESANALES, DE LO BUENO POCO”**

REPORTAJE

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
Y PERIODISMO**

P R E S E N T A:

ESAÚ PONCE ARRIAGA



FES Aragón

**ASESOR:
DR. JESÚS GUADALUPE GARCÍA BADILLO**

MÉXICO 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
PARTE 1. EL SECTOR AUTOMOTRIZ VISTO DESDE EL RETROVISOR.....	4
El motor comenzó su marcha.....	5
La Revolución cambió al caballo por el automóvil.....	12
Crecimiento con protección, México en el decreto automotriz.....	18
Los automóviles desarrollados en México, una agridulce experiencia.....	28
PARTE 2. EL AUTOMÓVIL COMO EJE DEL PROGRESO EN MÉXICO.....	32
La idea de motorizar al país con empresas paraestatales.....	33
¡VAM...os México!.....	34
DINA, más que unidad de fuerza.....	42
Borgward, un alemán con sabor ranchero.....	48
México se convierte en protagonista.....	53
PARTE 3. FABRICANTES MEXICANOS, CHIQUITOS PERO PICOSOS.....	63
Se sientan las bases para comenzar una nueva era.....	64
Mastretta: la tortilla que conquistó el paladar británico.....	68
El sueño se convirtió en pesadilla.....	79
VUHL, el deportivo mexicano de radicaliza.....	80
Autos Solana, herederos de una dinastía.....	88
PARTE 4. AÚN FALTA MUCHO POR APRENDER.....	95
Se lanza una crítica constructiva.....	96
A MANERA DE CONCLUSIÓN.....	100
FUENTES DE CONSULTA.....	102

INTRODUCCIÓN

Desde su invención a finales del siglo XIX, el automóvil cautivó a una sociedad que lo adoptó como el principal medio de transporte terrestre, debido a sus diversas aplicaciones en la vida diaria, además de convertirse en un símbolo de estatus y poder económico.

Tras su éxito a nivel mundial, este vehículo llegó a México, donde al igual que en otras partes del mundo, surgieron grupos de entusiastas que dejaron de verlo como un simple medio de transporte para convertirlo en un estilo de vida.

Los periodistas no fueron ajenos a esta situación, ya que a través de notas y reportajes, documentaron los pormenores de esta relación, por lo que comenzaron a surgir los primeros medios de comunicación especializados en el mundo automotriz.

Pese al creciente interés, la información alrededor de esta industria es limitada y de difícil acceso, ya que al momento de escribir el presente trabajo de investigación, son pocos los documentos que de manera breve explican la historia e importancia del automóvil en México.

Al tratarse de un reportaje interpretativo, este documento explica de manera clara un tema tan complejo donde se analizan las condiciones económicas, políticas, sociales y hasta técnicas de las diferentes etapas de la historia automotriz mexicana, por lo que se convierte en un documento de consulta para los profesionales de la comunicación especializados en esta fuente.

El reportaje “Fabricantes mexicanos de automóviles, de lo bueno, poco” está dividido en cinco apartados que le permitirán al lector ampliar su panorama sobre el tema. En el primero se realiza una retrospectiva que detalla los orígenes de los vehículos automotores, su éxito a nivel mundial y cómo fue que conquistaron a un público mexicano que estaba inmerso en una revolución.

En “El automóvil como eje del progreso en México” se hace una recopilación sobre las marcas automotrices de carácter paraestatal que fueron fundadas durante el

pasado siglo XX gracias al apoyo del gobierno mexicano que consideraba que esta industria era fundamental para el crecimiento económico del país.

Tras su fracaso y abandono, la industria automotriz nacional tendría una nueva oportunidad gracias al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), es por ello que en “El motor de la economía mexicana” se destaca el papel de México como uno de los principales fabricantes y exportadores de vehículos y autopartes del mundo.

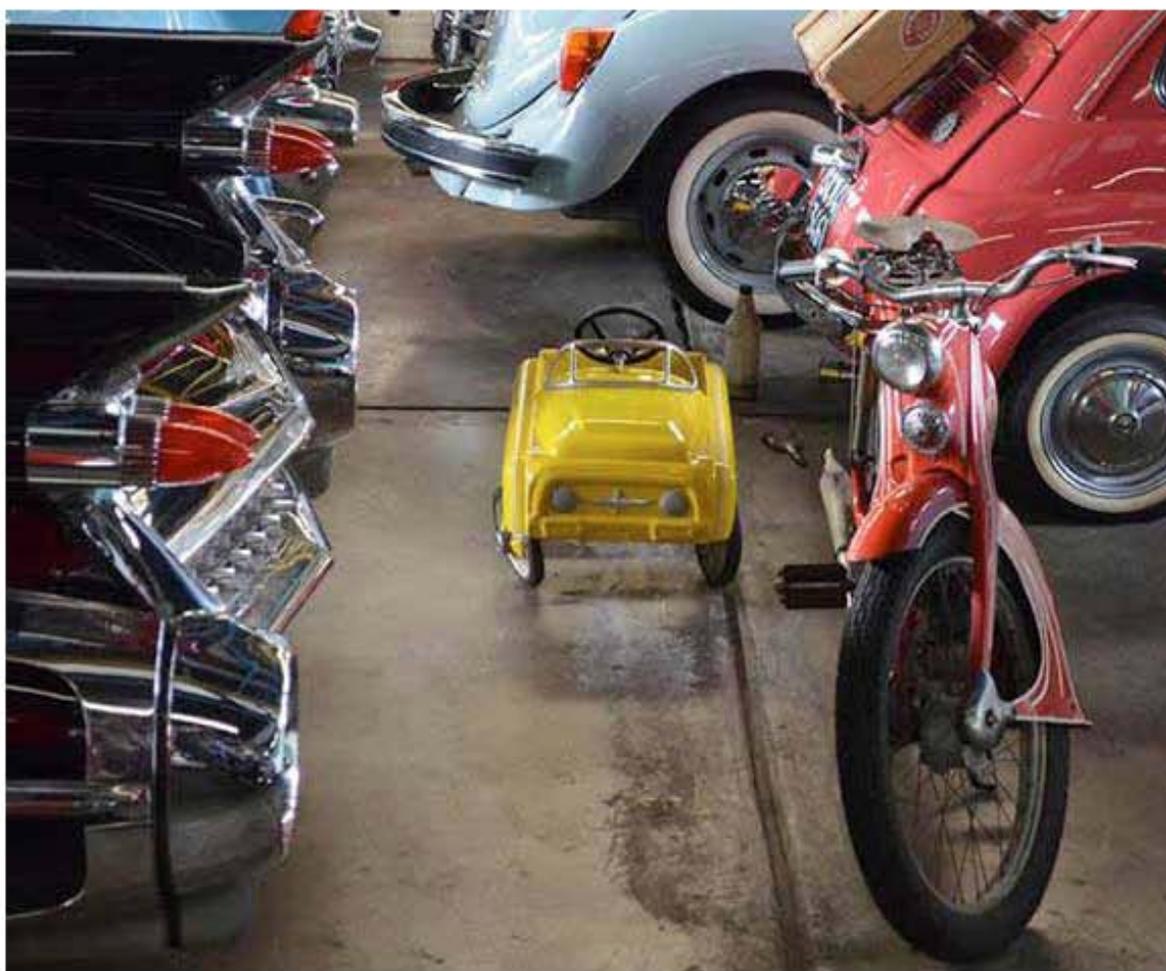
Después de analizar las condiciones económicas actuales, toca el turno de hablar de los “Fabricantes mexicanos, chiquitos pero picosos”, ya que en este apartado se destaca la fundación de nuevas firmas, que a diferencia de sus antepasados son empresas privadas con capital 100 por ciento mexicano, sin participación del gobierno y que gracias a su filosofía de fabricar automóviles deportivos de manera artesanal tienen en el mercado extranjero sus principales objetivos de ventas.

Por último, en “Aún falta mucho que aprender”, un experto comparte un análisis sobre la industria automotriz mexicana, en el cual advierte que pese a los avances, México aún está lejos de dejar de ser un país netamente manufacturero.

PARTE 1. EL SECTOR AUTOMOTRIZ VISTO DESDE EL RETROVISOR

“Yo no sé cómo es el alma, pero si es que existe, los motores deben tener una, porque se quejan, se desesperan, se rebelan y se comportan como niños a los que se forma, día a día, educándolos”

Enzo Ferrari



El motor comenzó su marcha

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra “automóvil” proviene de la conjunción de las palabras auto y móvil, que significa “que se mueve por sí mismo”. Además, de que lo define como “los vehículos que pueden ser guiados para marchar por una vía ordinaria sin necesidad de carriles y llevan un motor, generalmente de explosión, que los pone en movimiento”.

Más allá de definiciones serias y del vocablo usado para nombrarlo, el automóvil es hoy en día un producto tan común que al formar parte de la cotidianidad de la sociedad actual, en algunas ocasiones pudiera olvidarse que para su invención se requirió un largo proceso, en el cuál algunas de las mentes más brillantes de la humanidad, estuvieron involucradas, dedicando su vida entera al desarrollo del vehículo automotor.

Para entender un poco más los hechos ocurridos alrededor del mundo, y por supuesto en México, es necesario adentrarse en la historia de este invento que, contrario a lo que se piensa tiene más de 500 años de historia. No es fácil precisar con exactitud cuándo nace el automóvil como tal, ya que para su creación se necesitó la unión de diferentes inventos que nacieron durante este tiempo.

Para aquellos que pudieran pensar que el automóvil surgió durante la Revolución Industrial en el siglo XVIII, puede que estén en lo correcto, pues fue durante ese periodo histórico que su evolución es más evidente; sin embargo, desde unos cuantos siglos antes, personajes como Leonardo Da Vinci e Isaac Newton habían ideado un vehículo de cuatro ruedas con propulsión autónoma.

Por deducción, tenemos que el antepasado más antiguo del automóvil son los carruajes y carretas tiradas por caballos, mulas, burros u otra fuerza animal, no obstante, en la Italia de 1495, en la mente de uno de los personajes más reconocidos de la historia, se idealizaba el “Coche de Da Vinci”, el cuál como su nombre lo indica, fue inventado por el polímata italiano y que gracias a un sistema de muelles, podía moverse unos cuantos metros con la ayuda de dos personas.

Al igual que muchas de las invenciones que construyó Da Vinci, su carro se adelantó a su tiempo y tuvieron que pasar alrededor de 200 años para que otra mente se atreviera a idealizar un vehículo similar. En esta ocasión Isaac Newton fue el encargado de aterrizar los primeros principios sólidos para crear un verdadero coche motorizado, el cual en teoría, sería propulsado por una máquina de vapor. Lamentablemente el inventor y físico nunca pudo concluir su proyecto y éste nunca fue construido.

De nuevo tendrían que pasar unos cuantos años para intentar crear un vehículo automotor, pero esta vez la humanidad se encontraba en plena Revolución Industrial y trataba de explotar al máximo la máquina de vapor, que hasta ese momento figuraba como uno de los inventos más importantes de la época.



El Fardier es considerado el primer vehículo automotor. Foto: Wikipedia. Disponible en: bit.ly/1tRCS3

Así fue que en 1770, el inventor francés Nicolas-Joseph Cugnot, retomaría las propuestas de Newton y las compararía con su propio proyecto, el cuál consistía en construir el primer vehículo motorizado de la historia de manera exitosa.

A diferencia de su antecesor, Cugnot pudo construir un prototipo impulsado por un motor a vapor, el cual tenía la finalidad de transportar la pesada artillería del ejército. El "Fardier", fue un vehículo de grandes dimensiones, que alcanzaba una velocidad máxima de 4 km/h y llegó a soportar hasta cuatro toneladas como capacidad máxima de carga.

Se podría pensar que el ser exageradamente lento era su peor defecto, pero no fue así, ya que debido a su alto peso, inestabilidad y que no contaba con un sistema de frenos para detenerlo, se estrelló contra un muro, provocando el primer accidente automotriz de la historia y de paso, gracias a este desafortunado hecho, cancelar de manera definitiva su desarrollo.

Pese al incidente y que se le retiraron los fondos de investigación a Cugnot, otros inventores alrededor del mundo siguieron experimentando y consiguieron a través de los años hacer más maniobrables y compactos los vehículos motores a vapor, empero aún no dejaban de ser inseguros y difíciles de manejar, ya que para conducirlos se necesitaban de al menos tres personas, una de las debía ser un bombero, que entraba en acción en caso de algún accidente.

Como se ha mencionado, el desarrollo del automóvil no se hubiera dado por sí sólo si no hubiera sido por la conjunción de otros inventos que fueron pilares fundamentales para su creación.

Sin lugar a dudas, uno de ellos fue el motor a combustión interna, que a diferencia del motor a vapor era mucho más compacto, menos peligroso y funcionaba con combustibles fósiles, principalmente gasolina y diésel. Su invención se le atribuye a los italianos Eugenio Barsanti, y Felice Matteucci, quienes en 1853 documentaron y patentaron este invento en varios países europeos, como Gran Bretaña, Francia, Italia y Alemania.

Pese al gran avance que representaba en comparación con el motor a vapor, el motor de combustión interna aún no se perfeccionaba y su uso se limitó al ámbito experimental, pero sentó las bases suficientes para que en 1876 Nikolaus August Otto mejorara el motor de combustión para convertirlo en un motor de cuatro tiempos, conocido como “Ciclo Otto”, configuración que en la actualidad, básicamente todos los motores usan.

Con el motor ya listo y mejorado, sólo hacía falta que alguien se animara a experimentar con él y retomar el proyecto de crear un carro motorizado. La espera no se hizo larga y en poco tiempo surgieron personas que empezaron a moldear el que a la postre se convertiría en uno de los inventos más exitosos y controvertidos de la humanidad.

Es entonces cuando el ingeniero alemán Karl Benz pensó que podía explotar el nuevo invento y darle una mayor utilidad. De esta manera, cuando corría el año de 1883 decidió montar un motor monocilíndrico de 958 cm³ de cilindrada, que producía la risible potencia de 0,75 caballos de potencia, la cual fue suficiente para que pudiera conducir su triciclo motorizado por algunas calles de la ciudad.

Este primer prototipo sentaría las bases para que tres años después solicitara una patente al gobierno alemán, por la construcción del “Motorwagen”, un vehículo de tres ruedas que al igual que el primer prototipo, portaba un motor de cuatro tiempos.

Fue gracias a esto que a Karl Benz se le considera el padre del automóvil moderno, sin embargo, durante algún tiempo fue un invento que pasó sin pena ni gloria, ya que su creador no había encontrado la manera de hacerlo comercial.



El Motorwagen es el primer automóvil moderno. Foto: Autoblid. Disponible en: bit.ly/1nmeiEs

Ante esta situación su esposa Bertha Benz, decidió que tenía que ayudar a su cónyuge y decidió de tomar “prestado” el Motorwagen para viajar en compañía de sus hijos, sin consentimiento de Karl, desde la ciudad de Mannheim hasta Pforzheim.

El recorrido de 104 kilómetros no sólo pasó a la historia por tratarse del primer viaje largo realizado por una persona a bordo de un vehículo motorizado, sino que también ayudó a promocionar de manera exitosa el invento de su esposo, además de que gracias a la experiencia adquirida en el viaje, pudo sugerir algunas mejoras para convertirlo en un vehículo más fácil de conducir.

Entre las sugerencias se encontraba agregarle una velocidad extra, debido a que el vehículo sufría mucho para subir pendientes e inclinaciones, además de incorporar un sistema de frenos; bueno, esto en realidad no hizo falta, ya que durante su recorrido Bertha se las arregló para improvisar unos frenos hechos con suela de zapatos, ya que originalmente el Motorwagen no contaba con algo que lo detuviera.

Otro dato curioso alrededor de la familia Benz, es que debido a que su automóvil era ruidoso y el olor a gasolina quemada era molesto para la gente de la época, Karl solicitó al gobierno alemán un permiso con el cuál pudiera circular libremente por las calles; de esta manera, se convirtió en la primera persona a la cual se le expidió una licencia de manejo.

Después de todas las peripecias, Karl Benz pudo llamar la atención de potenciales compradores, inversionistas e incluso socios, con los que cimentó las bases para instalar su propia marca y su venta al público.

Tal vez el apellido pueda sonar muy conocido y es que en efecto la compañía aún sobrevive, sólo que con el paso del tiempo se fusionó con otro importante fabricante, para dar paso a la célebre y conocida marca Mercedes-Benz.

Otros personajes que al poco tiempo instalaron su propia compañía fueron Gottlieb Daimler, Wilhelm Maybach, Ransom E. Olds, Armand Peugeot, Louis Renault, James Ward Packard y Henry Ford.

En su primera etapa comercial, los automóviles causaron sensación alrededor del mundo, ya que para los pobladores de aquella época, les resultaba curioso ver a los carruajes moverse sin caballos. Claro está que este medio de transporte estuvo destinado de manera exclusiva a las clases altas, debido a que eran caros y por ende difíciles de adquirir y mantener, ya que su construcción estaba realizada casi en su totalidad de manera artesanal.

Precisamente fue Henry Ford quién volvería a revolucionar la industria, ya que popularizó el automóvil, mediante la fabricación masiva, poniéndolo al alcance de una creciente clase media, que estaba interesada en comprar el llamado Modelo T, considerado no sólo como el primer coche de alto volumen (y uno de los más vendidos de la historia) sino también el primero que trascendió fronteras, convirtiéndose en un vehículo de carácter global.



La automotriz Ford popularizó la producción en masa con el modelo T. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Para lograr esta hazaña el empresario y visionario aumentó el salario a sus trabajadores a casi el doble en relación con la competencia, dándoles mayor poder adquisitivo, sin embargo su logro principal fue perfeccionar la cadena de montaje en 1908, con lo que fue posible reducir drásticamente los costos de fabricación y por ende de venta; de esta manera, incluso un obrero de la Ford Motor Company podía darse el lujo de adquirir un vehículo en el cuál había participado en su construcción.

Contrario a lo que la creencia popular dice, no fue Ford quién inventó la cadena de montaje, ya que siete años antes, Ransom Eli Olds ya la había implementado para ensamblar el Olds Curved Dash 1901, sin embargo su impacto no fue tan profundo como el de su posterior rival.

La gran diferencia que puso a Ford en la cima, radicó en que aunque el fundador de la empresa del óvulo azul tomó los principios de Olds y del taylorismo, éste desarrolló una cadena de montaje con una capacidad de producción superior, dando inicio a la producción en masa. Su método fue tan efectivo, que debieron pasar más de 60 años para que fuera desplazada por el “toyotismo”; no obstante esta nueva filosofía traída del país del Sol Naciente no era otra cosa que la evolución directa del método creado por el empresario estadounidense.

Como en muchas otras ramas de la historia, los comienzos de la industria automotriz están llenos de leyendas, en las que emprendedores y visionarios tuvieron la idea de transformar y revolucionar la manera en que se transportaba la sociedad de aquél entonces. Tal vez nunca imaginaron que lo que comenzó sólo como un sueño, terminó por convertirse en uno de los inventos más importantes, influyentes y controvertidos para la humanidad.

Con el paso del tiempo, los automóviles, han sufrido muchos cambios, en su diseño, seguridad, confort e impacto en el medio ambiente, adaptándose cada vez más, a las cambiantes necesidades de movilidad y las modas. Cabe mencionar que gracias a sus innovaciones tecnológicas, potencia, diseño, lujo y las sensaciones de libertad o el estatus social que brindan, existen hoy día, una serie de entusiastas que han hecho del automóvil una forma de vivir, e incluso desde su perspectiva han convertido a este invento que nació como un simple medio de transporte, en un objeto de culto, admirado por hombres y mujeres, alrededor del mundo.

La Revolución cambió al caballo por el automóvil

Mientras que en Alemania, Karl Benz había inventado el automóvil, y las grandes potencias económicas estaban inmersas en la producción industrial, la realidad en México distaba mucho de los acontecimientos internacionales. Eran tiempos del porfiriato (1876-1911) y al igual que en otras partes del mundo, México aún no conocía los beneficios de la electricidad y otros inventos; es por ello que la mayor parte de la población encontraba en el carbón y la leña su primordial fuente de energía para satisfacer sus necesidades básicas.

Es bien sabido que durante su mandato, Porfirio Díaz inició una fuerte campaña en la cual prometía introducir a México al primer mundo por medio de la inversión privada proveniente de empresarios ingleses y estadounidenses, quienes se habían interesado en invertir en la industria petrolera, eléctrica y de medios de transporte por medio del entonces novedoso ferrocarril.

Este último fungió como estandarte de desarrollo y progreso; empero, los mexicanos, en cuanto a transporte se refiere, aún eran indiferentes a este cambio, ya que continuaban usando caballos, carretas y otros medios de tracción animal para realizar viajes citadinos y rurales.

Debido a los altos índices de analfabetismo que imperaban en el país durante esa época, es muy probable que la mayoría de los mexicanos no hubiesen escuchado y mucho menos leído sobre el recién inventado automóvil, pero esto no fue un impedimento para que la noticia del “carro sin caballos” llegara a sus oídos, surgiendo de inmediato interés para hacerse de uno.

A ciencia cierta, no se sabe la fecha exacta ni la primera persona que trajo el automóvil a México, pero algunos artículos, libros o revistas, concuerdan en que fue en 1895 cuando hizo su arribo. En cuanto al modelo y la persona que lo importó, es donde aún existen dudas, ya que unos se inclinan por afirmar que fue Andrés Sierra quien trajo desde Tolón, Francia, un Delaunay Belleville hecho a mano. Mientras que otros aseguran que el primer mexicano en manejar un automóvil en la capital fue Fernando de Teresa, quien de acuerdo a los relatos de la época, lo condujo a una velocidad de 16 kilómetros por hora.

