

AUTOMOVIL

JAPON

**A LA CONQUISTA
DE EUROPA**





L

A primera experiencia automovilística que tuve en Japón me puso los pelos de punta. El taxista de Tokio que me introdujo en el aeropuerto de Heneda en su «Toyopet» amarillo conducía como si le persiguieran diez coches patrulla de la pollera. Comparada con aquella carrera, una persecución a toda máquina por el circuito del Jarama es un verdadero placer. En el tráfico de la ciudad de once millones de habitantes mi conductor se arriesgaba aún más, en especial cuando otros conductores se «picaban», adelantaban por las aceras y festejaban la victoria con un concierto de bocinas. En el «Hotel Hilton» le

SIGUE



El coupé deportivo «Izuzu» que ha sido proyectado por el gran diseñador italiano Ghia. Tiene un motor de 1.600 cc. y alcanza fácilmente los 165 kilómetros/hora.



El «Honda S 800», un coche descapotable que consiguió gran éxito en el Salón del Automóvil de París, y que se exporta a Europa desde hace ya algún tiempo.



Tres modelos de «Nissan». En primer plano el suntuoso «Nissan Datsun Bluebirds». Las características de su motor son: 1.299 cc. de cilindrada y 140 kilómetros/hora.



El «Presidente» es el modelo más lujoso del «Nissan». Aquí aparece fotografiado delante del original edificio del centro de los Juegos Olímpicos de Tokio.



He aquí el «Datsun Fair Lady 2.000» deportivo, una de las más potentes croaciones de la industria japonesa del automóvil. Puede alcanzar los 200 kilómetros/hora.



El «Volkswagen» japonés es el «Subaru», que tiene un motor de 356 cc., dos tiempos (100 kilómetros por hora). Su costo en el Japón resulta muy reducido.

JAPON

por la tarde un pequeño comunicado en el diario «Asahi Shimbun». «Conductor mata con su coche a diez niños». A sólo cien metros, un camión se incrusta en una verdulería. La conferencia de científicos de tráfico que por aquellas fechas celebraba sesión en Tokio, no podía quejarse de falta de materia a discutir.