Lo que sí es un hecho verídico, es que sin importar quién haya sido el primero, el automóvil llegó a suelo azteca para quedarse, ya que desde un principio cautivó a las clases pudientes, quienes no dudaron en comprarse uno. Fue tanto el éxito, que en 1903 ya se tenía un parque vehicular de 136 unidades, el cuál creció hasta los 800 vehículos en sólo tres años.

Entre los vehículos favoritos por los mexicanos y por ende de los más comunes de observar en las calles del país, estaban los Hupmobile, Oakland, Stutz, Graham, Reo, Oldsmobile y Ford T, entre otros. De esta manera, la transición del siglo XIX al XX trajo consigo el inicio de la lenta pero paulatina transformación del paisaje, en el cual los carruajes tirados por caballos, pasaron de compartir su espacio, a ser prácticamente sustituidos por los vehículos motorizados.

Entre los modelos más exitosos estaban los Ford T, que sufrieron algunas modificaciones para poder transportar a una decena de pasajeros; por lo general, su uso se orientó más al transporte público y al traslado de los gendarmes a través de las calles de la ciudad de México.



Los gendarmes usaban Ford T para cumplir con sus labores de seguridad. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Contrario a lo que se observa en las películas, cuando estalló la Revolución Mexicana las tropas revolucionarias no sólo se transportaban a caballo y en tren, sino que

el automóvil también jugó un papel trascendental en lo que es considerado como el movimiento político y social más importante del siglo XX en nuestro país.

No es ningún secreto que Porfirio Díaz sentía una fuerte atracción por la cultura europea, que consideraba refinada y de buen gusto. Por eso no resulta extraño que el ex presidente no resistiera la tentación de adquirir un MAN 1909, importado directamente de Alemania. Desafortunadamente para el mandatario, el estallido social le impidió darle un gran uso y fue así que su exclusivo automóvil quedó en el olvido, hasta que fue hallado y restaurado por un coleccionista privado en los Estados Unidos, país donde se encuentra esta pieza digna de cualquier museo.

Además de este vehículo, Porfirio Díaz también fue dueño de un Packard 1908, (empresa considerada como “la americana más europea”, debido a la alta calidad de sus autos), el cual lo acompañó hasta el día que inició su exilio a París, Francia.

El automóvil se convirtió en un testigo mudo de algunas de las traiciones y asesinatos de los personajes más representativos de la Revolución, ya que en algunos casos, jugaron un papel importante para fraguar los planes que ayudaran a exterminar a quienes con el tiempo, se convirtieron en un problema para la propia “causa”.

Después de haber firmado el Plan de San Luis y tomar las armas contra el gobierno de Porfirio Díaz, Francisco I. Madero viajó desde el norte del país a la ciudad de México en un Thomas Flyer 1910. Cabe destacar que éste no era su automóvil personal, ya que era dueño de un Protos, de cuatro cilindros.

De igual manera, es posible que el vicepresidente José María Pino Suárez, también haya tenido su propio automóvil, ya que de acuerdo con algunos documentos de la época, era una de las 339 personas que en 1912 contaban con permiso para circular.

Incluso la relación que había entre el presidente y el vicepresidente con los vehículos motorizados, llegó hasta el final de sus vidas, pues para fraguar el homicidio de ambos personajes, los asesinos utilizaron dos automóviles que fueron pieza clave para cometer dichos crímenes.

La historia nos dice que a las 10 de la noche del 22 de febrero de 1913, cuando Madero y Pino Suárez se disponían a dormir, el coronel Joaquín Chicarro y el mayor de rurales, Francisco Cárdenas, interrumpieron su descanso y los subieron a dos automóviles negros que los esperaban en la puerta de Palacio Nacional. A Madero lo trasladaron en un Protos, propiedad del esposo de una sobrina de la esposa de Porfirio Díaz, mientras que a Pino Suarez lo hicieron abordar un Packard, propiedad del yerno de Porfirio Díaz.

Los vehículos, que avanzaron con rumbo a la Penitenciaría o Palacio Negro de Lecumberri para detenerse en las calles aledañas del inmueble, atestiguaron cómo al descender de ellos, el presidente y el vicepresidente fueron asesinados por quienes los habían recogido minutos antes.

Cumplida la misión, los malhechores se prepararon para maquillar la escena del crimen y dispararon contra los dos automóviles, con el objetivo de que al día siguiente se difundiera la versión de que Madero y Pino Suárez habían muerto cuando un grupo de partidarios intentó rescatarlos.

Entre las historias revolucionarias, ésta no es la única, ya que no se puede dejar de mencionar a José Doroteo Arango Arámbula, mejor conocido como “Pancho Villa”, quién fue muerto en una emboscada cuando manejaba su automóvil Dodge Brothers Modelo 22, el cual recibió más de 100 disparos que terminarían por arrancarle la vida al “Centaurio del Norte”.

Durante la Revolución, los generales fueron los primeros en hacerse de los servicios del automóvil, ya que encontraron en él, un medio idóneo para trasladarse a lo largo y ancho del país con mayor rapidez y hasta comodidad.

Con el final de la guerra, la estabilidad llegó, y con ello la construcción de más caminos, carreteras y depósitos de combustible. Poco a poco y con una mejor infraestructura, los automóviles empezaron a poblar las calles, cabe destacar que en el tiempo de la postrevolución, todos los automóviles eran importados por distintos

empresarios y ningún fabricante se había establecido en el país de manera oficial. No fue sino hasta la década de 1920 que las armadoras con sus fines expansionistas, comenzaron su migración hacia otras partes del mundo.

La primera en establecerse fue General Motors con Buick en 1921. En esta primera etapa se dedicó a la importación y venta de vehículos, descartando temporalmente colocar una planta de producción en suelo azteca.

Por su parte, Ford Motor Company se establecería 1925. Respecto a su competencia, ésta no sólo inició operaciones comerciales, sino que tan sólo un año después inauguraba la planta de montaje en San Lázaro, convirtiéndose en la primera armadora en México.



En la década de 1920 se establecen las primeras marcas automotrices en el país. Foto: Esaú Ponce, 2014.

En septiembre de 1942, se abrió su planta ubicada en la Villa. A finales de 1964 Cuautitlán apareció en escena. Chihuahua produjo su primer motor en julio de 1983 y para finales de 1986 se inauguró el complejo industrial en la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Durante la década de los 30, la raquítica oferta de modelos que se ofrecía en nuestro país se enriqueció con la llegada de automóviles de marcas como Pierce-Arrow, Auburn y LaSalle, Chevrolet, Dodge Brothers, Fiat, Alfa Romeo y Citroën.

Después de 14 años de operar en el país, la estadounidense General Motors construyó una planta en 1935 y tres años más tarde se constituyó Fábricas Automex, en la que se ensamblan los modelos de Chrysler.

La industria automotriz mexicana estaba en pleno crecimiento, ya que si bien es cierto no era un mercado que movía altos volúmenes de ventas, sí resultaba atractiva ante los ojos de grandes empresas extranjeras, quienes lo veían como un mercado viable para hacer negocios.

Incluso algunos empresarios mexicanos vieron potencial en esta aún inmadura industria para ese entonces, por lo que con apoyo de algunos socios y del mismo gobierno, decidieron probar suerte e instalar sus propias fábricas ensambladoras. El caso más concreto sería el de la Willys Mexicana, que tras su fundación en 1946, sembraría la semilla de lo que algún día se convertiría en Vehículos Automotores Mexicanos (VAM), empresa considerada como la automotriz más mexicana del siglo XX.

Crecimiento con protección, México en la época del decreto automotriz

Como se ha explicado, durante la primera mitad del siglo XX, en México el automóvil pasó de ser una herramienta de la causa revolucionaria, a ser un objeto de estatus, bonanza y progreso, en el que las familias mexicanas podían reflejar su salud eco-

nómica, derivada del buen momento en el que atravesaba el “sueño mexicano”.

Durante este periodo, Volkswagen y Datsun se establecieron en el país en 1964 y 1959 respectivamente, cautivando de inmediato al hijo del revolucionario, base de una cada vez más numerosa clase media, debido a que eran los acreedores de los frutos de la Revolución.

Durante la década de los 50, la infraestructura de la industria automotriz era pequeña y poco desarrollada, debido a que se carecía de una industria nacional de autopartes, lo que representaba una dificultad para que los fabricantes mundiales establecieran más plantas en el país, pues la mayoría de las piezas y materiales provenían del extranjero. No está de más mencionar que respecto a las ventas de autos nuevos, las cosas no eran muy diferentes, el mercado estaba controlado principalmente por empresas estadounidenses y europeas.

Ante estos hechos, el gobierno federal decidió tomar cartas en el asunto y determinó que la industria automotriz debería “nacionalizarse”, con el objetivo de convertirla en una rama de progreso, debido a que desde entonces se avizoró que tenía potencial y podría generar muchos empleos y por supuesto inversiones.

Fue así que bajo la iniciativa del entonces presidente Adolfo López Mateos, quién consideró el tema como una prioridad, se tomaron cartas en el asunto y en 1962 promulgó una serie de leyes que se consideraron como vanguardistas en la época. En ellas se establecía que todos los automóviles vendidos en México deberían tener al menos 60% de contenido nacional; la construcción del motor debería ser doméstica en su totalidad ya que estarían sujetos a control de precios y cuotas de producción. Cabe destacar que estas medidas proteccionistas tenían como finalidad desarrollar una industria automotriz nacional.

La primera edición del “decreto automotriz”, había llegado para quedarse y como era de esperarse, muchas empresas consideraron que hacer una fuerte inversión en el país no sería redituable y afectaría sus finanzas. Por ello, marcas como Mercedes Benz, Fiat, Citroën y Volvo abandonaron el país. En el lado contrario, las “tres gran-

des de Detroit” permanecieron en México junto con Renault, Volkswagen y Datsun. Esta novedosa ley se fue actualizando, por lo que en 1969 y 1972 se publicaron otros decretos para ampliar los niveles de producción y fomentar la exportación de motores y autopartes, mientras que en 1977 se estableció que las exportaciones eran un requisito para producir en México. En la edición de 1983 se establecen límites de producción por productora, y en 1989 se buscó la apertura comercial, reduciendo a un 36% el contenido local.



Con el decreto automotriz se buscó impulsar una industria nacional. Foto: Esaú Ponce, 2014.

El actual Decreto Automotriz está vigente desde 2003 y fue modificado en 2009; en él se estipula que para obtener el registro de productor automotor nacional, se necesita una producción mínima anual de 50,000 unidades y de 30,000 para el año inmediato anterior.

Pese a las buenas intenciones que en teoría representaba el decreto automotriz, en opinión de algunos expertos en la materia, consideran que en realidad fue un fracaso.

so y metió a México en una burbuja que afectó su desarrollo económico.

Con una experiencia de más de 50 años como periodista automotriz, Rodolfo Sánchez Noya es tajante en su opinión y califica al decreto automotriz como un engaño, ya que nunca se pudieron lograr los objetivos establecidos.

“Cuando se establece el decreto automotriz muchos fabricantes salen del país, algunos de ellos incluso consideraron establecerse en el país, tal fue el caso de Mercedes-Benz, que aunque tenía el apoyo del entonces presidente López Mateos para construir una planta en León, Guanajuato, la inversión necesaria para establecerla era muy alta, además de que la empresa vislumbró una falta de estructura, por lo que al final decidió que abandonaría el proyecto.

“Los fabricantes de autopartes eran mínimos, porque no existía la apertura ni la conciencia que existe hoy, lo cual afectaba a la manufactura, incluso algunas medidas de tornillos usados en la industria eran escasas y por ende difíciles de conseguir, lo cual encarecía el precio de los automóviles, ya que se tenían que importar mediante engorrosos y costosos trámites”, precisó Sánchez Noya.

Eran tiempos de López Portillo y como se ha mencionado, las importaciones estaban limitadas, y gracias a que la industria tenía la intención de ser popular, se prohibió la llegada de automóviles lujosos o de las versiones más suntuosas, equivalentes a los modelos de importación. Por ejemplo, ibas a una agencia Ford a preguntar por un Galaxy y te debías conformar con versiones “básicas” a pesar de que en otras partes del mundo se consideraba como un auto de lujo, incluso para elegir el color, tenías a veces que resignarte, ya que te vendían los que tenían en bodega, y no había más opción, si querías un auto nuevo había que adecuarse a los malos tratos y las disposiciones de las empresas.”

Si eras influyente y contabas con un alto capital, podías traer del extranjero un automóvil, aunque esto no era tampoco una buena idea, ya que había casos en los que a pesar de que se tratará del mismo modelo, muchos componentes no eran compatibles. Un caso concreto era el del Ford Mustang, ya que el que se vendía

en México tenía un motor diferente al comercializado en los Estados Unidos, por lo que si decidías traer uno del norte, sólo allá podías conseguir las piezas en caso de necesitar una reparación.

Pese a todos estos ejemplos, el periodista y ex piloto de carreras, considera que en realidad el problema no radicó en la poca capacidad de importación que existía, sino en que este cerco afectó el desarrollo y la competitividad, estancando la industria y los procesos de fabricación, que durante mucho tiempo se quedaron rezagados a nivel mundial.

Otra opinión que coincide con la vertida por Sánchez Noya, es la del también periodista Bernardo Mendoza, quién no sólo comparte lo anterior, sino que agrega: “eran tiempos difíciles, el mercado estaba cerrado y se tenían muchos problemas derivados de las crisis financieras. Incluso las automotrices en las que el estado tenía cierta participación, sufrieron para mantenerse a flote, tal es el caso de la VAM o incluso la camionera DINA ya que con el paso del tiempo, el gobierno poco a poco dejó de mostrar interés por apoyarlas y perecieron ante las prácticas neoliberales introducidas en la economía a partir de 1982”.

Mendoza explica que las ediciones 1978 y 1989 del decreto automotriz “liberaron el manejo de las divisas, habilitaron la importación de automóviles de lujo y de alguna manera sirvieron como un experimento para abrirle camino al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá”.

El artífice de esta apertura fue Carlos Salinas de Gortari, quién en su afán de introducir a México en el juego de la globalización, redujo la exigencia de contenido nacional a sólo 36%, además de que por primera vez en muchos años, permitió la entrada y venta de automóviles importados, lo cual forzó a la industria de autopartes a volverse más competitiva. Cabe destacar que en 1991, los automóviles traídos del extranjero eran considerados en su mayoría como lujosos o deportivos, lo cual no les concedía un gran volumen de ventas, ya que se prohibió la importación de vehículos compactos populares, situación que los Volkswagen Sedán y Nissan Tsuru supieron aprovechar.

Algunos de los primeros modelos importados fueron el Chrysler Imperial, la Ford Explorer, Aerostar, Lincoln Town Car, Buick Regal, Chevrolet Corvette, Cadillac DeVille, Nissan Maxima, Pathfinder, 300ZX y el Volkswagen Passat.

Para Bernardo Mendoza, la apertura comercial significó en un principio un acierto, ya que se eliminaron los tratos engorrosos e incluso le permitieron a algunos fabricantes sortear diversas dificultades en sus plantas de producción. El caso más sonado fue Ford, que en 1990 protagonizó el movimiento huelguístico más importante de aquel año, ya que sus trabajadores exigían su salida del sindicato cetemista dirigido por Wallace de la Mancha, por lo que la planta de Cuautitlán estuvo inactiva del 8 de enero al 10 de julio.

“Durante esa época Ford echó mano de las plantas estadounidenses para abastecer la demanda; viví esa situación de manera indirecta, ya que en aquel entonces fui a comprar un Ford Topaz, pero como no tenían unidades mexicanas, pagué un extra y me trajeron un modelo de Estados Unidos”.

Cuando el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari, su homólogo estadounidense George H.W. Bush, y el primer ministro canadiense Brian Mulroney firmaron el Tratado de Comercio de América del Norte, se abrió el mercado para la comercialización de más productos referentes a la industria automotriz, a partir del 1 de enero de 1994 (cuando entró en vigor este acuerdo), México comenzó a jugar contra las principales potencias económicas, trayendo consigo inversión extranjera en el sector automotor.

Posteriormente, algunas marcas europeas y japonesas hicieron su arribo a partir de 1995. En ese momento Honda, Audi, BMW, Volvo, Mercedes-Benz y Jaguar iniciarían operaciones. En cuestión de unos años, la oferta nacional estaría igual o más nutrida que antes de que entrara en vigor el decreto automotriz.

Respecto al tema, Bernardo Mendoza recuerda que, con la llegada de las nuevas marcas, comenzó a formarse una cultura automotriz, lo cual llevó a que se organizara la primera edición de la Auto Expo Mundial 1995 en la cual “los propios

importadores invitaban y mostraban los automóviles europeos a los empresarios y políticos del país, quienes quedaron maravillados por la calidad y buen gusto de los productos traídos del viejo continente.”

“En un principio todas estas marcas llegaron de la mano de importadores privados, y aunque tuvieron un buen recibimiento, hubo muchos problemas con el suministro de autopartes, por lo que muchas empresas vieron el potencial comercial que tenían y decidieron entrar de manera oficial, un ejemplo fue Volvo”.

Los primeros cinco años de la puesta en marcha del TLCAN, Mendoza los considera como una etapa de germinación para la industria automotriz, ya que con la llegada de nuevas marcas, la industria manufacturera de autopartes se tuvo que renovar para ser más competitiva. Cabe destacar que durante esta época, cerraría por primera vez la fábrica de DINA en Ciudad Sahagún, finalizando de manera oficial la intervención del estado en el sector.



Con el TLCAN la variedad de modelos aumentó de manera vertiginosa. Foto: Esaú Ponce, 2013.

“En esta etapa existe un crecimiento muy rápido, aunque la industria sigue estando inmadura, pero con un incremento constante de ventas y de infraestructura, la competitividad se empieza a mejorar de manera exponencial”.

Incluso el periodista afirma que esta apertura del mercado ayudó a que el comprador se hiciera cada vez más crítico y exigente a la hora de adquirir un automóvil: “con la llegada de nuevos vehículos, los tiempos en los que los que el consumidor se conformaba con el Volkswagen Sedán debido a su durabilidad y economía, comenzarían a cambiar, ya que ahora no sólo buscaban un modelo que fuera aguantador, sino que además fuera confortable, poco ruidoso, más espacioso y con más equipo, cosas que el vochito no podía cumplir del todo”.

Durante el 94, la protección a los autos populares fabricados en nuestro país perdió fuerza, ya que en ese mismo año se introdujeron el Chevrolet Chevy y el Volkswagen Derby, ambos importados desde España. A los pocos años se le unirían el Fiesta, también procedente de Europa y el Pointer de Brasil. Con todos estos lanzamientos en el segmento de los autos accesibles, el reinado del Volkswagen Sedán empezaba a decaer y sólo era cuestión de tiempo para jubilar al que fuera el automóvil más vendido en México durante décadas.

Con la llegada del nuevo milenio, la industria automotriz nacional presentó un desarrollo espectacular y fue testigo de la llegada de más inversión, tanto en la industria automotriz como en la de autopartes. Nuevas marcas llegaron al país y algunas aprovecharon las alianzas a nivel internacional o local para comercializar sus productos. Algunas de las nuevas marcas que llegaron fueron Seat, Renault, Toyota, Mitsubishi, Mazda, Saab, MG-Rover, Hummer, Fiat, Alfa Romeo, Suzuki y Acura.

Respecto al tema, Bernardo Mendoza comenta que, “gracias a que se modificó el decreto automotriz en 2003, la importación de autos se hizo mucho más flexible, lo que permitió que muchas empresas aprovecharon las sinergias que tenían a nivel mundial para expandir las operaciones comerciales de sus filiales hacia México”. Para ilustrar esta situación, ejemplifica con el caso específico de Volkswagen, que en cuanto se anunció la apertura comercial, aprovechó no sólo para importar mo-

delos, sino que dentro del abanico de marcas disponibles trajo primero a su división de automóviles premium Audi; después presentó a su filial juvenil Seat. Posteriormente, a lo largo de la década se unirían marcas exclusivas, como Lamborghini o Bentley. Cabe destacar que ninguna de esas marcas fabrican en México, pero comercializan sus productos de una manera “libre” debido a que su empresa matriz tiene un alto índice de fabricación en su planta de Puebla (próximamente abrirá una en Guanajuato, y Audi también producirá en una nueva factoría en Puebla, lo cual le garantiza que su límite de importaciones sea elevado y por ende solvente para el grupo alemán.

Una empresa que ha sabido hacer un papel muy bueno con las importaciones es Chrysler, ya que bajo su red de concesionarios se pueden encontrar productos en diversas partes del mundo. Por ejemplo, la marca japonesa Mitsubishi tiene presencia en nuestro país, como consecuencia de que cuenta con un acuerdo comercial con la americana para vender sus productos, refacciones y darle mantenimiento a los vehículos procedentes de Japón.

Un caso particular es Hyundai, que aunque anunció su arribo oficial a México a partir de 2014, ha comercializado en las vitrinas del grupo Chrysler los modelos Atos, i10, Verna, Attitude y H100. Todos ellos han sido remarcados bajo la marca Dodge desde que fueron introducidos en el 2001, como parte de un acuerdo comercial con el cuál la marca americana cubriría la necesidad de entrar en el segmento de los autos subcompactos (el de mayores ventas en México) y no quedar rezagada frente a la creciente competencia, ya que en su catálogo de productos no incluía vehículos de este tipo, debido a que nuestros vecinos del norte se decantan más por sedanes y SUV's de grandes dimensiones.

A esta etapa de cambios, Bernardo Mendoza la define como de desarrollo, ya que durante ese periodo ocurrieron sucesos importantes que marcarían el rumbo de la industria automotriz. Entre ellos destaca que fue en este momento cuando las ventas de automóviles nuevos al público eran bastante sanas y se alcanzaron varios records, debido a que se superó con facilidad el millón de unidades comercializadas. Como se ha mencionado con anterioridad, el actual decreto automotriz que sigue vigente recibió su última actualización en 2003.



Con el TLCAN la variedad de modelos aumentó de manera vertiginosa. Foto: Esaú Ponce, 2013.

Por otra parte, las inversiones en el sector propiciaron una mayor competitividad y en poco tiempo el país pasó de comercializar sólo cinco marcas de automóviles a más de treinta, superando el número de firmas automotrices vendidas en los Estados Unidos. Por último y en la misma sintonía, no se puede dejar de mencionar el cese de producción del Volkswagen Sedán en julio de 2003. Con su salida del mercado, se terminó una época, ya que este pequeño automóvil de origen alemán fue el consentido de los mexicanos desde su introducción en 1954.

En la actualidad, la industria automotriz mexicana luce sólida y con muchas expectativas de crecimiento, incluso se presenta como uno de los pilares económicos del país. Pero para haber llegado hasta este punto, fue necesario afrontar muchas dificultades, tales como la crisis automotriz estadounidense de 2008, la cual durante algún tiempo, no sólo puso en jaque la producción en el vecino país del norte, sino que también sus repercusiones se sintieron en las plantas mexicanas, ya que al disminuir las ventas en Estados Unidos, nuestras fábricas disminuyeron su productividad, esto como consecuencia de que la inmensa mayoría de los automóviles de construcción nacional tienen como principal destino la tierra del tío Sam.

Con el paso de los años México se ha ganado un puesto como uno de los principales exportadores de automóviles del mundo, colándose en el top diez, gracias a la calidad y fuerza de mano de obra “barata”, en relación con otros países de la región, pero para entender dónde está colocado nuestro país, será necesario explicarlo en el siguiente tema.

Los automóviles desarrollados en México, una agri dulce experiencia

Durante más de treinta años, la industria mexicana se cerró al mercado mundial, restringiendo al máximo las importaciones de automóviles y marcas extranjeras, lo cual género que la oferta automotriz fuera muy limitada, llegando al punto de que el consumidor no sólo tenía que conformarse con adquirir lo mismo de siempre, sino que en algunas ocasiones ni siquiera era libre de elegir el color de su automóvil.

Pese a estas restricciones, la industria automotriz llamó la atención de muchas personas que se “enamoraron” de sus primeros vehículos. Por eso no es raro que surgieran grupos de entusiastas que buscaban un vehículo que reflejará su personalidad y/o estatus económico.

Cabe destacar que durante este tiempo de proteccionismo, la industria nacional se tornó diferente y hasta cierto punto, se puede calificar como única, ya que si bien es verdad que muchos de los vehículos vendidos en el país eran fabricados aquí, no se puede pasar por alto que gracias a que se tenían que adaptar a las legislaciones internas, muchos vehículos se “mexicanizaron”, adaptándose tanto mecánicamente como en diseño, a los gustos nacionales.

Esto quiere decir que en algunas ocasiones un modelo que se vendía en Estados Unidos (o en alguna otra parte del mundo), no era el mismo coche que se ofrecía aquí, pese a que en teoría se tratase del mismo automóvil, ya que muchas veces el equipamiento, diseño y hasta motor llegaban a variar.

Aún con estas limitaciones, en nuestro mercado aparecieron verdaderas “joyas sobre ruedas”, que no obstante su similitud con los modelos donantes (la mayoría provenientes del vecino país del norte), lograron diferenciarse y en algunos casos, convertirse en ejemplares únicos, buscados y apreciados por diversos conocedores alrededor del mundo.

Un ejemplo que puede explicar esto es el caso del Valiant Super Bee, que durante la década de los 70 se consideró el automóvil más rápido de México, gracias a que los primeros modelos (1970-1974) estaban equipados con el motor V8 318, con 270 caballos de potencia, mientras que los de 1975 a 1976 con el motor V8 360, de 300 caballos de fuerza. Cabe destacar que estos motores tenían más poder en México que en EE.UU. lo anterior responde a que las leyes mexicanas contra la contaminación no eran tan estrictas, por lo cual se le consideró un mejor deportivo que su gemelo estadounidense, el Dodge Demon. Fue precisamente este alto desempeño, con el cuál era capaz de dejar atrás a los Mustang de la época, siendo también elegido como coche patrulla por la Policía Federal, debido a que era muy difícil encontrar un automóvil más rápido en los caminos mexicanos.

Otro ejemplo sería el de los Mustang producidos por Shelby de México en los talleres de Eduardo Velázquez Chávez, los cuáles gracias a su motor V8 “mexican 302”, cultivaron un sinfín de victorias en el automovilismo nacional. De igual manera, no se puede dejar de mencionar al Maverick Shelby Cobra, ya que no sólo es un modelo muy raro en México, sino en todo el mundo, ya que sólo se fabricaron 300 unidades. Cabe destacar que tanto su desarrollo como su comercialización fueron exclusivos del mercado mexicano.

En esta lista no se pueden dejar de mencionar los Caribe GT, los cuáles fueron muy populares entre la juventud mexicana en la década de los 80, los Renault Gordini y Dinalpin, los Jeep que por sus capacidades camperas se ganaron un alto número de seguidores, los Grand Marquis que fueron el máximo símbolo de status y lujo durante décadas, o los Datsun que ocuparon un lugar especial entre muchas familias debido a su precio y habitabilidad.

Entre estos desarrollos destacan las empresas que dieron oportunidad a los escasos diseñadores mexicanos, para participar en la fabricación de nuevos productos, puesto que la ingeniería mexicana estaba limitada y poco difundida. Hasta la llegada del Mastretta MXT en 2007, el título por el primer automóvil 100% diseñado en México era peleado por el Chevrolet Chevy C2 y por el V.A.M. Lerma, pero este nombramiento nunca fue respaldado por los más puristas, debido a que se trataban de adaptaciones de automóviles provenientes del extranjero y no eran modelos ideados desde cero por mentes mexicanas. De esta manera, tenemos que el compacto de Chevrolet era un Opel Corsa de segunda generación, mientras que el segundo no era otra cosa que la fusión carrozada de los modelos American y Rally.

En la misma sintonía, también destaca la Volkswagen Hormiga, una camioneta pequeña de plataforma para carga, diseñada y producida por Volkswagen de México en 1976 y 1977, la cual utilizaba componentes mecánicos provenientes de otros modelos de la marca alemana. No se puede olvidar que el diseño del Volkswagen Sedán Última Edición (2003), corrió a cargo de los diseñadores Verónica Castillo Arano, Gerardo Sáenz Aramburu y Marisa Capacho Sepúlveda, a quienes sólo les tomó siete meses el rediseño de esta serie especial de despedida.

Entre algunos de los diseñadores que nuestro país vio nacer y triunfar en el mundo, se puede mencionar a Carlos Sánchez, quien trabajó junto a Giorgetto Giugiaro (considerado el mejor diseñador del siglo XX), en el desarrollo del Lamborghini Gallardo, el modelo más vendido de la marca de Sant'Agata Bolognese. Otro caso de éxito es el de José Luis Sánchez de la Vega, quien diseñó para la sueca Volvo, su famosa "consola flotante", que fue estrenada en la segunda generación del S40, para después extenderse a toda la gama, formando parte esencial de la identidad de la marca.

Es destacable que General Motors sea una de las pocas compañías que le ha dado la oportunidad a un grupo de mexicanos para confiarles diversos proyectos, algunos de mayor o menor importancia. Como se mencionó, el Chevy C2 (2004) fue rediseñado por los mexicanos Miguel Calderón, Humberto Ortiz y Jorge Rodríguez, quienes con su trabajo sentaron un buen precedente para el diseño mexicano.

Tal vez en la actualidad, el actual jefe de diseño de GM Sudamérica, Carlos Barba, es uno de los mexicanos más exitosos a nivel mundial, ya que es el encargado de dirigir la imagen de los modelos que la marca americana comercializará en las regiones del Mercosur, y que tienen como principal destino el mercado brasileño, uno de los más grandes e importantes para GM a nivel mundial.

Así pues, durante la época del proteccionismo y pese a los intentos de crear una industria mexicana próspera y sólida, los resultados distaron mucho de lo esperado, ya que como se puede observar, hasta la llegada de las marcas mexicanas de automóviles deportivos en el siglo XXI, las oportunidades que brindaban las grandes compañías a los ingenieros y diseñadores mexicanos eran nulas, y los ejemplos antes citados se quedan más como unos “votos de confianza”, que tenían el único fin de cumplir con las leyes mexicanas que exigían la “tropicalización” de los modelos a comercializar en el país.

PARTE 2. EL AUTOMÓVIL COMO EJE DEL PROGRESO EN MÉXICO

“El único secreto real del éxito, es el entusiasmo”.

Walter P. Chrysler



La idea de motorizar a un país con empresas paraestatales

El sueño de tener una marca mexicana que fuera capaz de desarrollar, diseñar y comercializar un automóvil 100% mexicano, que se adaptara a las necesidades del consumidor nacional, es casi tan añejo como la fecha en la que desembarcó el primer automóvil en nuestro país. Sin embargo, debido a las características propias de la industria, en la que se necesita una inversión multimillonaria para no sólo construir una fábrica, sino también para desarrollar, diseñar y maquilar un automóvil, son pocos los empresarios en México que se han atrevido a incursionar en este rubro, ya que sin duda alguna, estarán haciendo una “inversión de alto riesgo” en la que en caso de no tener éxito, las pérdidas serían millonarias.

Pese a las limitantes a lo largo del siglo XX, y entusiasmados por las promesas del decreto automotriz, surgieron unos cuantos emprendedores que creyeron en el proyecto y decidieron aventurarse probando suerte en la tan demandante industria automotriz. Para lograrlo, la gran mayoría recurrió al estado para pedir apoyos económicos, por lo que el gobierno mexicano se convirtió en accionista mayoritario de muchos de estos proyectos, que de inmediato se agregaron a su entonces basta lista de empresas paraestatales. De esta forma, fue como surgieron nombres como Borgward, Vehículos Automotores Mexicanos, Diésel Nacional y Camiones Ramírez, además de Islo y Carabella, quienes a diferencia de las anteriores, se dedicaron a construir motocicletas.

Con el pasar de los años, muchas de ellas sucumbieron ante los cambios políticos y económicos del país, o algunas simplemente no lograron las ventas necesarias para subsistir. En la actualidad, la única que sobrevive con capital mexicano es la camionera DINA. Las demás desaparecieron vendieron sus derechos a grupos extranjeros.

A juzgar por el tiempo que duraron en funcionamiento, podría tenerse la sensación de que su andar fue un fracaso; no obstante, sentaron las bases de una incipiente industria automotriz nacional, a la cual, es preciso darle un repaso para entender sus condiciones económicas y sociales, y así compararlas con las nuevas marcas mexicanas del siglo XXI. Como ejemplo está VAM, DINA y Borgward, quienes fueron las únicas que generaron vehículos en su línea de producción.

¡VAM...os México!



Los VAM fueron muy populares en la década de 1970. Foto: Cortesía Club VAM México.

De entre todos los antiguos ensambladores que contaban con capital mexicano, Vehículos Automotores Mexicanos (VAM), tal vez sea la más célebre, dado que sus productos gozaron de mucha popularidad, sobre todo en la década de los 60 y 70, cuando su gama de vehículos formó parte del paisaje automotriz de aquel entonces, debido sobre todo, a su fama de “aguantadores”.

Para encontrar los orígenes de esta empresa, hay que remontarnos a 1946, cuando Gabriel Fernández Sáyago, creó la Willys Mexicana, S.A., que fungía como un distribuidor en la ciudad de México para la Willys-Overland.

En el libro “Historia de la Rambler”, su autor Paul Riquelme, destaca una declaración que Gabriel Fernández Sáyago hizo sobre la fundación de su empresa:

“Dicen que los sueños, sueños son. Que no suelen convertirse en realidad. Este sueño lo compartieron siete personas que sólo contaban con un pequeño vehículo que pretendía demostrar en la paz lo que ya había demostrado en la guerra: el Jeep que la Willys Mexicana trajo a México en 1946, y que al principio ni siquiera se armaba aquí. Soñaban y, por qué no, si al cabo era un sueño, con crear toda una empresa cien por ciento mexicana que compitiera en calidad, eficiencia, tecnología y belleza con las extranjeras. El sueño imposible para unos, para otros un ideal difícil, pero por ello más atractivo, así fue que quienes soñamos, quienes creímos en la tecnología mexicana, en el valor del trabajo de nuestra gente, en nuestra creatividad y nuestra imaginación, sabemos hoy, que los sueños son posibles. Éste lo fue”.



Gabriel Fernández, fundador de Vehículos Automotores Mexicanos. Foto: Cortesía Club VAM México.

Esta pequeña empresa perteneciente a SOMEX (Sociedad Mexicana de Crédito Industrial), es el antecedente directo de la VAM, y aunque por sí sola nunca movió grandes volúmenes de ventas, el lanzamiento del modelo Aero-Willys, sirvió como el pretexto perfecto para que en 1953 se abriera una planta de ensamblaje en la colonia Industrial Vallejo; al norte de la ciudad de México, donde también se encontraban las oficinas generales. Sin embargo, este modelo no tuvo el éxito esperado, por lo que salió de producción.

En la década de los 60, y en medio de esta difícil situación que amenazaba con el cierre definitivo de la fábrica, Gabriel Fernández decide formar una alianza con el gobierno mexicano para que a través de Somex, pudiera obtener las franquicias para el montaje de otras marcas. Así fue que en 1963, se llegó a un acuerdo conjunto con American Motors Corporation (la entonces cuarta compañía automotriz más grande de los Estados Unidos) y la Kaiser Corporation, para construir y vender sus productos en territorio nacional. Este convenio daría como resultado a Vehículos Automotores Mexicanos, S. A. de C. V (VAM).

Cabe destacar que durante los primeros años de la nueva compañía, que empezaría su andar en el marco del primer decreto automotriz, no sólo se ensamblaron Jeeps y Ramblers, sino que de sus líneas de producción también salieron algunos Peugeot y Datsun.

VAM expandió sus operaciones en 1965 con la apertura de una nueva planta de motores ubicada en Lerma, en el Estado de México, por lo que al año siguiente fueron capaces de aumentar el contenido local. Estos leves pero constantes aumentos, fueron suficientes para que la empresa se convirtiera en la fuente de empleo de hasta 2,000 trabajadores, quienes inclusive podían llegar a ensamblar 25,000 unidades al mes.

Debido a las restricciones gubernamentales, sólo se podían vender tres modelos diferentes a la vez, por lo que hubo una gama limitada de modelos y motores, lo cual no impidió que VAM incluyera sedanes, deportivos y hasta compactos en su portafolio de productos, los cuales en muchas ocasiones llegaban con un retraso de un par de años en relación a sus similares en los Estados Unidos. Este fenómeno fue compar-

tido con la competencia, lo cual generó la idea popular de que “en México vendían automóviles muy viejos con hasta cinco años de diferencia”.

La década de los 70 fue sin duda la época de mayor auge para la marca en cuanto a ventas se refiere, ya que de acuerdo con datos proporcionados por el Club AMC Rambler México, era un momento de consolidación en la que VAM se convirtió en la única empresa mexicana productora de automóviles, que en 1975 vendió 24,200 unidades, mientras que en 1976 fueron 25,650 y para 1977 tuvieron un leve retroceso, ya que sólo colocaron 19,578; sin embargo, no todo estaba perdido, ya que para 1980 esperaban un estimado de ventas de 29,200 unidades.



VAM Rambler Classic 1969, uno de los modelos de alta gama de la marca. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Diez años después, durante los 80, la marca más vendida era Chrysler, sin embargo, era común que modelos de VAM, como el enorme sedán Classic, el popular American, el lujoso Lerma, los deportivos Javelin y Rally AMX, o los compactos Gremlin y

Pacer, formaran parte del parque vehicular de aquel entonces, debido a que también gozaban de una alta popularidad, lo que le permitió no sólo competir de manera frontal contra el líder, sino también contra Ford, General Motors, Volkswagen de México y Nissan Mexicana.

Desafortunadamente, VAM tenía los días contados como consecuencia de la quiebra de la American Motors Company, aunada a la devaluación del peso mexicano en 1982; por ende, terminó convirtiéndose en una filial de Renault de México, ya que la empresa francesa había adquirido por 30 millones de dólares, la participación del gobierno mexicano en VAM. Pese a la inversión millonaria por parte de la ahora matriz europea, se tomó la decisión de que la planta mexicana terminaría la producción de Jeep en 1986, para posteriormente retirarse del país en 1987.

Contrario a lo que puede pensarse, VAM no sólo fue una empresa ensambladora de automóviles de la AMC, ya que también era un importante centro de diseño e ingeniería, que debido al buen trabajo y compromiso de los trabajadores mexicanos, logró dejar un legado al mundo que aunque es poco conocido por las masas, es muy interesante desde el punto de vista tecnológico.

Salieron muy pocos proyectos desde el Centro de Investigación y Desarrollo de VAM, pero los pocos que hubo, sorprendieron con creces a los directivos de la American Motor Company, quienes comenzaban a ver con buenos ojos al talento mexicano, dotándole de mayor atención a lo hecho en México.

Tal vez el más conocido de estos desarrollos fue el VAM Lerma, que como se indicó con anterioridad, no sólo es considerado como el primer automóvil 100% diseñado en México, sino también el primer crossover de la historia, adelantándose así, más de 20 años a un segmento que hoy día está de moda y en pleno auge.

Este automóvil, nombrado así en honor a la fábrica de motores que tenía la empresa en el Estado de México, fue un vehículo inusual desde su concepción, ya que pretendía enfrentarse a los lujosos Ford Grand Marquis o Chrysler LeBaron, no obstante, en lugar de tener una carrocería sedán y un potente motor de ocho cilindros bajo el cofre,

el producto mexicano ofrecía lujo a su particular manera, ya que su corazón era un L6 VAM 282 (cilindrada equivalente a 4.6 litros en la actualidad) y su carrocería unía elementos de diversos estilos, mecánicas y diseños de diferentes modelos de VAM, para al final mostrar una trasera que no era de una guayín, tampoco de un hatchback y mucho menos de un sedán.

Tal vez lo más adecuado en aquella época era considerar al Lerma como un “liftback” (que es un tipo de carrocería utilizada en algunos automóviles tipo turismo, en la cual la tapa de la cajuela va unida con el vidrio trasero); sin embargo esta definición pudiera quedarse corta, ya que se mezclaron elementos provenientes del deportivo Rally (parte trasera) con el sedán American (frontal) y mezclarlo con soluciones de diseño y ergonomía propios del modelo, como una plataforma alargada, para ofrecer un interior más amplio y lujoso.

Al final, su estilo particular fue bien recibido por el público en general, pero sus clientes objetivo no encontraron en el Lerma un modelo que les llenara el ojo, debido a que estaban más acostumbrados a los sedanes de lujo, que a un vehículo de trasera “europea” (esto en alusión a modelos como el Caribe).



VAM Rambler Classic 1969, uno de los modelos de alta gama de la marca. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Pese a esto y que sus ventas no fueron las óptimas, no se puede considerar que el Lerma fue un fracaso, ya que aunque representó uno de los últimos desarrollos de la empresa, sirvió de aprendizaje para los futuros diseños, además de que, sin saberlo, sus creadores al haber mezclado partes de un automóvil familiar, deportivo y un todo-terreno, crearon el primer crossover (auto que combina elementos de diferentes carrocerías) de la historia y que en la actualidad se encuentra en pleno auge comercial.



Amado López y Salvador Díaz, junto a fundadores del club VAM México. Foto: Esaú Ponce 2014.

Vehículos Automotores Mexicanos no sólo se dedicó al ensamblaje de automóviles, ya que su departamento de investigación y desarrollo también se encargó de crear motores, los cuáles gracias a su calidad, durabilidad y eficiencia no sólo trascendieron en México, sino en todo el mundo.

En nuestro país el más conocido fue el motor de seis cilindros en línea VAM 282 (cilindrada equivalente a 4.6 litros en la actualidad), el cual era usado en la gama alta de la marca, por lo que fue montado en los deportivos Javelin y Rally AMX, que con

sus cerca de 200 caballos de fuerza (hp por sus siglas en inglés) tenían un mejor desempeño que algunos V8 de la época. Este propulsor también se usó en el Lerna, aunque en este modelo se dosificó su potencia y se enfocó más en ofrecer una marcha contundente pero con prioridad en el confort. De igual manera, se usó en la gama Jeep, donde se modificó para adaptarlo a las necesidades de los todoterreno más famosos del orbe.