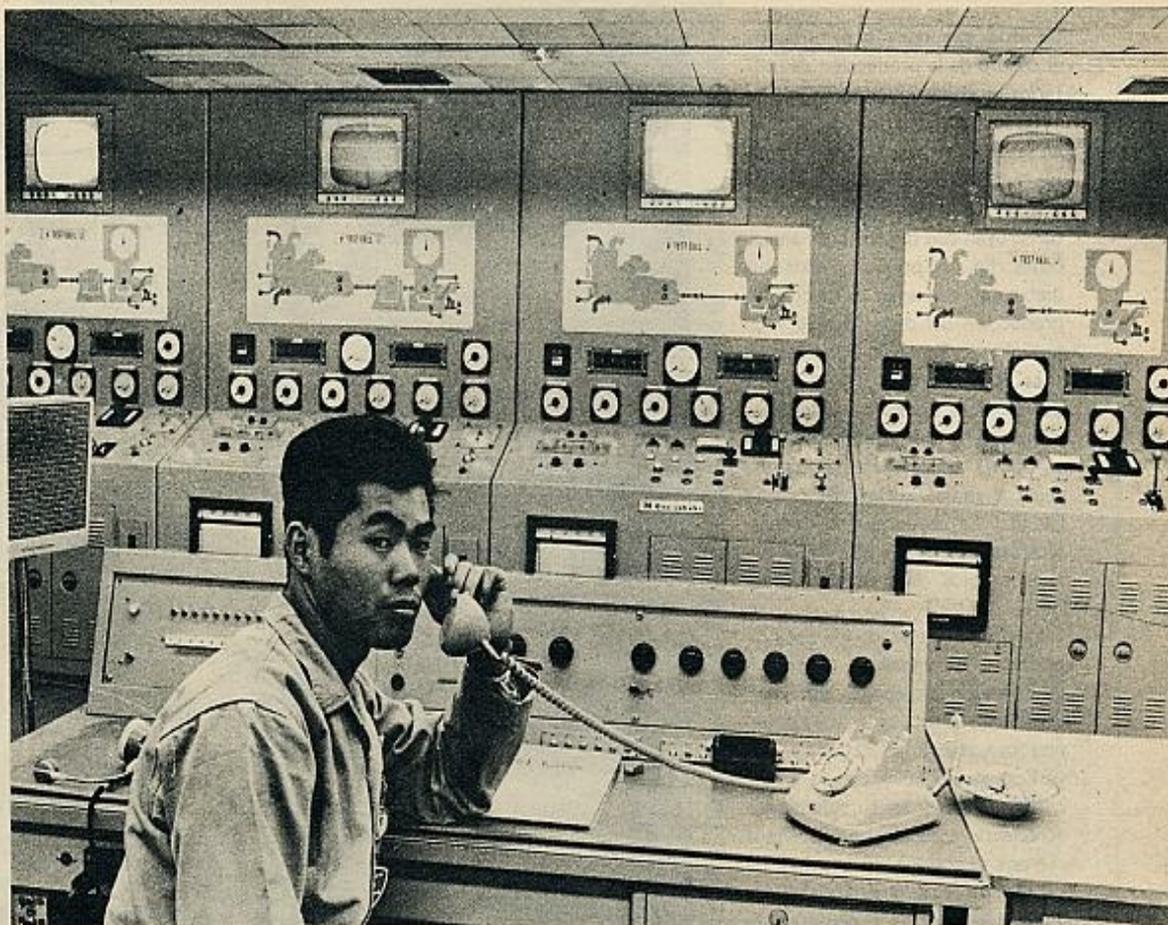
Los «managers» de la industria del motor de Tokio sonreían un tanto más amablemente cuando les contaba mi toma de contacto con la industria automovilística japonesa, en plena expansión. Me contestaban que ese taxista debía de ser uno de los pilotos «kamikaze» que en la última guerra no llegaron a tomar la salida. «Cuando conozca lo malas que son las carreteras japonesas y lo mal que se conduce, podrá calcular la inmejorable calidad de los coches japoneses para que resistan». Argumentos que asombran como los temerarios anuncios de la «Volkswagen» en América.

Las carreteras son realmente miserables. El forastero se asombra de que no haya en la cuneta, cada cien metros, un coche averiado. Y se asombra aún más cuando se entera de que las fábricas de automóviles japoneses ofrecen las mayores garantías del mundo: dos años o 50.000 kilómetros.