De acuerdo con Juan Bosco Martínez, director y fundador de Bosco's Camp 4x4, -empresa recreativa en actividades todoterreno- la mejor herencia que dejó VAM al mundo automotriz fue el motor seis cilindros en línea L6 de 4.0 litros, que fue montado en los Jeep Cherokee, Grand Cherokee y Wrangler, debido a que por su fama de "aguantador", se ganó la admiración de varios seguidores de la marca alrededor del mundo, quienes lo reconocen como el mejor motor para el todoterreno.

Este motor nació debido a que en 1982 la AMC se encontraba inmiscuida en el desarrollo de un nuevo modelo de la marca Jeep, pero se encontraba en un dilema, debido a que no tenía un propulsor que cumpliera con las expectativas del nuevo auto, por lo que decidieron mandar un prototipo a los ingenieros mexicanos de VAM, quienes ante este reto, decidieron que lo más adecuado era modificar el motor L6 282, al cual le redujeron el cilindraje y modificaron la distribución de sus sistemas para reducir su tamaño, con lo cual obtuvieron un motor potente y a la vez compacto, completamente adecuado a los requerimientos de la matriz.

De esta manera y ante la buena acogida de la American Motors Company, se decidió montarlo en el entonces novedoso Jeep Cherokee modelo 1984, pero el motor demostró ser tan eficiente que tras la quiebra de la AMC en 1987, siguió propulsando a los modelos de Jeep hasta el año 2006, cuando fue retirado del mercado, debido al endurecimiento de las normas mundiales de contaminación. Cabe destacar que otra marca que utilizó los motores VAM, fue la camionera hidalguense DINA (Diésel Nacional), quien los usó en su línea de pickups durante la década de 1980.

Vehículos Automotores Mexicanos, no sólo representó una de las propuestas más estables para que México tuviera su propia fábrica de automóviles, al demostrar con hechos y buen trabajo, que había ideas y buenas propuestas por parte de su equipo de ingeniería y desarrollo. Pero, por desgracia, también es ejemplo del abandono y el cambio de políticas de los ex presidentes López Portillo y Miguel de la Madrid, quienes no creyeron en el proyecto automotriz de Gabriel Fernández, quien de manera paradójica había contado con el apoyo de otros ex mandatarios, como el presidente Adolfo López Mateos.

DINA, más que una unidad de fuerza



Para las personas familiarizadas con la física y las matemáticas, relacionar la palabra DINA con una unidad de fuerza es sinónimo de movilidad, ya que éste es el nombre de una marca camionera que por años transportó a muchas generaciones de viajeros a través de los caminos de nuestro país.

Esta empresa asentada en el complejo industrial automotriz de Ciudad Sahagún, Hidalgo, fue fundada en 1951 como una sociedad mixta entre el gobierno de México y la compañía italiana Fiat, quien aportó motores y asesoría técnica, además de ser fundamental para establecer una red de distribuidores en el Distrito Federal, Monterrey y Puebla. Esta relación ítalo-mexicana duró poco tiempo, debido a los altos costos de producción de los camiones Fiat, por lo que el contrato se canceló en enero de 1960.

Diésel Nacional, S.A., es primordialmente conocida por los camiones foráneos que produjo de manera ininterrumpida hasta 2001, cuando se declaró en bancarrota y entró en un complejo sistema de reestructuración, en el cual suspendió todo tipo de operaciones hasta su regreso en 2007, como una empresa de capital privado, sin ningún tipo de participación gubernamental.

Para los conocedores de la industria camionera, DINA tiene en su haber algunos modelos que por su valor sentimental o industrial son considerados como clásicos, ya que debido a su durabilidad no es raro encontrar los modelos Olímpico, Avanta y Dorado aún en circulación.

Contrario a lo que se pudiera pensar, la empresa hidalguense no sólo fabricó autobuses y vehículos pesados, sino que también durante más de 20 años firmó acuerdos comerciales con empresas trasnacionales como Renault y General Motors, las cuales le ayudarían a introducirse en el mercado de automóviles para pasajeros y en la industria de autopartes.

Tras finalizar con Fiat su relación laboral, DINA encontró en Renault un nuevo socio con quien trabajar y comenzar a expandirse a otros mercados, ya que la francesa le confió la licencia de fabricación y la distribución del Dauphine, el cual sale de las líneas de producción el 15 de mayo de 1960 y del convertible Floride.

Con el paso del tiempo, la presencia de la marca francesa se hacía más fuerte, por lo que decidió comercializar los modelos R4, R8, R10 y la van Estafete. Tal vez sea por la asociación de 23 años entre estas dos empresas, que se pudiera explicar el porqué hasta el día de hoy sus autos son tan populares en los poblados circundantes a Ciudad Sahagún, y es que en su mejor momento, esta alianza logró alcanzar una producción de hasta 12 mil vehículos al año.

Entre los modelos producidos destaca el A110, un automóvil que por sus características mecánicas, filosofía y hasta diseño, puede considerarse como el antecedente más directo de los deportivos mexicanos actuales. Este modelo que se vendió en México como Dinalpin, nombre derivado de la fusión de los nombres de las dos compañías: DINA por ser el fabricante en México, y de la francesa ALPINE (división deportiva de Renault), comenzó su andar en nuestro país cuando en 1965, la camionera hidalguense logra obtener la licencia para poder fabricar este modelo.



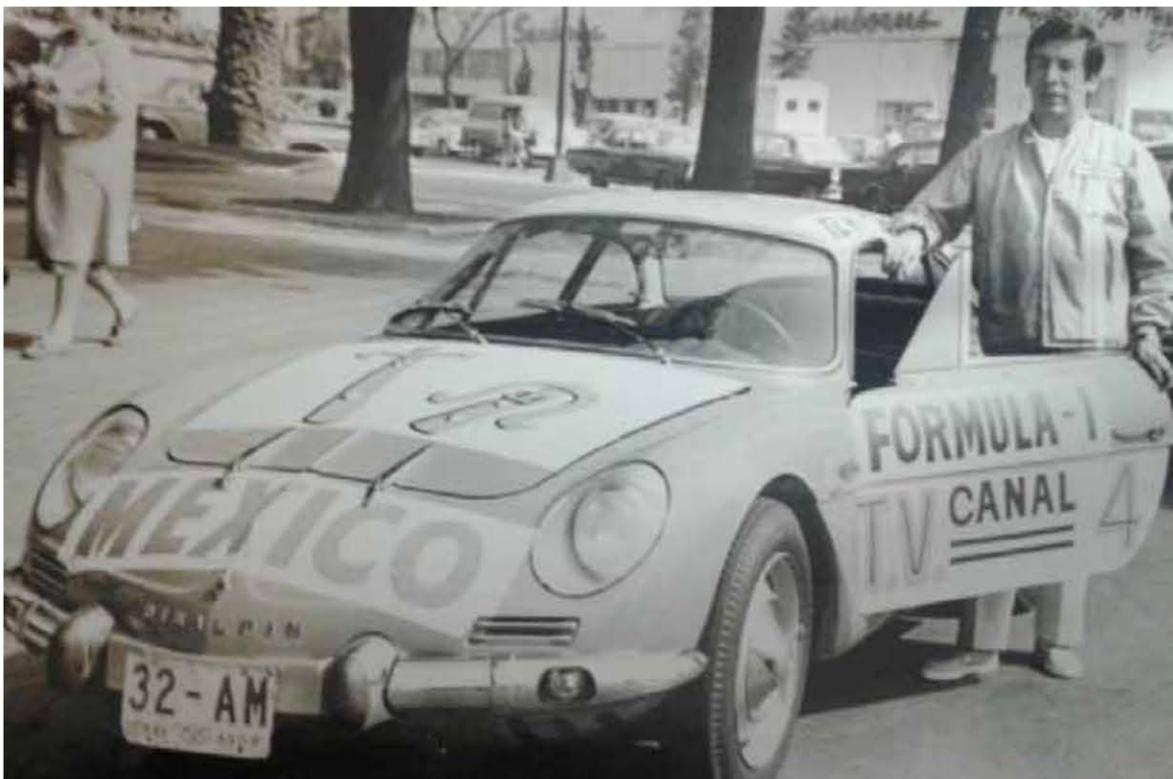
El Dinalpin es el primer deportivo fabricado en México. Foto: Cortesía Club Dinalpin.

Al ser ensamblado en una pequeña fábrica en la zona industrial de la colonia Vallejo, en la ciudad de México, el Dinalpin era considerado como el único automóvil deportivo producido en el país. Su fabricación puede considerarse reducida, ya que de la línea de producción sólo salieron 508 Berlinette, 118 GT4 y 67 Cabriolette.

El Dinalpin A110 es un vehículo muy valorado entre los entusiastas del mundo motor, quienes recuerdan con cariño las historias experimentadas con este auto. Uno de ellos es el periodista Rodolfo Sánchez Noya, quien comenta que cuando trabajaba en Televisa en la década de 1960, se compró un Dinalpin A110 blanco que rotuló con el logo y anagramas del Canal 4. En aquel entonces tenía que ir a Sebring para cubrir una carrera, y como le gustaba mucho manejar, se puso de acuerdo con su camarógrafo e idearon un viaje desde la ciudad de México hasta Florida.

“Partimos desde la glorieta del Ángel de la Independencia en Reforma y tomamos rumbo hasta nuestro destino; durante nuestro paso por los Estados Unidos, nos volteaban a ver mucho y no es que nos vieran a nosotros por guapos, sino que el pequeño Dinalpin causaba sensación a su paso, recordemos que nunca se vendía en el país de las barras y las estrellas...”

Lo que más recuerda es que a pesar de su pequeño motor de 1100cc, su desempeño era muy bueno y demostró ser aguantador, ya que los llevó y trajo sin problemas; hay que mencionar que las carreteras estaban más accidentadas que hoy. “Lo único malo, al menos para su camarógrafo, es que al tratarse de un auto para dos pasajeros, el espacio era muy reducido y tuvo que batallar para filmar y llevar el equipo de grabación”.



Rodolfo Sánchez Noya al lado de su Dinalpin rotulado con logos de Televisa. Foto: Cortesía Alta Velocidad

La alianza entre DINA y Renault llegó a su fin en 1983, cuando la francesa adquirió a VAM, por lo que, si bien es cierto que siguieron con sinergias y una buena relación, la marca aprovechó esta situación para probar suerte por su lado.

Esto lejos de afectar a la camionera, que en la década de los 80 pasaba por su mejor momento, gracias al buen mando de su entonces director general Miguel Ángel Anguiano Rodríguez, le abrió las puertas para aliarse con otra gran empresa automotriz de talla mundial, General Motors (GM), la cual le permitió introducirse en el segmento de las pickups.

Fue así como en 1980 comienza la producción de las camionetas 1000, 3000 y 3200 Pick-up Diésel, las cuales eran muy parecidas a sus equivalentes de Chevrolet, debido a que la mayoría de los componentes usados en las pickups mexicanas eran compartidos con los productos de GM, no obstante los productos de DINA montaban motorizaciones propias. Después de cumplir su ciclo comercial, la empresa abandonaría el segmento para concentrar sus esfuerzos en los vehículos pesados.

La historia de DINA está también está marcada por momentos difíciles, derivados de la crisis económica de 1994, donde la compañía registró severas afectaciones en sus finanzas, debido a que poco antes del “error de diciembre del 94” adquirió líneas de crédito en dólares, por lo que al elevarse la cotización del dólar, triplicó su valor y sus deudas en los siguientes años. Estos eventos dejarían una herida de muerte en las cuentas de la compañía, que en el 2001 cerró sus operaciones tras declararse en bancarrota.

Tras siete años de inactividad, la compañía reinició operaciones en 2008 y desde entonces se encuentra en un plan de expansión muy importante en el cual, poco a poco ha ido recuperando terreno en el mercado mexicano e internacional. Parte de este éxito recae en que DINA se adaptó a las necesidades del transporte e incursionó en segmentos en donde no estaba presente, lo que le permitió convertirse en proveedor de unidades articuladas de sistemas de transporte como el Metrobús en el Distrito Federal o el Mexibús en el Estado de México. Además de que mantiene acuerdos tecnológicos y de desarrollo de productos con empresas consolidadas como la sueca Scania.

El futuro de la marca parece prometedor, ya que aunque no hay indicios de que vuelva a expandir su ruta de negocios hacia los automóviles de pasajeros, no se puede dejar de lado el legado histórico de DINA, pues a que a diferencia de VAM, la camionera hidalguense se repuso de severas crisis derivadas de las desatinadas decisiones de los gobiernos mexicanos en temas económicos e incluso renació de entre sus cenizas para convertirse en protagonista del reducido pero difícil mercado de los vehículos pesados.

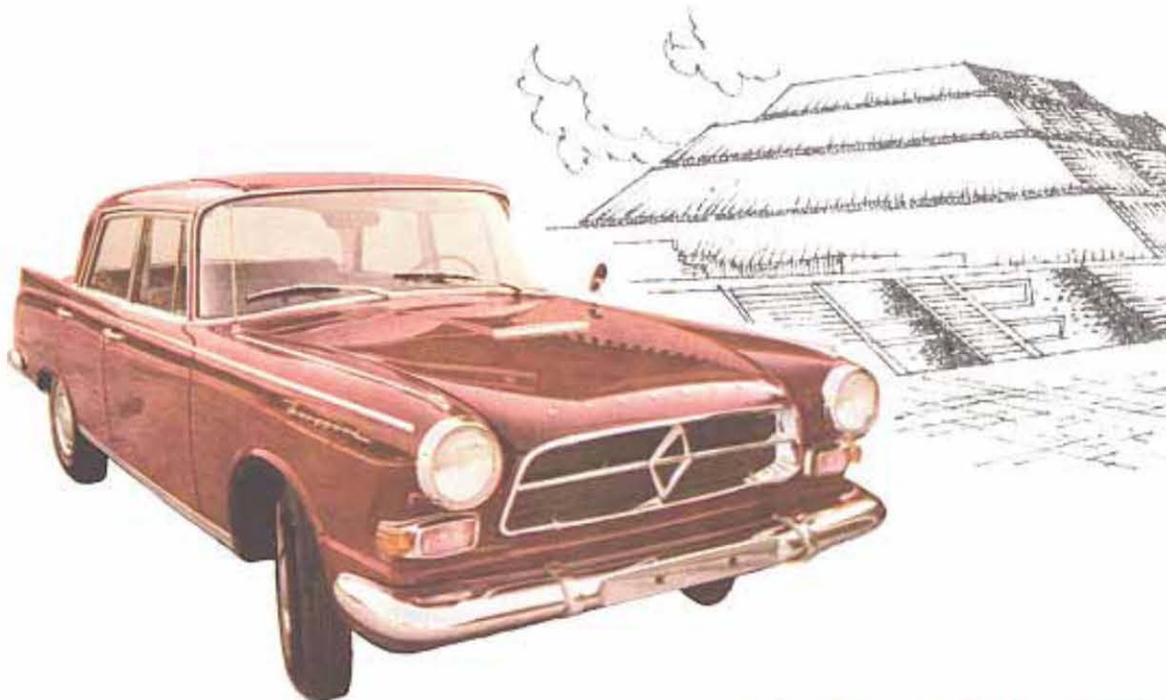
DINA[®]

RENDIMIENTO SIN COMPETENCIA



La camionera hidalguense se encuentra en expansión. Foto: DINA. Disponible en: dina.com.mx

Borgward, un alemán con sabor ranchero



BORGWARD 230 GL 1970

Históricamente, las relaciones comerciales entre México y Alemania han sido buenas, pero en el caso concreto de la industria automotriz, el país europeo le ha concedido un importante legado a México, ya que no sólo es el país de origen de íconos como el Volkswagen Sedán o el Chevrolet Chevy (Opel Corsa), sino que también le brindó a nuestro país la tecnología y una oportunidad única para tener nuestra propia marca automotriz de elite con la marca Borgward; una empresa de origen teutón, que con el paso del tiempo terminaría por nacionalizarse y formar parte de la industria motor de México.

Esta empresa asentada en la ciudad de Bremen, fue fundada por Carl FW Borgward, y durante el periodo que estuvo activa en Europa de 1929 hasta 1961, de su portafolio salieron vehículos que por calidad, diseño y tecnología competían de manera frontal contra los Mercedes-Benz y BMW, no así en el aspecto económico, ya que al ser una empresa mucho más pequeña, estaba en desventaja financiera ante sus compatriotas.

De acuerdo con reportes de la época, se menciona que su quiebra no fue producida por la insolvencia de la empresa, ya que al momento de su cierre, cuando se vendieron todos los activos, los acreedores cobraron por completo e incluso todavía sobraron algunos millones de marcos que hubieran sido suficientes para sacar a flote a la marca. Sin embargo, existe la teoría de una conspiración en su contra en la cual participaron BMW y el gobierno de Bremen, para que éste declarara a Borgward insolvente, y así facilitarle el camino a la empresa de la hélice blanquiazul, para que pudiera quedarse con sus instalaciones.

Como parte del proceso de quiebra, en 1963 todo el equipo de fabricación para el Borgward Isabella y el P100 fueron puestos a la venta, por lo que un grupo de empresarios mexicanos interesados en los restos de la automotriz alemana, fundaron en 1962 la Impulsora Automotriz Mexicana, S.A. de C.V., para poco después formar una comitiva que viajaría a Bremen para negociar la adquisición de todo el equipo de la Automobil-und Motorenwerke Carl F. W. Borgward GmbH (nombre completo de la compañía), con la intención de comprar los derechos de la empresa para producir los vehículos en México.

Después de una compra valuada en 12 millones de dólares o 100 millones de pesos, según se prefiera, inmediatamente comenzaron los problemas para los empresarios mexicanos, ya que tenían que trasladar toda la maquinaria a México, lo que representaba un enorme reto del cuál al final saldrían bien librados, e incluso presumirían en ser los primeros empresarios del mundo que lograron trasladar todo el contenido de una fábrica automotriz de un continente a otro.

Paralelamente a estos hechos, en México la Impulsora Automotriz Mexicana (IMA), había tenido problemas para encontrar el lugar adecuado para colocar su planta, además de que tampoco había acuerdos de proveeduría y no se contaba con la mano de obra calificada para armar los sofisticados modelos de Borgward. Finalmente, la empresa que había contado con el visto bueno del entonces presidente Adolfo López Mateos, había decidido erigir su fábrica en el municipio de General Escobedo, Nuevo León, teniendo como plan original comenzar la producción en 1964.

Sin embargo, y como si se tratara de una jugarreta del destino, la construcción tenía diversos retrasos, los cuales en su mayoría eran causados por las malas decisiones de los socios, quienes al ver el gran reto que tenían por delante, abandonaron el proyecto antes de quedar en bancarota. Otros, en cambio, se podían calificar como hechos desafortunados, ya que durante la construcción de la planta se descubrieron restos fósiles de animales prehistóricos en marzo de 1968, lo cual, aunque se trató de un descubrimiento muy destacado por el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), representó un nuevo atraso para los planes de la IMA.

Durante algún tiempo los problemas y peripecias siguieron dentro de la organización empresarial, lo cual derivó en un deterioro interno que pondría en tela de juicio la continuidad del proyecto. No fue hasta que Gregorio Ramírez, dueño del Grupo Industrial Ramírez, entró al grupo de inversionistas, que se volvería a poner orden y además, su participación supondría el fin de la IMA para dar lugar a la Fábrica Nacional de Automóviles, S.A de C.V.

Con Gregorio Ramírez como presidente de la nueva fábrica, su consorcio, que se dedicaba sobre todo a la industria del transporte pesado, añadiría una nueva línea de negocio a su conglomerado de empresas, convirtiéndose así en uno de los pilares del transporte en la zona norte del país.

Después de años de atraso, las instalaciones de Borgward en Nuevo León por fin fueron terminadas en 1965, gracias al apoyo y asesoría de técnicos alemanes que anteriormente habían trabajado en las antiguas instalaciones de Bremen, quienes a su vez comenzaron la capacitación de los obreros mexicanos que habían sido contratados.

Después de una extensa campaña publicitaria y hasta de la bendición del arzobispo de Monterrey, Alfonso Espino, y ante la presencia del secretario de Industria y Comercio, Octaviano Campos Salas, FANASA celebraba un viernes 18 de agosto de 1967, la inauguración de su planta en General Escobedo y con ello el inicio de la fabricación el modelo “Borgward 230”, el cual derivaba del P100 europeo.

Está de más mencionar que la expectativa tanto en el medio empresarial como en la prensa era alta, ya que este automóvil fue declarado como el “primer automóvil nacional”, debido a que era una gran iniciativa por construir una empresa que generara una industria automotriz independiente y autónoma, ya que a diferencia de los demás fabricantes nacionales (VAM y DINA), tanto el capital, como la mano de obra y componentes mecánicos, eran íntegramente de origen doméstico y por ende, no se contaba con ningún tipo de participación extranjera, situación que se intentó destacar en todas las campañas publicitarias: “¿Sigue usted creyendo que Borgward no está totalmente fabricado en México, por mexicanos, con capital mexicano, sólo porque está excepcionalmente bien hecho?”.

La oferta de la compañía estaba compuesta por tres modelos que salían de las líneas de montaje. La primera era el 230 básico, el 230 GL (que ya tenía una larga lista de equipamiento) y el 230 Limusina que era el más lujoso y amplio por sus treinta centímetros más de largo. Este vehículo estaba diseñado para cumplir con los más altos requerimientos de altos ejecutivos y políticos. Al parecer cumplió su objetivo, ya que durante 1968 fue el auto presidencial del entonces primer mandatario, Gustavo Díaz Ordaz.