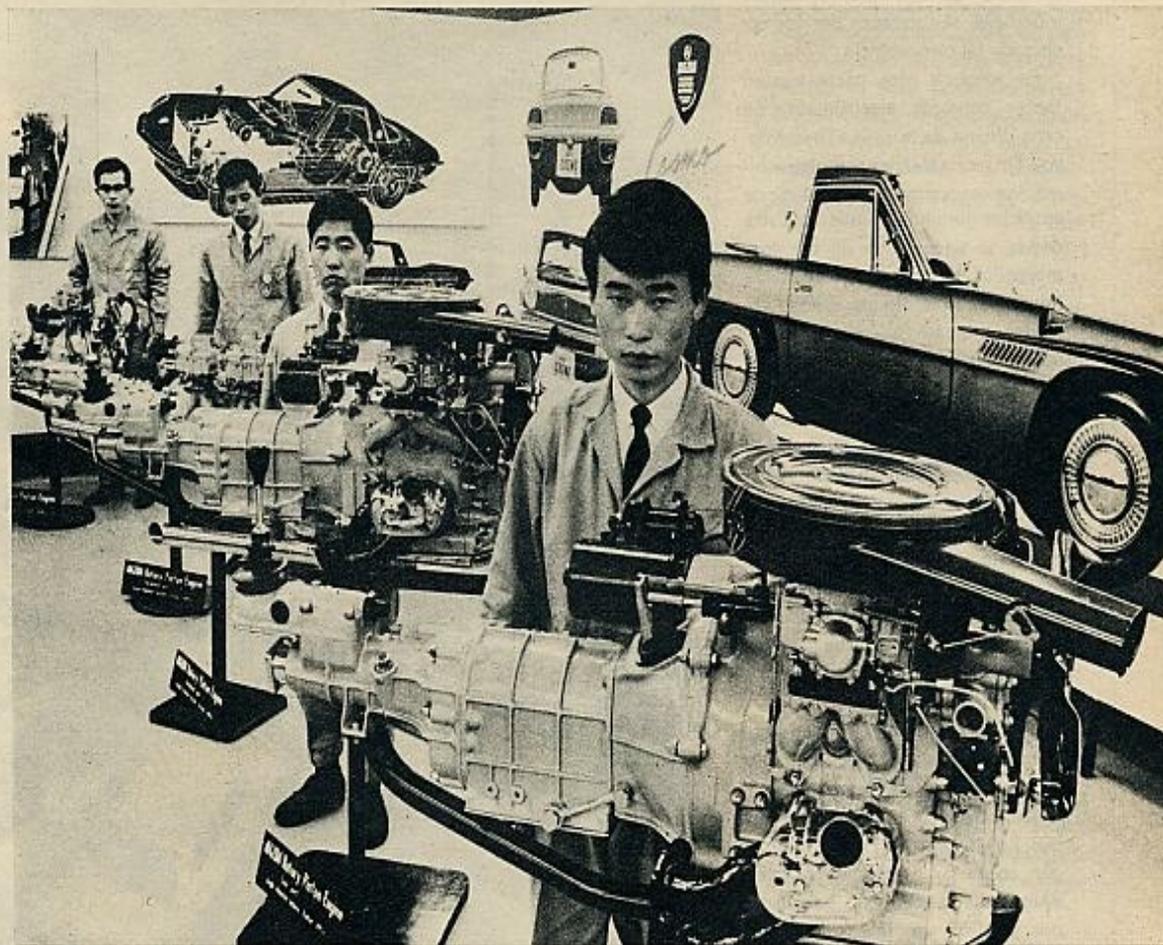
Los coches de marca extranjera son tan raros aquí como los grandes americanos. Rara vez nos encontramos en nuestros frecuentes viajes por el interior del país con un coche europeo. Los japoneses han protegido su mercado con altos aranceles (40 por ciento) y restricciones para la importación. Un «Volkswagen», por ejemplo, cuesta unas 180.000 pesetas. En los próximos años, esto no cambiará. La producción automovilística siempre creciente ha de permanecer libre de competencia. Sólo uno de cada doce japoneses tiene coche propio.

Hace veinte años, la industria japonesa del automóvil no tenía apenas entidad. En 1966 avanzó hasta ocupar el tercer lugar en la producción mundial, tras los Estados Unidos y la República Federal Alemana. He aquí la producción mundial de esas tres naciones en 1967, según datos dignos de crédito: U. S. A., 10 millones; Japón, más de tres millones, y Alemania, 2,5 millones. Como los japoneses siguen construyen-

SIGUE



El más moderno equipo de la factoría «Mazda», de Hiroshima: un banco de prueba para cuatro motores instalados debajo de la sala y que son examinados por medio del circuito de televisión y marcadores electrónicos que se ven en la foto.



Estos jóvenes ingenieros de «Mazda» fabrican el motor alemán Wankel (pistón giratorio), bajo licencia de la empresa N.S.U.

do más camiones que turismos, el cuadro de la producción de utilitarios es algo diferente. Así, en 1966 los japoneses se encontraban en sexto lugar, tras U. S. A., Alemania, Francia, Inglaterra e Italia.

Pero los japoneses planifican y construyen con dimensiones americanas. En los próximos años sus metas son conseguir aumentos de producción del orden del 20 y 30 por ciento. En todas nuestras visitas hemos podido ver, junto a las fábricas, nuevos y enormes complejos arquitectónicos. La mayor parte de las fábricas se encuentra en las costas del océano Pacífico. La producción se factura directamente de las fábricas a buques propios. Más barato, imposible.