Todos los 230 fabricados en México eran propulsados por un motor de seis cilindros en línea y 2.3 litros de desplazamiento, que desarrollaba una potencia de 110 caballos a cinco mil 200 revoluciones por minuto (rpm), el cuál iba acoplado a una transmisión manual de cuatro velocidades con cambios en la columna de dirección. Otras peculiaridades de estos modelos, era que tenían un calendario azteca en el centro del volante y en la parte posterior tenían una calcomanía con la leyenda: “Borgward: el símbolo del progreso en México”.



Borgward fue una marca muy popular en países como Argentina y Alemania. Foto: Esaú Ponce, 2014.

La producción de Borgward comenzó con 75 unidades, para llegar hasta 180 vehículos fabricado de manera mensual. No obstante este ritmo estaba muy lejos de los planes de la marca, debido a que los directivos calculaban que podrían llegar hasta los mil 500 ejemplares al mes, siempre y cuando tuvieran la capacidad de poder exportar sus productos, debido a que el mercado interno estaba limitado por el alto precio de los 230 GL, que era equivalente al Ford Mustang de la época, y a que el gobierno federal les había dado permiso de sólo vender cinco mil unidades por año.

Fue precisamente el gobierno de Díaz Ordaz quién se convertiría en el último dueño de Borgward en México, ya que durante los juegos Olímpicos de México 68 llamó la atención del dirigente, por lo que en 1969, cuando a través de representantes de SOMEX su gobierno adquirió la automotriz, en una jugada por demás cuestionada, ya que la empresa regiomontana necesitaba una inyección de capital de sólo 15 millones de pesos, y el gobierno desembolsó 86 millones en un intento de convertir a FANASA en una empresa paraestatal.

Sin embargo, esta aventura duraría poco, ya que al igual que la Borgward “original” su continuidad fue boicoteada, dado que existirían varias presiones provenientes de empresas como Ford, Automex (Chrysler) y General Motors para que el gobierno desistiera en su intención de seguir invirtiendo en la empresa mexicana.

De esta forma, el futuro de FANASA se decidiría en el siguiente sexenio, el de Luis Echeverría (1970-1976), quien al final resolvió cerrar la empresa a causa de sus pocas ventas, pero sobre todo a que la política de rescate del gobierno fue un total fracaso, por lo que las esperanzas de llevar a producción los modelos Isabella, a pesar de que se tenía toda la maquinaria lista, se esfumaron junto con la empresa norteña, que en sus tres años de actividad, produjo dos mil 267 Borgward 230.



Aunque se contaba con la maquinaria, el Isabella nunca fue producido en México. Foto: Esaú Ponce, 2014.

México se convierte en protagonista

Después de conocer un poco sobre los comienzos de la industria automotriz mexicana, y de los que son considerados los primeros intentos para crear una independencia en el área, toca el turno de analizar cuáles son las condiciones económicas y políticas en las que se encuentra este sector manufacturero, que en el siglo XXI ha sido testigo del renacer del “automóvil mexicano”.

Hoy día, hablar de la industria automotriz mundial y no mencionar a México resulta más que imposible, ya que si bien es cierto que desde que se introdujo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), este sector manufacturero comenzó a crecer de manera constante y segura, tanto en producción como en ventas, sin embargo, no fue sino hasta después de la crisis automotriz del 2008, cuando luego del descalabro de países líderes en el ramo como Estados Unidos, Japón o Europa, que México aprovechó el mal paso y acaparó muchas inversiones, demostrando su capacidad productora y exportadora, convirtiéndose en un jugador clave en este sector.

De acuerdo con el documento “Diagnóstico Automotriz 2013”, publicado por la Secretaría de Economía (SE), esta industria en la cual se producen más de 80 millones de unidades, y que en el 2012 generó 1,221,834 millones de dólares provenientes de las ventas a nivel mundial, resulta de gran importancia en la economía de diversos países, basta recordar que cuando el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos rescató a General Motors y Chrysler de la quiebra en 2009, se salvaron 2.6 millones de empleos (cifra equivalente al número de desempleados en México durante el segundo semestre de 2013 de acuerdo con el INEGI).

Fue precisamente a causa de esa crisis que en 2009 Estados Unidos cedió su lugar a China como el mercado número uno a nivel mundial, convirtiéndose en el principal consumidor del mundo. Además, este país oriental se transformó en el principal productor de automóviles a nivel mundial con 19.2 millones de unidades fabricadas en 2012.

En un mercado de tal dimensión, existen tres grupos automovilísticos que desde hace años se disputan el puesto número uno a nivel global, y aunque General Motors y Toyota eran los líderes indiscutibles, Volkswagen aprieta año con año al acercarse peligrosamente a sus rivales y con paso firme para alcanzar la meta que se marcó para convertirse en el líder mundial en el 2018.

Es así que al conocerse los resultados de ventas mundiales de 2013, Toyota Motor Corporation, se erigió como la más vendida del orbe, al colocar 9.98 millones de

unidades, alejándose de su rival General Motors, que con un total de 9.71 millones de coches vendidos se adjudicó el segundo puesto, aunque esto es algo testimonial, ya que logró un empate técnico con los 9.70 millones de autos vendidos por Volkswagen.

Pero dentro de este mundo de cifras, ¿qué papel juega México en la actualidad y qué importancia tiene la industria en la economía nacional? Para comenzar, cabe señalar que la industria automotriz se ha convertido en un pilar de la economía, ya que al cierre de 2013, la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), dio a conocer que generó una entrada neta de divisas por 39 mil millones de dólares, lo cual representa un 30 por ciento más a las generadas por el turismo o incluso el petróleo.

Además, de acuerdo con Idelfonso Guajardo Guajardo, secretario de Economía, el sector automotor representa 20 puntos porcentuales del Producto Interno Bruto (PIB) manufacturero nacional, que genera 18 por ciento del empleo manufacturero y representa 30 enteros de las exportaciones mexicanas.

De 2009 a 2011, México avanzó dos posiciones como productor y se colocó por encima de Francia y España, países con una larga tradición en la industria automotriz. Hoy en día, este sector representa cuatro por ciento del PIB nacional y emplea de manera directa a más de 60 mil personas.

En nuestro país se encuentran presentes poco menos de 40 fabricantes automotrices, de los cuales algunos cuentan con una planta o están en proceso de abrir una, con lo que hicieron un importante aporte para que México cerrara el pasado año con una producción récord de 2 millones 933 mil 465 unidades, con lo que se afianzó como el octavo fabricante del mundo, cerrando brecha con Brasil, su más cercano rival, con una diferencia de 400 mil unidades.

Esta tendencia podría cambiar en los próximos años, ya que debido a los casi cinco mil millones de dólares provenientes de la Inversión Extranjera Directa (IED) durante 2013, y a los nuevos acuerdos que se podrían dar a lo largo del 2014, México podría avanzar un lugar más en el ranking de los principales países fabricantes de autos, aunque esto depende sobre todo del comportamiento socioeconómico y político de los principales mercados a los que se exporta, ya que el mercado interno aunque avanza y se recupera, aún está muy lejos de tener una producción autosustentable.



México es un país clave en la fabricación de vehículos para General Motors. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Entre las plantas automotrices que se encuentran en el país, se pueden destacar las que Nissan tiene en Aguascalientes y Morelos, mientras que Chrysler las tiene en Coahuila y el Estado de México. Ford cuenta con plantas en Sonora, Chihuahua y Estado de México. General Motors en Coahuila, Estado de México, San Luis Potosí y Guanajuato. Por su parte, Honda se encuentra asentada en Jalisco y Guanajuato, mientras que Volkswagen en Puebla y Guanajuato. Mazda sólo en Guanajuato y Audi en Puebla.

De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) los modelos fabricados en México con mayor volumen de producción total son: Ford Fusion con 329,977 unidades; Volkswagen Jetta VI con 289,842; Nissan Sentra con 185,608; Nissan Versa con 163,355 y Ford Fiesta con 80,087.

Los estados más beneficiados por este sector son aquéllos cuyo PIB estatal depen-

de en gran medida de la industria automotriz. Este es el caso de Aguascalientes, Coahuila y Puebla, donde la participación de este tipo de industria excede los 30 puntos porcentuales.

Cabe destacar que del total manufacturado en el país 17.9 % serán colocados en el mercado interno, el restante 82.1 por ciento en el exterior.

Al respecto, en 2013 la AMIA reportó que por cuarto año consecutivo la exportación logro cifras récord al colocar 2 millones 423 mil 84 unidades en el mercado mundial, lo cual representa un incremento de 2.9 por ciento en relación al mismo periodo del 2012. Los principales destinos son: Estados Unidos con 68 %, Canadá con 8 puntos porcentuales, y Brasil con 5.7 por ciento.

Es importante subrayar que por primera vez las exportaciones hacia China lograron un buen desempeño, con ventas superiores a los mil millones de dólares.

La mano de obra mexicana además de ser la más barata en Norteamérica, es reconocida a nivel mundial por su gran eficacia, pues debido a los estándares de calidad que maneja, es comparada con países más desarrollados como Corea del Sur. Por otra parte, se ha ganado la confianza de las grandes empresas automotrices para fabricar de manera exclusiva a nivel mundial modelos como el Beetle de Volkswagen, en Puebla; el Cadillac SRX de General Motors, en Ramos Arizpe, y el Fusion de Ford, en Hermosillo.

Los modelos con mayor volumen de exportación en 2013 fueron el Ford Fusion, con 25,312 unidades, seguido por la Silverado 2500, con 14,704; Dodge Journey/ Fiat Freemont colocó 13,993; RAM 2500 logró exportar 13,519; Jetta VI, 13,185 unidades; Nissan Sentra, con 12,423; Ford Fiesta 9,029; Nissan Versa 7,027; GMC Sierra un total de 6,975 y finalmente la Cadillac SRX, con 5,867.

En entrevista, el presidente de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Eduardo Solís, afirmó que la producción y las exportaciones aumentaron después de iniciar el TLCAN. “En 1994 nuestro país tenía una capacidad de producción en América del Norte de 6.0 por ciento, la cual se incrementó a 30 por ciento en la actualidad”.

Expuso que los mayores competidores de México en producción son India, Brasil, Corea del Sur, Alemania, Japón y China. “Con una ventaja de 400 mil vehículos, el país carioca es nuestro principal rival, pero hay que recordar que la nueva planta de Nissan alcanzará hasta 500 mil vehículos en los próximos cuatro años”.



México tiene una capacidad de producción en Norteamérica de 30 por ciento. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Precisó que las estimaciones de crecimiento están fundamentadas en cuatro ejes que destacan su competitividad en el ramo. El primero es el aumento de las exportaciones y las ventas del mercado interno, donde México se mantiene como el líder en América Latina, y a escala mundial como el octavo fabricante de vehículos y el cuarto en exportación.

El segundo corresponde a la posición geográfica del país, la cual calificó como privilegiada debido a la cercanía con Estados Unidos. Además se tiene una red de acuerdos comerciales, “lo que es un elemento fundamental para la atracción de capital, ya que los inversionistas encuentran en México una verdadera plataforma de fabricación y exportación”.

El tercer elemento es la base de proveedores, que permite alcanzar niveles importantes de competitividad y atraer nuevos proyectos, como las construcciones de nuevas plantas y las ampliaciones de líneas de producción.



Los automóviles mexicanos son muy valorados por su alta calidad. Foto: Esaú Ponce, 2014.

El cuarto, es el factor humano, ya que se cuenta con una mano de obra que además de ser la más “económica” de la región, está altamente preparada y por ende reconocida en el plano internacional, debido a la calidad de los productos que se maquilan.

Respecto a las exportaciones al mercado latinoamericano, refirió que en 2012 representaron 16 por ciento del total global, pero el año pasado cayeron 12 puntos porcentuales a causa de las restricciones impuestas por Argentina y Brasil, que limitan la venta de autos fabricados en México.

“Las limitaciones que impone el protocolo modificadorio del Acuerdo de Complementación Económica 55, fueron atroces para nuestras exportaciones. Pese a ello, las exportaciones aumentaron 2.9 por ciento, gracias al crecimiento de Estados Unidos y Europa”, abundó.

Respecto a las ventas internas, los autos hechos en México se mantienen como los favoritos del mercado doméstico, ya que entre los diez modelos más vendidos en 2013, el Chevrolet Spark, que se fabrica en Corea del Sur, es el único importado en el conteo al colocarse como el sexto más vendido.

Este conteo lo completa el Chevrolet Aveo, que con sus 65,331 unidades entregadas, se coloca como el favorito del consumidor mexicano. El segundo puesto es para el Jetta Clásico, que a pesar de su veteranía (fue lanzado en 1999) sigue en el gusto del público. Por su parte, los Nissan Versa y Tsuru se posicionan en los peldaños tres y cuatro, respectivamente. Cabe destacar que desde su lanzamiento en 1992, el Tsuru está entre los favoritos del mercado.

La quinta posición es para el Nuevo Jetta (sexta generación), del cual se colocaron poco más de tres mil 800 unidades. La cuenta es seguida por los Chevrolet Spark; Nissan Sentra, Tiida, Pickup NP300 y Honda CR-V.

Aunque el mercado mexicano mostró signos de recuperación, el presidente de la AMIA señaló que es muy temprano para celebrar, ya que aseguró que el mercado está deprimido a pesar de que en 2013 creció 7.7 por ciento y alcanzó una cifra de un millón 63 mil unidades vendidas, cifras similares a las registradas hace diez años.

“Con el inicio de operaciones de las plantas armadoras de Nissan en Aguascalientes, Volkswagen en Puebla, Mazda en Salamanca, Honda en Celaya y la de Audi en Puebla, así como las ampliaciones de las ya existentes, se elevará la producción y exportación de unidades”, señaló.

Eduardo Solís refirió que una de las causas por las que el mercado interno está contraído es la entrada indiscriminada de automóviles usados de Estados Unidos, ya que en el año pasado esta actividad creció 40 por ciento.

Expuso que el problema recae en la ausencia de una normatividad que evite que los llamados autos chocolate, no sean introducidos a suelo nacional sin antes ser analizadas sus condiciones mecánicas, estado de uso, origen y sus emisiones contaminantes. “Desde que Vicente Fox permitió su venta, se convirtió en un grave problema, ya que tenemos una sobreoferta que supera los siete millones de automóviles chatarra circulando por las vialidades de nuestro país”, agregó.

El directivo aseveró que con ayuda del Gobierno Federal, se pueden buscar mecanismos para detener su introducción indiscriminada. “Se debe trabajar con la Secretaría de Economía (SE) para desarrollar una nueva normatividad, ya que el 96 % de los autos importados es a través de amparos”.

En cuanto con la industria de autopartes, el directivo aseguró que nuestro país se coloca como líder en Norteamérica, debido a que es el principal proveedor del mercado estadounidense.

De acuerdo a la AMIA de enero a octubre de 2013, México exportó partes automotrices por 37 mil 422 millones de dólares, camiones y autobuses por 17 mil 359 millones de dólares, y vehículos de pasajeros por 16 mil 792 millones de dólares. Ante esta situación, la Asociación considera que México es un aliado natural de Estados Unidos, porque entre 40 y 50 por ciento del contenido de los vehículos que se construyen en las ensambladoras ubicadas en el país corresponde a este tipo de insumos.

Por su parte, Óscar Albín, presidente de la Industria Nacional de Autopartes (INA), indicó que 2013 cerró con cifras históricas, al crecer seis por ciento y lograr una producción superior a los 78 mil millones de dólares, lo que mantiene a México como el quinto ensamblador de autopartes en el mundo.

Reportó que durante el año pasado llegaron inversiones por mil 400 millones de dólares, las cuales fueron destinadas a las plantas de proveeduría de primer y segundo nivel; mientras que para 2014 se espera superar estas cifras.

“La Inversión Extranjera Directa (IED) se instaló en Guanajuato, Aguascalientes, Coahuila y Monterrey. En tanto que el país de origen con mayor aportación de capitales fue Japón, debido a las inversiones realizadas por Honda, Mazda y Nissan”, señaló el presidente ejecutivo de la INA.

“La industria de autopartes generó cerca de 600 mil empleos directos y por cada puesto laboral de la industria terminal, la de autopartes genera de seis a siete trabajos directos; superamos la crisis de 2008”, abundó.

Aunque las principales autoridades de la industria automotriz resaltan los beneficios del sector y aseguran que es un pilar de la economía mexicana, no se puede dejar de mencionar que la industria no está exenta de polémicas, ya que no todo es perfecto como lo hacen creer.

Para empezar, el tema de la contaminación sigue presente a pesar de la gran evolución tecnológica del sector en temas de consumo, sustentabilidad y emisiones de Dióxido de Carbono (CO₂), por lo que se le considera como una de las industrias más contaminantes del mundo, debido a la alta cantidad de vehículos que circulan.



Eduardo Solís, presidente de la AMIA en conferencia conjunta con la AMDA. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Otra es la explotación de recursos, ya que aunque se le considera como una de las más limpias en el rubro de la eficiencia y reciclaje de materia prima y desechos, es también una de las más voraces, dado que para la maquinación de autos, se necesita una alta cantidad de recursos no renovables, como metales y productos derivados del petróleo. Incluso se le acusa de acelerar la crisis de desabasto de productos como el acero y aluminio.

En cuanto a seguridad se refiere, la industria automotriz en México ha sido criticada por ofertar automóviles que en muchas ocasiones están por debajo de los estándares mundiales. Esta polémica cobró mayor relevancia debido a que el Nissan Tsuru obtuvo calificaciones desastrosas por parte de los organismos reguladores internacionales, quienes lo catalogaron como el vehículo más inseguro de América Latina, al no obtener ninguna estrella (de cinco) en la prueba de impacto de la Latin NCAP.

Referente a cuestiones económicas la industria automotriz en México depende en mayor medida de la inversión extranjera, por lo que al no existir una marca automotriz nacional de gran volumen (tanto en el sector terminal como en el de autopartes), las ganancias generadas son en gran medida en beneficio de la matriz y su país de origen.

Aunque el panorama luce difícil, esto no impidió a que un pequeño grupo de empresarios mexicanos apostaran por crear sus propias compañías automotrices, las cuales a diferencia de años anteriores, no están dirigidas a satisfacer las demandas del mercado interno con proyectos de producción insostenibles, sino que se concentran en los bajos volúmenes, con el objetivo de aprovechar las ventajas competitivas para exportar sus productos a los países con los que México tiene un tratado de libre comercio.



La industria automotriz es de vital importancia para la economía mexicana. Foto: Esaú Ponce, 2014.

PARTE 3. FABRICANTES MEXICANOS, CHIQUITOS PERO PICOSOS

“La gente nos dice que somos malos mexicanos por no haber construido un automóvil popular de bajo costo”.

Daniel Mastretta



Se sientan las bases para comenzar una nueva era

Con la desaparición de Vehículos Automotores Mexicanos (VAM) en la década de 1980, el cambio del modelo económico, y la introducción de México en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, la industria automotriz se olvidó del desarrollo de una industria de capital mexicano y apostó por la inversión extranjera, por lo que durante más de 20 años no existió un automóvil que se pudiera considerar como 100 por ciento mexicano.

Pese al abandono, durante este tiempo surgieron propuestas provenientes de universidades como los Emim One y Maya Concept Zer, del Instituto Politécnico Nacional (IPN) en 2011; el novedoso PUMA propulsado por hidrógeno de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) presentado en 2007, o el Vehículo Universitario Solar (VUS) mostrado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) en 2014, entre otros.

A la par, también se presentaron algunos proyectos de emprendedores que buscaron conformar una empresa en el rubro, y aunque sus intentos no llegaron a producción, sentaron las bases para empezar a abrir el camino a la que parece ser la nueva era automotriz mexicana del siglo XXI.

Uno de los primeros desarrollos del nuevo siglo lo encabezó Carlos Pardo Vera, quién ganó fama cuando en el 2001 presentó el prototipo “Andrea”, un pequeño automóvil ciudadano de dos plazas que, de haber sido llevado a producción, costaría 50 mil pesos.

Este prototipo llamó la atención del entonces presidente Vicente Fox, quien lo observó, y habló con el emprendedor hidalguense para canalizarlo a la Secretaría de Economía (SE) con la intención de brindarle apoyo para llevar a cabo su manufactura. El proyecto también interesó a automotrices internacionales como la alemana Volkswagen, con la que hubo reuniones y hasta se planteó la posibilidad de producirlo en serie con un motor de tres cilindros. Al final, ambas opciones quedaron en buenas intenciones y el proyecto sucumbió en el olvido.

Pese al tropiezo, el empresario no dejó de trabajar en el proyecto, por lo que diez años después anunció que trabaja en la segunda generación del Andrea Pardo.

Esta nueva versión pretende asumir una imagen de un urbano de diseño fresco y juvenil, usa un motor de origen General Motors de cuatro cilindros de 1.0 litros (el mismo del Chevrolet/ Pontiac Matiz), a la vez de que se estudia el desarrollo de una

variante con motor eléctrico y al igual que su predecesor, contaría con un precio atractivo, que en esta ocasión no superaría los 150 mil pesos.

No menos interesante fue la propuesta realizada por la empresa queretana Cimex, que en 2010 presentó la Conin Concept, que estaba destinada a convertirse en la primera pick-up de fabricación y diseño 100 por ciento mexicano.

La intención de la empresa especializada en la construcción de carrocerías para autobuses y tranvías turísticos, era llevarla a producción a mediados de 2010, con una entrega inicial de 500 unidades anuales, para luego aumentar hasta las mil entregas.

Las mecánicas de esta Sport Utility Truck (SUT), provenían de fabricantes de gran volumen con el fin de asegurar un rango de precios contenido, que oscilaría entre 270 y 360 mil pesos, además que prometía tener unas buenas aptitudes para el manejo off-road, debido a un promisorio sistema de tracción integral y sus motores de hasta 180 caballos de fuerza.

En cuanto a su diseño, Cimex apostaba por una imagen robusta, inspirada en los vehículos que compiten en la Baja 1000 y en el Rally Dakar. Como particularidad, destacaban las dos puertas traseras tipo suicida, una solución poco usada en el segmento pero que favorecía el acceso a sus cinco posibles pasajeros.

Lo destacable de esta propuesta, es que no contaba con ningún tipo de apoyo gubernamental o de alguna armadora directamente, ya que toda la inversión provenía de particulares.

El Cimex Conin debía su nombre en honor al indígena otomí Conin, símbolo de la fundación de la ciudad de Querétaro, donde la empresa pretendía inaugurar una distribuidora para posteriormente abrir plazas en Monterrey, Distrito Federal, Guadalajara y Cancún.



El Conin iba a ser manufacturado en la ciudad de Querétaro. Foto: Cortesía Cimex.

Pese a que la impulsora era una empresa de carácter industrial, la SUT no llegó a las líneas de producción, sin embargo, la marca mantiene vigente la información sobre este modelo en su página Web, donde señala que el proyecto Conin se encuentra suspendido en busca de atraer nuevo inversores.

Una de las últimas propuestas, es la presentada por un equipo de jóvenes chihuahuenses, quienes ganaron un concurso convocado en 2013 por la empresa Bio-Motion para diseñar su próximo modelo insignia, con la promesa de llevar a producción la propuesta ganadora.

El mencionado proyecto denominado Alux Concept, fue presentado por un equipo multidisciplinario conformado por estudiantes de la UNAM y Rigoletti Casa de Diseño.

Óscar Chavira, Alejandro Miranda, Sebastián Dib, Víctor Humberto Sánchez y Alejandro Castañeda, bautizaron su automóvil como Alux, en referencia a los pequeños duendes o espíritus procedentes de la mitología maya.

Sus creadores resaltan que desde el inicio del proyecto pensaron en hacerlo agradable a la vista, funcional y apto para moverse por el pesado tránsito de las grandes urbes.

No se sabe si BioMotion producirá en serie el Alux, pero de llevarlo a cabo, todo parece indicar que sería un gran acierto, debido a que en la actualidad su único modelo en venta es un automóvil que al parecer está basado en el chino BYD F0, ya que al menos en estética son virtualmente idénticos.



El Alux era una propuesta de un vehículo ecológico. Foto: cortesía Rigoletti Casa de Diseño, 2014.

Aunque pequeñas, este tipo de iniciativas apoyan el desarrollo de la industria automotriz y ayudan a colocar a México en un peldaño cada vez superior, lo que podría quitar el estigma de ser un país manufacturero, para demostrar que también existe talento en el desarrollo y diseño de automóviles.

Para fortuna, un par de estos proyectos encabezados por los hermanos Mastretta y Echeverría, pasaron de su etapa de incubación y alcanzaron la suficiente madurez para comenzar a vender sus productos al público, con lo que se sientan las bases de una nueva etapa de la industria automotriz nacional.

Mastretta: la tortilla que conquistó el paladar británico

Como si se tratara de una novela escrita por la autora Ángeles Mastretta, la historia de la marca automotriz que lleva el mismo apellido, debido a que fue fundada por sus hermanos Carlos y Daniel, está llena de emociones, moralejas, enfrentamientos, críticas, suspenso y hasta romanticismo.

Esta empresa señalada como la impulsora de la industria automotriz mexicana en el siglo XXI, no tuvo en ningún momento de su historia un camino fácil, ya que aunque sus creadores llevan más de 20 años inmersos en el ramo motor y del transporte, se enfrentaron a una serie de factores adversos, que no sólo tienen que ver con la falta de capital, malinchismo, y cuestionamientos provenientes de gente que no creía en el proyecto, sino que antes que todo, tuvieron que enfrentar a sus propios miedos y demonios internos para llevar a cabo el sueño de crear un automóvil que fuera capaz de enfrentar por sus prestaciones a algunos de los mejores deportivos europeos del planeta.

Mastrettadesign – Tecnoidea, S.A. de C.V. o simplemente Mastretta, es un estudio de diseño y construcción de automóviles, fundado en la ciudad de México en 1987 por Daniel Mastretta Guzmán, licenciado en diseño industrial por la Universidad Iberoamericana (UIA), quien desde hace 25 años se dedica a la industria del transporte, tanto del orden público como privado.

De entre sus proyectos automotrices más importantes destacan los MXA y MXB, dos modelos de diseño propio fabricados en muy baja escala sobre el chasis del Volkswagen Sedán, y de los cuales 75 por ciento de la producción se exportó a Alemania, Japón y Estados Unidos, en donde el concepto de modificar su Volkswagen era atractivo para los coleccionistas que querían darle una imagen más moderna.



El Mastretta MXA tomaba la base mecánica de un Volkswagen Sedán. Foto: cortesía Mastretta.

“En los noventa estábamos muy inmiscuidos en el desarrollo de transporte y empezamos a trabajar con prototipos automotrices, iniciamos con un primer diseño al que llamamos MXA del cual hicimos 14 unidades, pero nos dio una buena experiencia para observar los problemas a los que se enfrenta la fabricación de un auto”, señaló en entrevista Daniel Mastretta.

Los deseos por crear un vehículo propio, lo llevaron junto con su hermano Carlos, a desarrollar un proyecto más ambicioso, el cual consistía en crear un deportivo de altas prestaciones, que fuera capaz de enfrentarse sin ningún problema a algunos de los mejores deportivos del mundo.

Fue así que para sorpresa de propios y extraños, en 2007 Mastretta-Technoidea presentó el MXT, el tercer modelo de la marca, que a diferencia de los anteriores no era un kit de transformación, sino que se trataba de un desarrollo completo realizado desde cero.

Es por ello que el MXT es considerado el tercer coche deportivo mexicano, los otros dos son el Dinalpin y los Solana, además de que también es el primero con un enfoque comercial nacional e internacional.

Respecto a su motorización, evolucionó desde el prototipo hasta el modelo de producción, ya que su primera entrega contaba con un raquíico motor 2.0 litros de origen Volkswagen que producía 120 caballos de fuerza, después pasó a un Ford de 2.3 litros atmosférico modificado para entregar 200 hp.

Finalmente, para el modelo de venta al público, la filosofía cambió un poco, ya que aunque se mantenía un motor de cuatro cilindros de origen Ford, se optó por un 2.0 litros Duratec turbocargado con 250 hp, que en combinación con su chasis ultraligero de 930 kilogramos, fabricado con materiales como fibra de carbono, le permiten alcanzar una velocidad máxima de 240 km/h, con lo que es capaz de acelerar de 0 a 100 km/h en 4.9 segundos.

El Mastretta incluye como equipamiento de serie faros de halógeno, llantas deportivas montadas en rines de aleación ligera de 17" y asientos deportivos de cubo en fibra de carbono, además de un máximo nivel de seguridad por el tipo de materiales usados en su fabricación, así como por el diseño de su construcción.

Es producido en la fábrica de Mastretta, en Ocoyoacac, Estado de México, que tiene capacidad para producir 150 unidades anuales, de los cuales 70 por ciento son exportados a Europa y Estados Unidos, mientras que el resto es comercializado en el país, con un precio de partida de 58 mil dólares.

El Mastretta MXT no sólo logró atraer los reflectores de los medios a nivel nacional, ya que en 2012 fue elegido por la publicación estadounidense Road & Track, como uno de los 10 mejores coches exhibidos en el Salón del Automóvil de Los Ángeles, con lo cual quedó demostrado el buen recibimiento del público californiano.

“Estábamos seguros de que en Los Ángeles obtendríamos la atención de muchos periodistas, pero que nombraran al MXT como uno de los mejores del salón es especial y un comienzo muy positivo para nuestra empresa como marca en los Estados Unidos. No podía haber una mejor recepción”, señaló Mastretta.

Durante la edición 2012 del Specialty Equipment Market Association (SEMA), celebrado en la unión americana, también logró levantar expectativas y atraer gran cantidad de miradas. Durante el evento, la marca presentó un extravagante MXT cromado con líneas negro mate. Si bien es cierto que no logró un reconocimiento especial, sí demostró el alto nivel de personalización que puede tener este pequeño deportivo.



El MXT es el primer automóvil deportivo 100% desarrollado en México. Foto: Cortesía Mastretta, 2014.

Este automóvil no se ha salvado de la crítica, ya que en 2011, fue protagonista de un problema diplomático entre México e Inglaterra, cuando en el programa británico de televisión, “Top Gear” (el más visto en el ramo a nivel mundial), sus conductores Richard Hammond y James May, realizaron comentarios que fueron calificados como racistas. “Un coche de México sólo va a ser un perezoso, irresponsable, flatulento, recargado en una valla, dormido, mirando a un cactus con una manta agujereada como abrigo y causantes de la recesión global”.

“Nadie se quejará sobre los comentarios, porque el embajador va a estar sentado allí con un control como éste”, decía uno de los conductores mientras fingía dormir. Ante estos hechos, el entonces embajador de México en Londres, Eduardo Medina Mora, exigió a la British Broadcasting Corporation (BBC), que se presentaran disculpas públicas por las burlas hechas por los presentadores, quienes desde su punto de vista “recurrieron a insultos vergonzosos, vulgares e inexcusables para remover prejuicios contra los mexicanos y su cultura, así como en contra su representante oficial en el Reino Unido”.

Incluso el MXT se ganó el sobrenombre del “auto-tortilla”, pero luego de la crisis diplomática, los integrantes del programa probaron el Mastretta, para dar en esta ocasión su beneplácito y visto bueno.

Richard Hammond condujo el vehículo en la frontera norte del país y en esta ocasión se mostró sorprendido de las capacidades dinámicas del pequeño deportivo mexicano, por lo que esta vez, ya fuera para remediar el problema diplomático o por convicción propia, mostró su respeto y admiración ante el MXT.

“Cuando la mayoría de los países hacen su primer automóvil, por lo general es algo barato y práctico para las masas, pero lo que los mexicanos hicieron, fue brincarse la introducción e ir directo a un carro deportivo”, señaló.

Precisamente esta idea de que el primer modelo de Mastretta sea un deportivo artesanal con un precio superior a los 55 mil dólares, no ha sido del agrado de una gran parte de la población, que no comprende porque la marca mexicana eligió este camino y no el de un automóvil popular que se adaptara a las condiciones socioeconómicas del país.

Más allá de recurrir a un estudio de mercado para responder a la pregunta que dio origen a este reportaje, se acudió a Daniel Mastretta, quien en entrevista respondió a muchas preguntas alrededor del tema.

“Debido a la experiencia en la fabricación de prototipos automotrices y que teníamos un equipo de trabajo formado, decidimos completarlo con una afición de muchos años que teníamos mi hermano Carlos y yo a los autos deportivos, por lo que empezamos a buscar la manera de hacer realidad nuestro sueño, al final las condiciones se dieron para poder trabajar en el desarrollo que siempre deseamos hacer”, señaló.

Explicó que desde un inicio siempre pensaron en producir en bajo volumen, porque tanto las características técnicas como el tamaño del proyecto desde el punto de vista financiero, era muy apropiado para este tipo de negocio.



En Ocoyoacac, los MXT son armados a mano por ingenieros artesanos. Foto: Cortesía Mastretta, 2014.

“No es un auto del que se van a fabricar mil por día, para ello la AMIA tendría que estructurar un alto esfuerzo económico y tecnológico para desarrollar una marca de automóviles de alto volumen, nosotros lo que hemos hecho es un auto que tiene las características de seguridad y de funcionalidad que permiten venderlo en el mercado internacional, pese a que es un vehículo hecho a mano”, abundó.

Desde su punto de vista, si en algún momento existiera un emprendedor que quisiera fundar un fabricante de alto volumen, tendría que considerar que tendría que levantar una factoría capaz de producir más de mil 500 unidades por día, homologar su producto internacionalmente, desarrollar una campaña de marketing muy agresiva, entre otras situaciones. “La inversión para hacer un auto popular desde cero, es de alrededor de mil millones de dólares, dinero que nosotros no tenemos”.

“Mucha gente me ha preguntado sobre por qué no hicimos un auto para las masas, e incluso nos dicen que somos malos mexicanos y la verdad es que no tiene que ver nada con eso, nosotros queremos un producto que genere tecnologías, una

imagen de innovación en el país, divisas y empleos muy especializados.”, explicó Daniel Mastretta.

Sobre el desempeño dinámico del MXT, su creador se muestra orgulloso, ya que confía que debido a sus cualidades y carisma, pueda ganar la simpatía y hasta respeto de aquellos que pusieron en duda su desempeño por el sólo hecho de ser mexicano.

“El Mastretta MXT es un auto orientado al alto rendimiento, tiene unas características dinámicas y de distribución de cargas que le permiten lograr cifras muy significativas en aceleración, frenado, agarre de curva, con lo que la experiencia de manejo es distinta, ya que transmite mucho tras el volante y eso sólo lo logramos con esta configuración”, detalló.

Abundó que el reconocimiento mundial no sólo proviene de la buena mecánica del MXT, sino sobre todo por el buen manejo de las situaciones difíciles como la ocurrida con Top Gear, ya que se aprovechó una dificultad para darle a la marca una proyección internacional. “El automóvil ha sido bien recibido, estamos incorporados en el mercado mexicano y en proceso de participar en mercados con más tradición en este tipo de autos, como Estados Unidos o Europa, lo cual es buena señal, porque las ventas han sido positivas”.

“Para ser sincero, hubiéramos deseado tener un arranque más rápido, ya que como todo proyecto complejo, tuvo un arranque lento, pero considero que hemos hecho lo correcto para empezar a consolidarlos en mercados internacionales, por lo que esperamos un despegue importante a lo largo del año, señaló”.



El Mastretta MXT es un deportivo biplaza de altas prestaciones. Foto: Cortesía Mastretta, 2014.

Daniel reconoce que gran parte del éxito se debe al sólo hecho de fabricar en México, puesto que los tratados de libre comercio que tiene a nivel internacional, les dio la posibilidad de llegar a mercados que, en otras condiciones, jamás se hubieran podido establecer.

“Fabricar en México en bajo volumen tiene sus ventajas, ya que existe una mano de obra calificada, tenemos una gran industria automotriz, acceso a la tecnología, el tipo de operario que se requiere para hacer autos artesanales, los empleados trabajan bien, son detallistas y simplemente se puede complementar con lo último en tecnologías, explicó”.

El empresario aseguró que los costos de construir una planta automotriz en México son mucho más bajos que poner una en Europa, ya que se tienen una ventaja competitiva importante, que será aprovechada por la marca.

Al preguntarle acerca de quién se compra un Mastretta MXT, dejó en claro que no cualquiera puede hacerlo, ya que por sus características, quien lo adquiere por lo general es un conocedor y apasionado de los autos deportivos.

“No tenemos muy claro el perfil del cliente, sólo sabemos que conocen mucho de autos, están seguros de lo que buscan, y por lo general son gente con una solvencia económica suficiente para tener otro automóvil de lujo o familiar de alta gama, pero que desean un deportivo que les brinde verdaderas sensaciones de manejo tras el volante”, aclaró.

Pese a todos los logros conseguidos, Daniel Mastretta no sobrevalora su proyecto, ya que al cuestionarle si considera que el Mastretta MXT sirve de inspiración para otros emprendedores, señaló que aunque no es el fin, se siente muy halagado de que muchas personas lo han tomado como una fuente de inspiración.

“Creemos que es un proyecto que puede motivar a la gente, ya que hay muchas personas llenas de pasión que quieren poner su propia empresa. Puede que en algún momento lleguen a pensar que si nosotros pudimos, entonces no hay imposibles. Si logramos inspirarlos, entonces Mastretta-Tecnoidea habrá cumplido su misión”, aseguró.

Daniel Mastretta es consciente que una empresa que no evoluciona está condenada al fracaso, y aunque entre sus planes está la expansión de nuevos modelos y versiones, es sabedor de que la compañía no puede prosperar de una manera desmedida. “Para crecer, tenemos que ir muy de la mano de una operación sana y del financiamiento autohecho, lo que debemos sostener es una generación sana de utilidades y dentro de eso, consolidar la operación que tenemos”.

La expansión en el abanico de productos de la automotriz mexicana, comenzó con el pie derecho, ya que en septiembre de 2013 presentó el MXR, una versión más radical del MXT, pensado para ser llevado de las calles a las pistas de carrera sin ningún problema.

La presentación de este modelo representó un doble hito para la compañía, ya que no sólo la marca mexicana entra al mundo de las carreras en la categoría FIA GT4, sino que fue la punta de lanza de la alianza entre la firma mexicana y el famoso constructor de autos miniatura Hot Wheels, que agregó al MXR a su catálogo de modelos a escala 1:64.

Esto significó la primera vez en la historia en la que un auto mexicano forma parte de la colección de la firma estadounidense, la cual destaca por agregar autos de ensueño a sus filas.

De acuerdo a los realizadores del proyecto, sólo fue cuestión de días para que la multinacional y Mastretta llegaran a un acuerdo satisfactorio e iniciaran los trabajos del Mastretta MXR miniatura.

Mauricio Treviño, gerente de Hot Wheels México, explicó que no fue difícil llegar a un acuerdo con Mastretta, ya que se acercaron a Daniel para reconocer su trabajo como un gran diseñador, pero también para proponerle formar una mancuerna en el diseño del MXR miniatura.

“Nos encargamos de pasar los autos del mundo real al de los juguetes; los niños son nuestro público principal, porque lo que le gusta a la gente es saber de dónde salen sus coches favoritos y cómo llegan a formar parte de la colección de Hot Wheels, aunque en realidad es una estrategia global para llevar a las marcas relevantes al mundo de los carros a escala”, comentó.

“El producto va a quedar muy padre, porque es un coche increíble con un diseño muy agresivo y muy rudo; estoy seguro que va a llamar mucho la atención; por lo pronto ya se está modelando para llevarlo a producción en Asia”, apuntó.

Agregó que el acuerdo Hot Wheels-Mastretta, se concretó a principios de 2013 con dos objetivos: plasmar la capacidad de los mexicanos y expresar la cultura de un coche que refleja adrenalina.

Para Daniel Mastretta, esta es una gran oportunidad para dar a conocer a la compañía a nivel internacional, “ya que la decisión de Hot Wheels de lanzar un vehículo a escala del Mastretta MXR, representa un gran paso para nosotros. Fueron ellos

quienes tomaron la iniciativa y nos buscaron para materializar este proyecto, que hoy ya es una realidad.

“Este acuerdo de colaboración entre ambas marcas, nos recuerda que los límites están sólo en nuestra imaginación, todo es posible si existe decisión y perseverancia”.



Daniel Mastretta y Ryu Asada durante la presentación del MXR Hot Wheels. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Ryu Asada, diseñador encargado de reducir las proporciones del Mastretta MXR, explicó que el diseño del Hot Wheels Mastretta MXR “fue un proyecto realmente increíble durante los últimos cinco meses”, y agregó que trabajar con Daniel Mastretta ha sido uno de los proyectos más gratificantes de su vida.

Este no es el único éxito de la marca, ya que durante el primer trimestre de 2014, logró dar pasos importantes para consolidarse en el mercado nacional y el internacional.

En febrero, Mastretta inauguró en Toluca, Estado de México, su primera agencia a nivel nacional e internacional, en la que sus potenciales clientes podrán adquirir los MXT y sus variantes MXT-S y MXR.

Representantes de la firma mexicana, señalaron que como parte de su expansión, Mastretta contará con tres nuevas agencias, las cuales estarán ubicadas en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey.

Cabe destacar que las previsiones de ventas para la automotriz mexicana, son de colocar 50 automóviles durante 2014, de los cuáles 70 por ciento de su producción será destinada a Estados Unidos, mientras que el resto será para el mercado doméstico.

A su vez, la firma anunció sus planes para comercializar sus productos en Europa, para lo cual realiza las adecuaciones y especificaciones del MXT, a fin de poder hacerse un espacio, y estar en el gusto del público europeo.

De acuerdo con Autocar (medio británico especializado), Mastretta iniciará la comercialización del MXT en Europa en 2015, y buscará la oportunidad de introducirse en los circuitos con su variante de carreras.

El medio informativo británico, señaló que para garantizar su éxito, el deportivo mexicano recibirá una ligera actualización mecánica, con la finalidad de reducir su peso, además de recibir una imagen más fresca, que sea del gusto de los europeos.



Daniel Mastretta posa al lado del Mastretta MXR Hot Wheels. Foto: Esaú Ponce, 2014.

El sueño se convirtió en pesadilla

Cuando el proyecto parecía ir viento en popa, a través de un comunicado los hermanos Mastretta anunciaron que la producción del MXT se suspendía por tiempo indefinido, noticia que cayó como un balde agua fría para todos aquellos que creían que lo hecho por Carlos y Daniel Mastretta era el comienzo de una historia llena de éxitos.