La concentración de los doce fabricantes japoneses de automóviles esté en pleno apogeo. Los «tres grandes», «Toyota» (28.000 empleados), «Nissan» (30.000) y «Toyo Kogyo» (24.000), adquieren pequeñas firmas y así su volumen se acrecienta cada vez más. Vimos campos y tramos de pruebas de kilómetros y kilómetros de longitud, laboratorios y departamentos «styling». Oímos hablar de prototipos y de coches extranjeros sobre los que se hacen investigaciones completas, al igual que las de más fábricas automovilísticas mundiales se interesan por los coches de la competencia.

En ninguna otra parte existen tantos cerebros electrónicos. En cada oficina de la casa «Toyo Kogyo» (marca «Mazda»), de Hiroshima, se encuentra un tablón de anuncios luminosos, que muestra dónde se encuentran en ese momento los 24 jefes superiores de la fábrica, si en la oficina, o en el comedor, o en su casa. En todo momento se les puede localizar telefónicamente. «Toyo Kogyo» invirtió unos 570 millones de pesetas en el desarrollo del motor Wankel, que ahora se instala en un deportivo y dos coupés. Un único centro de mando a base de cerebros electrónicos vigila simultáneamente ocho motores Wankel en los bancos de prueba. Al igual que sus colegas europeos, los ingenieros de la «Mazda» vieron un gran futuro para los motores de tres tiempos.

La fabricantes japoneses de automóviles preveen para los años setenta un enorme negocio con la Unión Soviética y la China Roja, que hoy día no les compran ningún coche por razones políticas. «Algún día caerán estas barreras», nos explicó un jefe de ventas, «hasta entonces tenemos que conformarnos con los mercados de



Cadena de producción de «Honda 600», en la fábrica de los alrededores de Tokio. Se trata del modelo orgullo de la casa.



La empresa «Nissan» tiene sus propios barcos para exportar sus coches. Algunas fábricas están situadas a la orilla del mar.

JAPON

América, Australia, Sudáfrica, Corea e Israel. Ahora estamos dándole el mayor impulso posible al mercado europeo. Como es natural, no arriesgaríamos nada si no tuviéramos la certeza de poder triunfar a pesar de la tremenda competencia».

Más que los costes de transporte (10 por ciento) y de aduanas (20 por ciento), les preocupa la instalación de una red de sucursales y talleres de reparación. Barcos, máquinas de coser, cámaras fotográficas, relojes y transistores se venden con más facilidad; al cliente del automóvil hay que ofrecerle el servicio al mismo tiempo que el vehículo.

¿Coches japoneses baratos? Serán excepción. Allí, los coches son tan baratos o tan caros como los nuestros. Pasó ya la época en que los nipones trabajaban por sueldos miserables. Un ejemplo: Shotaro Ikeda, de treinta y dos años de edad, monta bloques de motor en la cinta sin fin, en los talleres de la «Toyota», cerca de la ciudad de Nagoya, millonaria en habitantes. Hace cuatro años ganaba alrededor de 6.000 pesetas al mes, hoy gana 10.000 como sueldo base; además tiene las primas, que las fábricas japonesas abonan dos veces al año. Come en la fábrica, vive en las baratas viviendas de «Toyota City» (110.000 habitantes, la réplica de la ciudad Fiat en Italia) recibe al igual que sus colegas europeos ayudas sociales y posee televisión, nevera y cochecito utilitario. Su afición predilecta, jugar al ping-pong y pasear durante el fin de semana con la mujer y los hijos.

Al igual que otros muchos japoneses, Shotaro Ikeda nos preguntó:

—¿Qué se piensa en Europa de nuestros coches? ¿Tendrán buen mercado?

No tienen por qué temer la comparación crítica. Estudiaron la competencia y eligieron de todos lo mejor: «styling» de Italia, motores y técnica de Alemania, métodos de acabado americanos. Sus coches siguen teniendo una línea europea, pero los modelos más recientes tienen ya un estilo propio. Por lo general, la fabricación es de primer orden, el mantenimiento, sencillo, el equipado interior, funcional y confortable. Suelen ser potentes, marchan silenciosos y consumen poco combustible. El peso de coche por caballo es más favorable que en los mode-

SIGUE

Centenares de coches «Bluebirds Nissan» esperando ser cargados en los buques que los esperan para ser enviados a U. S. A.