En el documento detallaron que detuvo sus operaciones porque sus socios mayoritarios “el Fondo de Fondos”, instrumento que depende de la banca de desarrollo y Latin Idea Ventures, incumplieron con la entrega de 5.5 millones de dólares que se comprometieron a inyectar al asociarse con Mastretta Cars.

En busca de capital para expandir la empresa, los hermanos Mastretta firmaron un contrato de suscripción con dos nuevos socios en 2013, el Fondo Mexico Ventures y la Corporación Mexicana de Inversiones de Capital (CMIC). Estos se sumaban al fondo Latin Ideas que participaba en Mastretta Cars como inversionista desde 2010.

A partir de ese convenio, la participación accionaria de los hermanos Mastretta se redujo a 35 por ciento, aunque mantuvieron dos puestos en el Consejo de Administración de la empresa. A cambio, recibirían una inyección de capital por 5.5 millones de dólares, con una primera entrega de 2.7 millones y el resto al cumplirse los objetivos de ventas, y producción.

Pero de acuerdo con los inversionistas, al cabo de nueve meses los objetivos no se cumplieron, ya que en el segundo semestre de 2013 la empresa sólo produjo dos autos de las cuatro unidades mensuales que contemplaba.

Según los hermanos Mastretta, el incumplimiento se debe a que los recursos de la primera etapa fueron mal administrados por una “torpe, irresponsable y negligente gestión de los administradores, a cargo de sus socios Latin Idea Ventures”.

“Los representantes de ese fondo, Miguel Ángel Dávila Guzmán y Humberto Zesati González, designaron en la dirección general, de ventas y administrativa a personas que tomaron decisiones fallidas, para no lograr los objetivos tanto de ventas como de ingresos establecidos”, advirtieron los hermanos.

“Entre los malos manejos se encuentran la contratación externa de personal, en lo cual se gastó gran parte de recursos, y decisiones técnicas y de producto equivocadas. No existía un conocimiento técnico del mercado”, señaló el director general de la automotriz artesanal.

Expuso que, desde que detuvo sus operaciones, no cumple con las obligaciones adquiridas con 45 trabajadores, clientes y proveedores. “Ya no tenemos recursos para operar. Técnicamente es un paro en toda la línea”, dijo Daniel Mastretta.

Expuso que de manera lamentable, si la empresa se declarará en quiebra, los fundadores y creadores del primer automóvil de altas prestaciones mexicano, no podrían recuperar la marca ni los derechos de la propiedad intelectual.

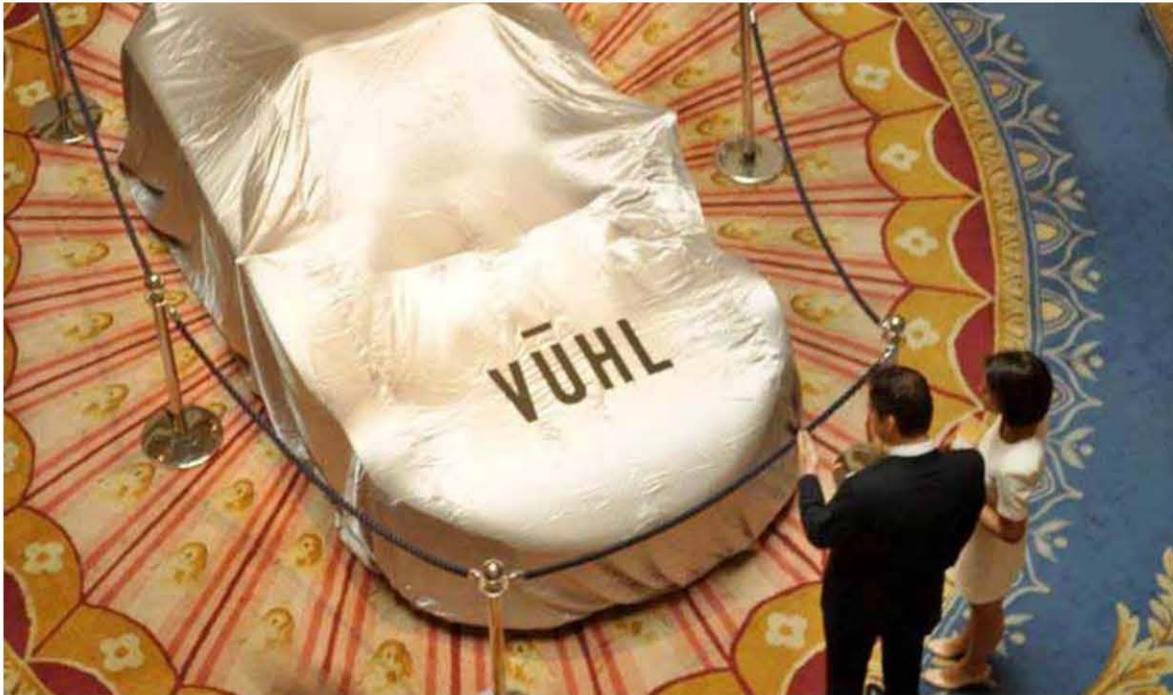
Al momento de redactar estas líneas, los hermanos estaban a la espera de que el Consejo de Administración convocara a una asamblea para llegar a un acuerdo con el fondo de inversores.

VUHL, el deportivo mexicano se radicaliza

Cuando el mundo comenzaba a conocer el potencial del Mastretta MXT, de la nada y sin previo aviso, se anunció que México contaría con un segundo fabricante de automóviles deportivos de alto desempeño, que tendría como principal argumento de ventas, contar con el apoyo de marcas como Ford o Michelin.

El nombre de este misterioso deportivo es VUHL 05 (siglas de Vehicles of Ultra High-performance and Lightweight), y es producto del trabajo conjunto de los hermanos Guillermo e Iker Echeverría, quienes junto a Alberto Chapa, fundaron la empresa automotriz EXTE Diseño.

Después de meses de incógnita y de mantener en su página Web un teaser (imagen que muestra unos pequeños detalles de su diseño exterior), en julio de 2013 el VUHL 05 fue presentado en Inglaterra en el Royal Automobile Club de Londres, donde recibió el visto bueno de personalidades como Sir Stirling Moss y Tim Kewon, director de la fundación Federación Internacional del Automóvil (FIA).



El VUHL 05 se prepara para ser presentado ante el público europeo. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

Este deportivo ultraligero de altas prestaciones, viene a hacerle la vida de cuadritos al KTM X-Bow, el cual se puede considerar como su principal rival, debido a sus características mecánicas.

Cabe destacar que las primeras apariciones del VUHL 05 se realizaron en los eventos automotrices más importantes y distinguidos de Inglaterra, con el claro objetivo de conquistar al público europeo.

Es por ello que a pesar de que ya había sido presentado en el Royal Automobile Club de Londres, ante un selecto grupo de asistentes, su presentación oficial ante el público en general se realizó en el Festival de la Velocidad, en Goodwood, Inglaterra en julio del año pasado.

El piloto mexicano Esteban Gutiérrez fue el encargado de llevar al límite al deportivo azteca, que con su motor Ford EcoBoost turbocargado de 2.0L, en el cual entrega 285 Hp y 310 Lb-pie de torque, acoplado a una transmisión manual de seis velocidades, en combinación con su bajo peso, de sólo 694 Kg, debido a que está fabricado con fibra de carbono, aluminio y plásticos ligeros, obtiene unas prestaciones suficientes

para sonrojar a varios deportivos de casas de más renombre provenientes de Inglaterra, Alemania o Italia.



Esteban Gutiérrez junto Alberto Chapa e Iker y Guillermo Echeverría. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

Este nuevo automóvil mexicano, recibió el respaldo del gobierno de nuestro país y de marcas como Ford, Multimatic o Michelin y al igual que el Mastretta MXT, el VUHL 05 tendrá al Reino Unido como mercado objetivo.

Cuando fue presentado, el fabricante señaló que tiene capacidad para producir 50 unidades anuales, ya que su proceso de ensamblaje es por demás complicado y hasta curioso, porque se fabrica en Canadá, y pasa sus pruebas de ajuste en Estados Unidos y Reino Unido. Una vez aprobado, es enviado de vuelta a México donde se le aplican los retoques y pruebas finales.

En entrevista, Guillermo Echeverría se dijo satisfecho por la respuesta de los medios de comunicación y el público, “el coche es tan atractivo para aquellos que quieren un coche ultra-fresco para el camino, como los entusiastas serios que buscan una alternativa a la oferta de los fabricantes más establecidos”.



Esteban Gutiérrez junto Alberto Chapa e Iker y Guillermo Echeverría. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

“Nuestro objetivo para Goodwood fue muy específico, acumular suficientes pedidos para un lote de 20 Edition One, ya recibidos desde los mismos en Reino Unido, Europa Central, EE.UU. y México; estamos en el buen camino para lograr eso y mucho más. Por lo tanto, la producción comenzará en noviembre como estaba previsto, con los primeros coches que entrarán a manos de los clientes durante la primavera del próximo año” comentó el director de VÛHL Automotive.

Después de generar una gran expectativa en su gira de presentación por el continente europeo, el nuevo Vulh 05 llegó a nuestro país, donde dejó boquiabiertos a quienes tuvieron la oportunidad de conocer la creación de los hermanos Echeverría, que al igual que Mastretta, se dirige al mercado de los deportivos artesanales de altas prestaciones, sólo que su propuesta es más radical.

Los VÛHL 05 tuvieron de un papel protagónico en la Semana de Emprendedores Anual de la Ciudad de México, donde el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, deleitó a los asistentes al probar el nuevo deportivo.



Ford, Michelin o Multimatic forman parte de los proveedores. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

Peña Nieto se congratuló por el trabajo de la empresa EXTE Diseño, y les ofreció a sus fundadores su apoyo y respaldo para sacar adelante el proyecto.

En el encuentro, Guillermo Echeverría expresó su gratitud a las dependencias gubernamentales que dieron soporte económico para materializar su sueño, pero brindó un reconocimiento especial a TechBA, (Technology Business Accelerator) el organismo de la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia (FUMEC). “El emprendedor no puede hacer todo, se requiere de un equipo multidisciplinario de gente y compañías para hacerlo posible”.

Durante una plática con Guillermo Echeverría, señaló que a pesar de provenir de una familia que lleva gasolina en la sangre y el amor por la velocidad (porque su padre compitió durante 40 años en distintas categorías), crear un automóvil desde cero fue todo un reto que no podían dejar pasar; “la verdad es que lo heredamos de mi papá, lo tenemos en nuestro ADN, incluso siento que no teníamos escapatoria”, recordó Iker, quien fue el encargado de diseñar el Vulh 05.

El menor de los hermanos Echeverría, señaló que para crear el nuevo deportivo azteca, les tomó sólo 38 meses; sin embargo, para lograrlo tuvieron que reunir un equipo capaz de asumir el reto: “para crear el Vulh 05 hicimos un equipo muy pequeño pero talentoso, la estrategia fue trabajar con los mejores dentro y fuera de México. Además, la mitad de nuestros proveedores son mexicanos, mientras que el resto son extranjeros, al final juntamos todo este talento y después de mucho esfuerzo teníamos un prototipo circulando”.



El VUHL 05 es un vehículo de concepción radical. Foto: Cortesía EXTE Diseño

Para celebrar el lanzamiento del nuevo deportivo de sangre azteca, Iker Echeverría señaló que se construirá una edición especial limitada a 20 unidades, la cual estará basada en las unidades más equipadas “lanzaremos una edición limitada, que será denominada Edition One; la producción arranca en noviembre, las primeras unidades tendrán un precio de \$109,900 dólares, y serán entregadas a partir de abril del próximo año”.

El directivo aseveró que la producción inicial está prácticamente vendida, además gracias al buen arranque, comenzaron a aceptar pedidos para ser entregados en 2015, año en el que esperan superar la producción de su primer año.

Pese al éxito, el creador del VUlh 05 no pierde el suelo y se muestra prudente con las expectativas de la empresa: “Nos recibieron muy bien, sobre todo en Europa, además hay mucho interés en Medio Oriente, y la verdad es que el panorama pinta bien, queremos seguir manteniéndonos en un bajo volumen, con ediciones limitadas con mucha calidad, y con una producción de 50 autos por año”.



La producción del VUHL 05 será de 50 unidades por año. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

El mayor de los hermanos Echeverría explicó que se tomó la decisión de presentar el automóvil en el viejo continente con el fin de darle mayor proyección internacional, debido a que Inglaterra es considerada como la casa del automovilismo deportivo, y por ende, existe un amplio público que valora este tipo de vehículos que antepone las sensaciones deportivas al lujo.

“Fuimos a Reino Unido y decidimos estar presentes en el Royale Automotive Club; después asistimos al Goodwood Festival of Speed en el cual tuvimos la participación del piloto de Fórmula 1 Esteban Gutiérrez, que fue el encargado de conducir nuestro deportivo, y el tercer evento de nuestra gira fue el Salón Privé, después de todo, podemos considerar que nuestro paso en Europa fue exitoso”.



Lanzarán una edición limitada a 20 unidades. Foto: Cortesía, EXTE Diseño, 2013.

El emprendedor confesó que están contentos de trabajar con empresas de talla internacional, como Ford, Multimatic y ahora Michelin, ya que han influido de manera positiva en el diseño del Vuhl 05, al brindarnos un poco de su experiencia en el automovilismo deportivo, y han creado un producto apto para los circuitos.

Iker Echeverría indicó que las posibilidades de colaborar con Mastretta están abiertas, ya que la relación entre ambos fabricantes es sana y de respeto mutuo: “Me llevo muy bien con Daniel Mastretta, pese a que vio al Vulh 05 en su etapa de desarrollo; no ha tenido la oportunidad de observar el producto terminado y la verdad estamos dispuestos a colaborar con ellos en diferentes rubros, esperemos que puedan salir de los problemas financieros que tienen”.



El VUHL 05 se percibe como un automóvil superior al Mastretta MXT. Foto: Cortesía EXTE Diseño, 2013.

Con el anuncio del cese de operaciones de Mastretta, VUHL se coloca como el único fabricante mexicano en activo, y es que aunque no es una firma tan conocida y de una orientación más radical, la compañía de los hermanos Echeverría tiene enfrente el reto de enviar al mundo el mensaje de que México es capaz de tener fabricantes de primera calidad, capaces de ofrecer las sensaciones de manejo y experiencias al volante que muy pocos constructores ofrecen en la actualidad.

Autos Solana, herederos de una dinastía

Para los conocedores y entusiastas del deporte motor, el apellido Solana es relacionado directamente con Moisés Solana, uno de los pilotos mexicanos más talentosos y destacados durante el pasado siglo XX, quien junto a los Hermanos Pedro y Ricardo Rodríguez, son las máximas figuras del automovilismo nacional.

Cabe destacar que la familia Solana se involucró en el automovilismo deportivo desde la década de 1930, cuando José Antonio Solana (padre de Moisés) comenzó a construir automóviles de carreras, diseñados para destacar en los seriales que se corrían en los circuitos de Balbuena y Zaragoza, en la ciudad de México. Es por ello que esta familia asegura que ellos son los primeros mexicanos en construir un automóvil 100% nacional y no Mastretta.

Como curiosidad, las primeras creaciones del patriarca de los Solana eran automóviles para niños, los cuales a pesar de su tamaño, tenían la peculiaridad de poseer una mecánica completamente funcional.



Javier y Joaquín Solana los últimos herederos de la dinastía Solana. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Alentado por el éxito de los vehículos a escala, José Antonio Solana se incursionó en la construcción de automóviles deportivos de altas prestaciones, con los cuales no sólo se ganó el respeto de los entusiastas capitalinos, quienes quedaron maravillados por las innovaciones tecnológicas que presentaban sus vehículos, sino también le permitió destacar en las pistas del país.

Con el tiempo, la familia adquirió prestigio en el mundo deportivo, debido a que un joven Moisés Solana, a bordo de un Solana Tipo Sport (automóvil que construyó su padre exclusivamente para él), ganó su primera carrera como profesional en 1954, en la categoría Mecánica Nacional.

Cuando el nombre de los Solana se encontraba en la cúspide, al destacar en el panorama internacional por la calidad de sus autos de carrera y por la destreza de Moisés, la tragedia tocó su puerta, ya que un 27 de julio de 1969 el joven piloto falleció en un accidente, tras impactar su McLaren mientras participaba en una carrera en Valle de Bravo. Este suceso marcaría la vida de los Solana, quienes abandonaron su participación en el automovilismo deportivo.

Debido a que la mayoría de los automóviles deportivos y de escala firmados por Solana, se perdieron con el tiempo, José Antonio Solana retomó su faceta de artesano automotor en la década de 1990 junto a sus hijos Javier y Joaquín, quienes lo impulsaron a construir un nuevo automóvil.

El nuevo modelo presentado en 1996 es una reinterpretación del modelo que manejó Moisés Solana en la categoría Mecánica Nacional, pero el denominado Serie II contó con una mecánica actualizada, conformada por un motor de cuatro cilindros de origen Nissan, el cual estaba acoplado a una caja manual de cuatro velocidades, suspensión delantera independiente y amortiguadores mejorados.

En 1998 se presentó una nueva actualización el Serie II, el cual contaba con diversos cambios, como una cabina más amplia, una caja manual de cinco velocidades, convertidor catalítico, mientras que en el apartado estético su carrocería es de aluminio pulido.



Los Solana también construyeron automóviles funcionales para niños. Foto: Esaú Ponce, 2014.

“Los Serie II no son otra cosa que una profunda actualización que mi papá tenía previsto desde hace años, aunque debido a que pasaron muchos años desde su última creación, decidió mantener la imagen retro, pero con innovaciones de última hornada, como su construcción en aluminio ultraligero, con el fin de aligerar su peso y de paso mejorar sus prestaciones”, señaló Joaquín Solana, heredero de la empresa automotriz familiar.

Aunque la marca nunca realizó una producción en masa, la familia Solana asegura que el título de los primeros constructores de automóviles mexicanos les pertenece, por lo cual no dudaron en arremeter contra los Mastretta, a quienes acusaron de colgarse títulos que no les corresponden.

En entrevista, Joaquín Solana indicó que a diferencia de Mastretta, su familia tiene una larga tradición automotriz, la cual fue inspirada por la relación que tenía su tío José Solana con Jean Bugatti, hijo del legendario Ettore Bugatti, fundador de la famosa marca de automóviles, quien lo alentó para introducirse en el mundo del automovilismo deportivo.

“Mi abuelo, Moisés Solana Sánchez, fue el primer piloto que a bordo de un Reo 1903 comenzó a destacar en las primeras competencias que se celebraban en la ciudad de México, por lo que es una enorme mentira que los señores Mastretta se adjudiquen un título que no les corresponde, ya que con lo aprendido por mi tío en Francia y España se empezó la construcción de los automóviles de carreras y de los vehículos para niños”, aseveró.

El autoproclamado heredero de la dinastía Solana resaltó que aunque los monoplazas mexicanos tenían una gran inspiración en el Bugatti de los años 50, las innovaciones tecnológicas de la marca le confirieron un carácter especial, que les permitió destacar en el panorama internacional.

Al cuestionarle sobre cuál era el valor agregado que ofrecen sus automóviles, aseguró que aunque se trata de autos hechos completamente a mano por él y su hermano, su mayor virtud reside en el nombre y la tradición de una de las familias pioneras en el automovilismo y la fabricación de automóviles. “Es una dinastía con una larga trayectoria, donde el legado pesa más que el valor de los fierros”.

A esta altura surgirá la pregunta de por qué los automóviles Solana aparecen en la sección de automóviles mexicanos en actividad y no en los antecedentes. Esto se debe a que aunque su último automóvil construido fue en 1998, los Solana se encuentran a la espera de regresar a la escena en el menor tiempo posible, ya que de acuerdo a Joaquín Solana, se encuentran trabajando en un nuevo modelo que ayude a reposicionar a la marca en el colectivo automotriz.

Señaló que cuando falleció su padre, se quedó pendiente el diseño de un automóvil de motor trasero, a la altura de Ferrari o Lotus, y aunque no saben la fecha exacta en la que terminarán el automóvil, asegura que será un genuino Solana, que conjuntará de manera armoniosa el legado de la familia con lo último en tecnología: “algo muy similar a lo que ha hecho Porsche con el 911”.

Joaquín Solana se mostró muy confiado de este desarrollo y aseguró que junto a su hermano se encuentran afinando los detalles para dar una grata sorpresa a los amantes de los superdeportivos.



Los Serie II fueron los últimos modelos diseñados por José Antonio Solana. Foto: Esaú Ponce, 2014.

Recordó que el proceso para sacar a la luz un nuevo automóvil es muy difícil, ya que se tienen que pasar muchas pruebas de calidad, pero destacó que debido a la tradición de más de 100 años, respaldará el diseño en geometrías, ingeniería, diseño y prestaciones.

“No vamos a cometer los errores de las nuevas marcas, en particular Mastretta; nos abstendremos de la búsqueda de patrocinios o que el gobierno pague el desarrollo

del automóvil. El nuevo modelo estará lleno de tradición, pero sobre todo será 100 por ciento Solana; sólo recurriremos a agentes externos en cuestión de proveeduría, pero la fabricación, concepción e inversión, será de la casa”, dijo.

Joaquín Solana no dudó en señalar que el MXT era de dudosa calidad e incluso aseguró que los automóviles tienen serios problemas de ingeniería, lo cual los convierte en vehículos difíciles de manejar. Respecto al VUHL precisó que es un automóvil al cual considera un buen representante, ya que es un coche que cuenta con el respaldo de los Echeverría, a quienes calificó como conocedores del mundo automotor.

“Lo que nosotros haremos va más allá de las modas, no necesitamos un boom comercial, tenemos todo para sobresalir. La estética no es lo primordial, lo más importante es su geometría y manejo, situación que no todos saben hacer”, indicó.

Expuso que en lo que sacan adelante el nuevo proyecto, estudiarán las condiciones del mercado, ya que estima que el consumidor principal de estos vehículos artesanales es Europa. “Nuestros autos están dirigidos al mercado extranjero debido a que en México nadie valora los automóviles artesanales”.

Conforme a este tema y tal vez para resaltar el orgullo herido de la familia, aseguró que nuestro país no ha sido un buen lugar para emprender un proyecto de estas magnitudes, debido al desconocimiento y el poco interés del público sobre el automovilismo. “Mi papá siempre sostuvo que si hubieran iniciado la construcción de automóviles en los Estados Unidos, de seguro se habría logrado constituir como un importante fabricante de autos de carreras, que estaría compitiendo en la Fórmula 1. Sólo que la historia fue cruel y lo puso en el lugar equivocado para tener éxito en el automovilismo deportivo”.

Para algunos especialistas en el sector automotriz, como Gilberto Sampeiro, director técnico de la revista Automóvil Panamericano, los Solana están en el ojo del huracán, debido a sus declaraciones donde arremeten contra Mastretta.

“El caso de los Solana es muy interesante y lleno de polémica, ya que atacan a fabricantes que aunque tienen una filosofía que en teoría es similar, son modelos de negocio muy diferentes, ya que mientras Mastretta desarrolló el MXT con la finalidad de convertirse en una marca rentable, los Solana sólo construyen autos para sí mismos, sus inicios están en las pistas y no en la calle”, expresó.

El experto refirió que aunque José Antonio Solana construyó una fábrica de donde salieron más de 50 automóviles para niños, sus modelos de negocio son completa-

mente diferentes. “No hay que olvidar que fueron muy exitosos en el desarrollo de autos de altas prestaciones, pero nunca tuvieron la intención de vender sus vehículos al público en general”.

“Tal vez estén en lo cierto en señalar que ellos fueron los primeros en construir un automóvil en México, pero los Solana tienen la convicción de que de los autos no se puede vivir. Sus declaraciones me parecen exageradas y sin fundamento, ya que Mastretta nació con la idea de internacionalizar sus productos”, finalizó Gilberto Sampeiro.

Si se es fiel a las declaraciones de los Solana, es muy probable que la marca vuelva a los escaparates internacionales con la presentación de un nuevo automóvil, pero dada su fama, es casi seguro que se tratará de un modelo único, que no será llevado a producción, y es que de acuerdo con Joaquín, los únicos empleados y herederos de Autos Solana son él y su hermano Javier, quienes con nostalgia cada vez ven más cerca el fin de una dinastía que tantas glorias y alegrías le dio al automovilismo deportivo mexicano.



Los automóviles Solana son altamente desconocidos por los mexicanos. Foto: Esaú Ponce, 2014.

PARTE 4. AÚN FALTA MUCHO POR APRENDER

“El fracaso es una gran oportunidad de empezar otra vez más inteligentemente”.

Henry Ford



Se lanza una crítica constructiva

Aunque en lo general el desempeño de los fabricantes mexicanos se puede considerar como correcto, el hecho de que Mastretta haya suspendido actividades y que VUHL aún se encuentre en el anonimato, es síntoma de que aunque existe mucha pasión y talento, falta mucho por aprender para consolidar a alguno de estos fabricantes artesanales o incluso una nueva marca automotriz.

El caso más concreto está en Mastretta, un proyecto que dejó en claro que no basta de labrarse de una buena imagen, sino que es necesario pensar con claridad los movimientos financieros de una compañía, que por sus dimensiones no puede darse el lujo de cometer errores, ya que cualquier falla puede provocar desde un paro, hasta el cierre de operaciones.

Para Gilberto Sampeiro, director técnico de la revista Automóvil Panamericano, el futuro de las marcas mexicanas está en tela de juicio, ya que les augura un futuro negro, si no se adaptan a las exigencias que el mercado de los automóviles de nicho exige.

El periodista y experto en la industria automotriz aseguró que al desenvolverse en este tipo de mercado, donde la competencia es poca pero férrea, no es muy importante el lugar de origen de las firmas automotrices, sino la calidad, exclusividad y diferenciación que ofrecen a sus clientes.

“Las marcas mexicanas tienen que enfrentarse a la percepción negativa que tienen los clientes de automóviles de nicho sobre los productos hechos en nuestro país, debido a que es un punto de mejora entre las armadoras nacionales”, señaló.

El periodista abundó que “hay que entender que el tema de las marcas de nicho es complicado, porque el cliente es exigente, de alto poder adquisitivo, que se compra algo para ser diferente, y de alta calidad. Puntos flacos de los fabricantes mexicanos, esto a pesar de que en la producción general, México goza de una excelente reputación”.

En su opinión las firmas artesanales deberían establecer unos mejores niveles de calidad y asumir la premisa de que el cliente al que van dirigidos es muy exigente, porque no se conforma con sólo tener algo diferente, sino que quiere que su adquisición sea de calidad.

Sostiene que este apartado es de suma importancia si se quiere retener y atraer a los clientes a mediano y largo plazo, ya que aunque los deportivos aztecas recibie-

ron mucha atención internacional, tienen que superar este impulso en los medios de comunicación, para traducirlo en ventas sólidas.

“Mediáticamente Mastretta se ha manejado muy bien, supieron aprovechar la crítica de Top Gear, las versiones racing y la alianza con Hot Wheels. El tema es que al ser un producto de nicho, puede confundirse como un automóvil de capricho, ya que hay gente que compró un MXT por cuestión de imagen, porque es mexicano y llama la atención, no por su alto desempeño e ingeniería”, señaló.

Señala que esta estrategia puede funcionar bien al principio, pero al mediano y largo plazo, no pueden sostenerse sólo con el golpe mediático, ya que debe haber algo que respalde la calidad. “Como producto de nicho, un automóvil artesanal no se renueva cada seis años con uno de marca generalista, ya que puede durar hasta 15 años como el mismo estilo. Entonces el reto es saber mercaderarlo más allá de ser un producto de capricho, para convertirse en una marca de nicho atractiva y rentable”.

Gilberto Sampeiro se atreve a ir más allá y asegura que en México las marcas mexicanas se enfrentan a un problema de idiosincrasia que afecta su percepción, pues debido a que construyen sus productos a mano, se condiciona su apoyo.

“En México pensamos en artesanías como figuritas de barro, pero la verdad no valoramos lo que es un trabajo de un técnico para hacer una obra que va más allá de lo artesanal. Se les califica despectivamente como hechizo. En otros países estos productos son muy valorados, ya que reconocen el esfuerzo del artesano porque saben que no cualquiera puede hacerlo y que no está realizado por medio de una maquina programada, lo cual los convierte en productos únicos e irrepetibles”, aseguró.

Pese a estas situaciones, el entrevistado se mostró optimista de que los proyectos automotrices mexicanos lograrán salir adelante y consideró que Mastretta al ser la firma más avanzada, tiene que resolver sus problemas internos para abanderar el avance mexicano en el mundo automotor.

“El proyecto que encabezan los hermanos Mastretta tiene todo para estar a la altura de marcas de renombre. Sólo tienen que reforzar la parte de gerencia y establecer sus controles de calidad, porque ahora desarrollaron un proyecto que sorprende, ya que aunque no es completamente novedoso, su ingeniería es muy fresca”, señaló.

El periodista explica que mucha gente cree que armar un automóvil es como un rompecabezas, pero esto es erróneo, ya que se requiere cumplir con estándares y controles de calidad internacionales. “Los Mastretta lo vieron desde que iniciaron el

proyecto, pero cuando comenzaron a inmiscuirse, surgieron problemas de calidad, aseguramiento y proveeduría. Esas fallas aumentan costos, tiempo y retrasan el proyecto”.

Al cuestionarle sobre su opinión respecto el futuro de las marcas mexicanas, el experto automotriz explicó que el panorama luce un poco difícil, ya que Mastretta está en una encrucijada económica que compromete su desarrollo, puesto que si logran reanudar operaciones, necesitará una guía para establecer algunos puntos de dirección, para tener una visión más de empresarios de largo plazo.

“Me atrevería a decir que el proyecto del MXT es un capricho, y no dudaron en cumplir ese gusto, debido a sus experiencia en la construcción de autobuses de pasajeros. Pero no es lo mismo, el modelo es completamente diferente, por lo que si quieren destacar, tienen que reestructurar la ideología y los cimientos de la empresa. Esperemos que esta amarga experiencia con sus inversionistas les ayude para no cometer el mismo error y ahora busquen un socio europeo que conozca el mercado de los autos de nicho de pies a cabeza”, aseveró.

Para Sampeiro el panorama de Vuhl no luce muy diferente, ya que desde su perspectiva el proyecto de los hermanos Echeverría se encuentra en una situación similar a Mastretta, dado que aún pueden consolidarlo.

“Me atrevería a decir que es un capricho, ya que todavía se percibe miedo, porque no han de tener definido el proceso de fabricación, a pesar de que su producto tuvo una gran presentación en Europa”, indicó.

Con los Solana el periodista es aún más duro y asegura que su concepto de crear automóviles sin fines de obtener una recompensa no tiene lógica alguna, ya que en su filosofía por no vulgarizar la tradición automovilística de la familia, sus proyectos están condenados al olvido. “Estos automóviles sólo tienen el fin de enaltecer el ego de unos personajes que, aunque presumen ser los mejores, no son capaces de establecerse tan siquiera como una marca artesanal, relegándose a dos vehículos que son el capricho familiar”.

“Cuando ves que hay gente que piensa así, que puede romperse el lomo con un proyecto, pero que todavía no puede concretar el negocio, se tienen que triplicar los esfuerzos, para que no sólo sea un hobby familiar y se convierta en una verdadera empresa con visión de futuro, capaz de generar empleos y renombre, pero sobre todo ser innovadora y con finanzas sanas”, aseveró.

Samperio detalló que vender este tipo de autos no es nada fácil puesto que debido a su naturaleza, su principal mercado es el europeo, donde sí valoran los automóviles artesanales, “pero ahora está deprimido, por lo que tienen otra dificultad para salir a flote, ya que las unidades que podrían colocar serían insuficientes. Tal vez tendrían que convencer a los inversionistas de esperar un poco para que se recuperen las ventas en el viejo continente”.

En suma, debido a los problemas relacionados con el poco conocimiento del mercado, la falta de asesoría empresarial, una sensación de calidad inferior y su principal mercado en un bache económico, las marcas automotrices mexicanas tienen un panorama complicado, lo cual compromete su supervivencia; es por ello que el experto automotriz piensa que la proveeduría y manufactura de autopartes es un sector empresarial que podría explotarse con éxito.

Expuso que debido a que México se convertiría en uno de los principales productores de automóviles a nivel mundial, es muy importante voltear al mercado de la proveeduría de autopartes, el cual se ajusta más al perfil de la plantilla laboral y educativa del país.

“Podríamos llegar a ser una potencia, pero esto depende de que el gobierno mantenga los estímulos, además de que existan inversionistas interesados en crear una marca mexicana de ingeniería especializada y proveeduría, como cajas, frenos, direcciones, suspensiones. Esto podría tener un buen futuro, ya que son sistemas menos complicados, pero que merecen atención al detalle”, aseveró.

Pese a que sus esperanzas están puestas en el desarrollo de este sector industrial, el experto automotriz indicó que no está exento de calamidades, en razón de que podría encasillarse en la maquila de productos exclusivos de vehículos que funcionan con gasolina o diésel y por ende, quedar rezagados en la tendencia mundial del ahorro de energía y tecnologías “verdes”.

Para finalizar el análisis de previsiones de la industria mexicana, el director Técnico de la revista Automóvil Panamericano prevé que “aunque lleguemos a tener una marca mexicana especializada, existe el riesgo de que se quede estancada en un mercado secundario que se no sea capaz de adaptarse a la ola de coches con tecnologías amigables con el medio ambiente que vienen a cambiar el panorama mundial. El problema se agravaría si México no puede dejar atrás la dependencia de los combustibles fósiles”.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Se puede destacar que no sólo se obtuvieron los resultados esperados del análisis, sino que los conocimientos del tema se ampliaron lo suficiente para lograr una opinión más clara sobre el papel que juega México y sus fabricantes en la industria automotriz a nivel mundial.

A través de la investigación se demostró que aunque este sector manufacturero es de suma importancia para la economía mexicana, es mayoritariamente dependiente de las empresas extranjeras ya que a pesar de que generan miles de empleos, la mayoría de los beneficios son para sus matrices y sus países de origen.

Durante el pasado siglo XX, el gobierno mexicano creía que este sector industrial podría ser un eje del crecimiento económico, por lo que presidentes como Adolfo López Mateos impulsaron la creación de firmas automotrices paraestatales, como Vehículos Automotores Mexicanos (VAM) y Diésel Nacional (DINA); además, el primer decreto automotriz impidió que las firmas extranjeras se establecieran en el país si no establecían una planta de producción en el suelo mexicano.

En la década de 1980 el sector sufrió un abandono por la introducción del sistema neoliberal de la mano de Miguel de la Madrid y las pocas empresas que sobrevivieron, se enfrentaron a la competencia desleal generada a partir de la firma del TLCAN durante el mandato de Carlos Salinas de Gortari, por lo que tuvieron que cerrar sus puertas debido a la disparidad y falta de apoyo del gobierno para enfrentar a las firmas extranjeras.

Este hecho marcó el rumbo que tomaría la industria automotriz en la actualidad, dado que propició el arribo de firmas transnacionales que vieron en el bajo costo de mano de obra (la más barata de Norteamérica) una oportunidad de negocio.

A partir de entonces y con la firma de más tratados de libre comercio, México se convirtió en un país manufacturero, especializado en la exportación de autopartes y vehículos, cuyo destino principal es el mercado estadounidense.

Impulsados por el nuevo eje de crecimiento, surgen un par de emprendedores, que redefinen la manera de hacer automóviles en México, y que en vez de seguir el modelo de VAM y DINA, desarrollaron vehículos deportivos de bajo volumen, enfocados en satisfacer las necesidades de los mercados de exportación.

No obstante, ese sueño se convirtió en pesadilla, ya que con la crisis financiera de Mastretta y el retraso en el lanzamiento VULH; los expertos entrevistados coinci-

dieron que el futuro automotriz de México difícilmente estará encabezado por estos fabricantes, pues desde su punto de vista, están condenados al fracaso.

De esta manera, los resultados sólo difieren un poco de la hipótesis, ya que aunque en primera instancia el surgimiento de los fabricantes artesanales parece impulsado por el buen desempeño de la industria automotriz mexicana, su éxito está condicionado por la falta de experiencia de sus impulsores, la dependencia económica de capital extranjero, la falta de apoyo de inversionistas y el poco interés del gobierno federal para impulsar un proyecto de estas características.

De igual manera, no se puede asegurar que el impacto mediático conseguido por Mastretta y VUHL sea un factor preponderante para cambiar la percepción tecnológica de México a nivel mundial, o que incluso haya impulsado la exportación de talento a otros mercados.

Entre los nuevos resultados, destaca el hecho de que los especialistas pidan apostar por el impulso de empresas especializadas en la proveeduría y desarrollo de autopartes, ya que aseguran que el modelo económico y de especialización académica, se adecua de mejor manera a las exigencias del mercado.

Para llegar a estos resultados, fue necesaria la revisión exhaustiva de artículos periodísticos, libros especializados y un importante número de fuentes vivas que enriquecieron la investigación, al brindar información relacionada con el análisis y la búsqueda de los antecedentes del automóvil en México.

Se puede asegurar que entre los aportes que realiza este reportaje destaca el hecho de que representa un estudio sistematizado de la industria automotriz mexicana desde sus inicios, por lo que “Fabricantes mexicanos de automóviles, de lo bueno, poco”, puede convertirse de manera automática en un documento de consulta para los expertos de la comunicación especializados en la fuente automotriz y para todos aquellos entusiastas que deseen ampliar sus conocimientos sobre este sector industrial en la historia del México contemporáneo.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía

50 Volkswagen de México, 50 años dejando huella, Litoprocess y Comunicación Corporativa, México, diciembre 2013.

Neubauer Alfred, *Hombres, mujeres y máquinas*, Barcelona Editores, 1962. Riquelme Paul, *Historia de Vehículos Automotores Mexicanos*, México, octubre 2012.

Valdés Manríquez Hugo y Garza Guajardo Juan Ramón *Borgward en México*, México, Fondo Editorial de Nuevo León y Universidad Autónoma de Nuevo León, Junio 2010.

Hemerografía

“Conin Concept 4X4, Sueño Mexicano”, *Auto plus*, año 7, No 97, Marzo 2010.

“Hecho en México”, *Automóvil Panamericano*, año 18, No 224, septiembre 2013, p. 8.

“Sueño cumplido”, *Excélsior*, Atracción 360, 22 de febrero, p.7.

Anaya Martha Lydia e del Ángel Isabel, “México va por más ensamble”, *Alto Nivel*, año 26, No 302, octubre 2013, p. 56-72.

Ocampo Héctor, “México levanta la mano... ¡de nuevo!” , *Automóvil Panamericano*, año 18, No 225, octubre 2013, pp. 45-49.

Rivas Arturo, “MXT: Un sueño realizado”, *Automóvil Panamericano*, año 12, No 149 junio 2007, pp. 34-42.

Sampeiro Gilberto, “Mastretta MXT: Contra los Monstruos”, *Automóvil Panamericano*, año 17, No 214, noviembre 2012, pp. 66-80.

Sandoval Carlos, “Guerrero Otomí”, *Automóvil Panamericano*, año 13, No 178 diciembre 2009, p. 22.

Fuentes Vivas

Entrevista a Eduardo Solís, presidente de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), 28 de enero de 2014.

Entrevista a Daniel Mastretta, director de Mastretta Cars, 15 de noviembre de 2013.

Entrevista a Gilberto Sampeiro, director Técnico de Automóvil Panamericano, 24 de marzo de 2014.

Entrevista a Rodolfo Sanchez Noya, periodista y fundador de Alta Velocidad TV, 9 de abril de 2014.

Entrevista a Bernardo Mendoza, periodista y fundador del suplemento Autopistas a 12 de febrero de 2014.

Entrevista a Iker Echeverría director y fundador de VUHL, 25 de noviembre de 2013.

Conferencia. “Resultados segundo semestre 2013”. José González Morfín, presidente Ejecutivo de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), 15 de enero de 2014.

Cibergrafía

El Heraldo de Chihuahua, “El automóvil en México”, 13 de febrero de 2010. Disponible en: <http://www.oem.com.mx/elheraldodechihuahua/notas/n1517100.htm>

Moreno Roberto, “En 1895 circuló el primer automóvil en la ciudad a 16 km por hora”, Crónica. Disponible en: <http://www.cronica.com.mx/notas/2005/212891.html>

Agencia Notimex. “Exhibirán en Texas auto que perteneció a Porfirio Días”, 25 de octubre de 2008. Disponible en: <http://metrolatinousa.com/2008/10/25/exhibirn-en-texas-auto-que-perteneci-a-porfirio-daz-2/>

Oliveros Orlando, "Vehículos deportivos diseñados en México", Unión Guanajuato, 30 de abril de 2014. Disponible en: <http://www.unionguanajuato.mx/articulo/2013/07/20/automovilismo/vehiculos-deportivos-disenados-en-mexico>

Sánchez Benjamín, "Un homenaje a los autos 100% mexicanos", Acelera, 17 de septiembre de 2013. Disponible en: http://mx.acelera.com/noticias/mes-patrio-un-homenaje-a-los-autos-100-mexicanos_2702

Leonard Sabal. "Conozca el Borgward mexicano", Mi Mecánica Popular, marzo de 1976. Disponible en: <http://www.mimecanicapopular.com/verautos.php?n=83>

Santillán Miriam. "Autos Solana, los deportivos mexicanos olvidados", Autocosmos, 31 de enero de 2014. Disponible en: <http://noticias.autocosmos.com.mx/2014/01/31/autos-solana-los-deportivos-mexicanos-olvidados>

DINA. "Historia de Diésel Nacional en México". Disponible en: <http://dina.com.mx/historia.html>

"México, octavo fabricante de autos en el mundo", El Informador, 8 de enero de 2014. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/economia/2014/506396/6/mexico-octavo-fabricante-mundial-de-autos.htm>

Rodríguez Jerónimo, "La importancia de la industria automotriz", Minutouno, 14 de junio de 2013. Disponible en: <http://www.minutouno.com/notas/290478-la-importancia-la-industria-automotriz>

"México, un firme pilar de la industria automotriz mundial", Atracción 360, Excélsior, 17 de diciembre de 2013. Disponible en: <http://www.atraccion360.com/mexico-un-firme-pilar-de-la-industria-automotriz-mundial-1>

"Estrena Peña el VUHL 05", Milenio, 6 de agosto de 2013. Disponible en: http://www.milenio.com/politica/Estrena-Pena-VUHL_0_130187128.html

"Mastretta MXT en riesgo", E-consulta, 5 de junio de 2014. Disponible en: <http://mundonuestro.e-consulta.com/index.php/cronica/item/el-mastretta-mxt-en-riesgo>