El «Toyota Crown» es un coche confortable de clasificación media. Tiene 6 cilindros y puede alcanzar hasta 165 km./hora.



El modelo «Toyota Crown» posee una serie de modernas ventajas. Véanse en esta foto sus cómodos asientos transformables.

los europeos, y hay abundancia de «extras» y pequeños alardes técnicos. Pero los frenos (en general, de tambor) y las construcciones de los ejes son anticuados. Un europeo adulto se quejará de escasez de espacio para las piernas en los asientos de atrás, y no le agrada el asiento delantero (junto al conductor se sientan dos personas; así los coches de clase media se convierten en seis-plazas).

Son, pues, buenos coches, pero ¿cómo han de ser llevados hasta los consumidores europeos? ¿Existe en realidad para Europa un «peligro amarillo»? Takuya Sakano, jefe de exportación en la «Toyota», nos informó generosamente de la estrategia que va a emplear su empresa en el mercado europeo. Nos encontrábamos en la sala de conferencias del edificio de oficinas de la «Toyota», en Tokio. Una muchacha nos traía paños calientes para la cara y las manos y nos servía el té verde.

—Ustedes tienen ya sucursales en Escandinavia, especialmente en Finlandia, pero también en los países del Benelux y en Suiza. ¿Cuándo y cómo piensan conquistar el mercado centroeuropeo?

—Por de pronto, tenemos ya contactos en Alemania, y comenzaremos a lanzarnos al mercado en la segunda mitad de mil novecientos sesenta y ocho. Que nadie cuente con una revolución; nosotros planeamos las cosas a largo plazo.

—¿Qué marcas venderán ustedes preferentemente y con qué posibilidades cuentan?

—Hemos pensado en el «Corolla 1100», que costará unas cien mil pesetas, y en el «Crown», dos con tres litros (unas doscientas mil pesetas). Esto quiere decir que en cuestión de precios tendremos ciertas ventajas, pero nuestras campañas de ventas las pensamos hacer basándonos, no en el precio, sino en la calidad de nuestros vehículos.

—Eso está bien, pero los clientes quieren tener estaciones de servicio lo más cerca posible. ¿No harán ustedes por ello concesiones en los precios?

—No, rechazamos en absoluto los precios «dumping». Al fin y al cabo, a lo que vamos es a hacer negocio, y tenemos que contar también con los altos precios de transporte y aduanas. Pero no tema: el servicio será bueno y la calidad, mejor.

—¿Qué opina de la competencia?

—Conocemos su calidad y a pesar de ello vemos para nuestros productos grandes posibilidades, gracias a nuestro excepcional téc-

JAPON

nica y acabado. Por ejemplo, la concepción del «Volkswagen» es extraordinaria, pero no tenemos miedo a su calidad.

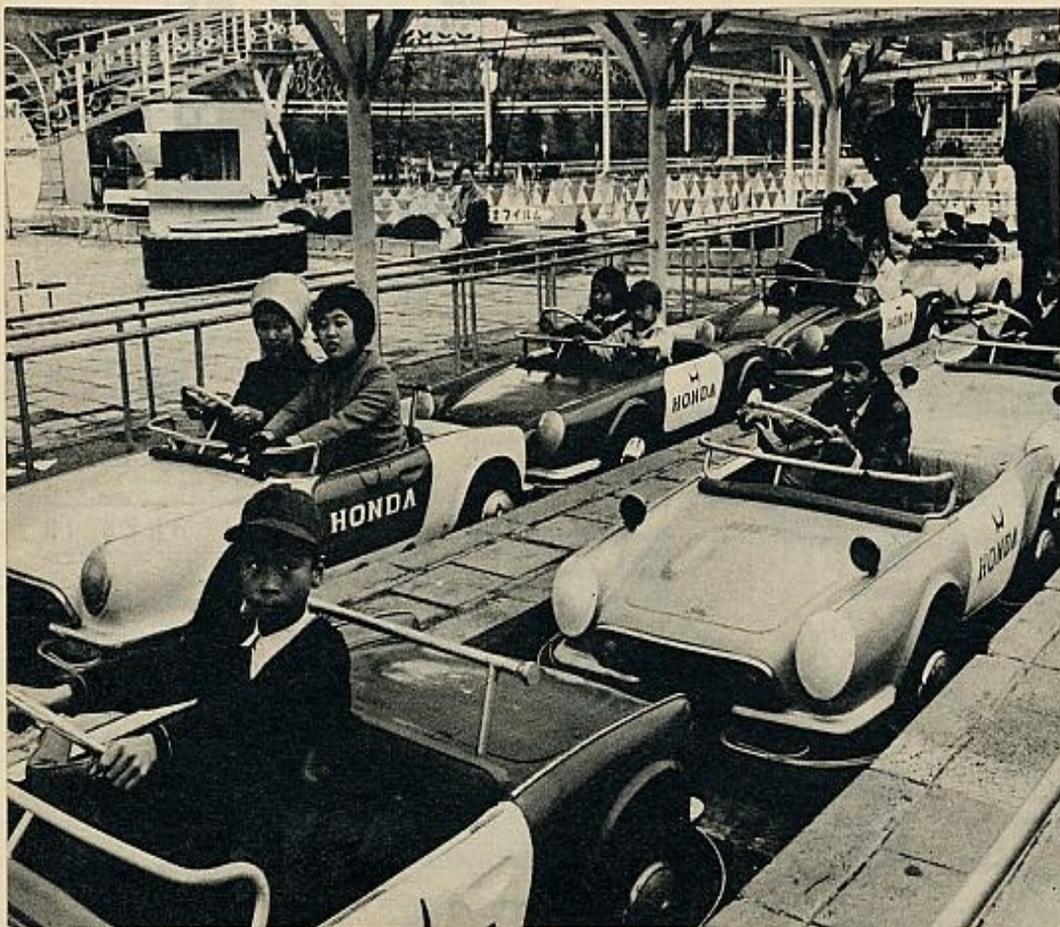
Nosotros pensábamos todo lo contrario, pero cuando al día siguiente pusimos a prueba los coches japoneses, comenzamos a comprender el punto de vista de Sakano. El «Corolla», parecido al «Opel Kadett», viene que ni pintado para el consumidor europeo: carrocería bonita y funcional, el interior bien equipado, fabuloso rendimiento (1.077 cc., 60 caballos, vel. máx. 143 km./h., aceleración desde cero a 100 km./h. en dieciocho con cuatro segundos), mínimo consumo de gasolina (8 litros).

Desde el punto de vista del precio, el «Crown» tendrá aún mayores posibilidades en Europa. Un coche familiar de línea clásica con gran espacio interior y en el portaequipajes y un motor de seis cilindros; 2,3 litros, que con sus 115 caballos alcanza una velocidad de 165 km./h.; muchos extras e incluso el cambio automático —una buena oferta por 200.000 pesetas.

La verdad es que un japonés se siente en Europa como un pequeño rey. «Honda», la fábrica automovilística japonesa más pequeña, pero la fábrica de vehículos a dos ruedas mayor y más victoriosa en las competiciones del mundo, se ha introducido con sus super-rápidos «800» deportivos justo en un hueco del mercado. Trabajo psicológico de precisión fue también la presentación del minicoche «N 600», justo en el instante en que el coche «Honda, formula 1», conducido por John Surtees, acaba de ganar el gran premio de Monza.

El jefe de la casa, Soichiro Honda, que nos condujo, en «Sayama City», la «fábrica de automóviles más moderna del mundo», no se ha quedado corto con sus pronósticos: en 1968 pretende vender sólo en Inglaterra 12.000 ejemplares del «N 600». Otros 10.000 en la República Federal Alemana. El pequeño monstruo (2 cilindros, 600 cc., 42 caballos, 140 km./h. velocidad máxima, y por encargo también con cambio automático), conseguirá eso con lo que las restantes fábricas japonesas aún sueñan hoy: conquistar una parte de las carreteras europeas.

STERN
RADIAL PRESS



Para enseñar a los niños las reglas del tráfico, la empresa «Honda» ha construido un parque que es uno de los mejores del país.



Chicos y mayores se divierten en el gran parque infantil de «Honda»; que no todo está pensado allí para servir a la técnica.