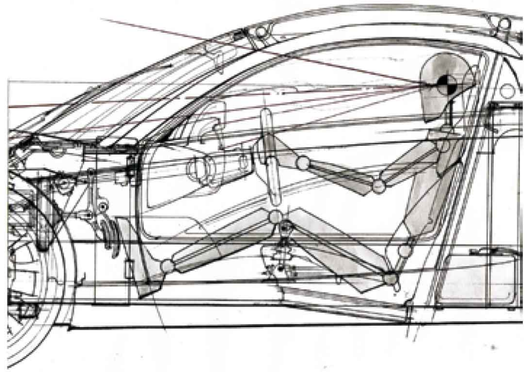
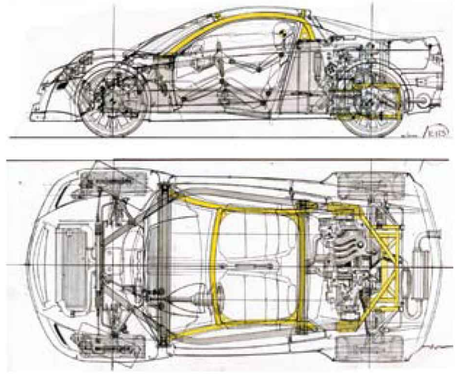
AUTO MEXICANO PARA EL MUNDO

Próximamente el MXT, segundo auto diseñado en México por Mastretta Design, estará listo para recorrer las calles del mundo

por Francisco Santiago





Hace más de 20 años, los hermanos Daniel y Carlos Mastretta fundaron la empresa Mastretta Design, la cual se especializa en el diseño de transporte, tanto en el sector público como privado. Han diseñado más de 60 modelos de autobuses urbanos y foráneos en diversas capacidades y configuraciones para carroceros y fabricantes. Han realizado el diseño conceptual de 26 vehículos, 12 de ellos a nivel de prototipo y han realizado autos réplicas para exportación en Estados Unidos y Japón.

Hace 15 años diseñaron su primer auto de nicho, el deportivo Mastretta MXA, con el cual obtuvieron el reconocimiento "Best in Show", en el certamen Component Car Show, en Carlisle, Pennsylvania, Estados Unidos. Ahora se encuentra en la etapa final el Mastretta MXT, su segundo auto deportivo.

"Hace 15 años trabajamos por primera vez en el diseño de un automóvil propio, el Mastretta MXA. Este auto se diseñó y produjo de 1993 a 1997, fueron en total 25 unidades que se vendieron en el extranjero como autos de nicho, carros desarrollados por marcas independientes, con una producción corta, y dirigidos a compradores especializados y coleccionistas", explica Daniel Mastretta en entrevista.

Por diversas razones, principalmente exceso de trabajo, durante casi 15 años no pudieron producir un segundo auto de nicho, pero ahora ya está el Mastretta MXT en fase final.

Para Mastretta Design ha sido difícil concluir el MXT, pues aunque en la etapa inicial contaron con el apoyo del CONACYT, ha sido un proyecto principalmente autofinanciado. "Si hubiéramos contado con los recursos suficientes, habríamos concluido el auto en tres años", afirma Daniel. "El tiempo promedio para la fabricación del MXT será de casi 5 años, de 2004 a 2009, con una inversión total aproximada de 18 millones de pesos, lo cual es muy poco si se compara con los autos prototipos que presentan las grandes marcas en ferias internacionales, los cuales llegan a costar hasta 2 millones de dólares y seis meses de trabajo".

El objetivo es que el MXT comience a circular por las calles del mundo en el 2009.

"La idea original es un auto de look avanzado con una presencia y carácter clásico. El diseño es muscular con una cabina estre-

MASTRETTA DESIGN

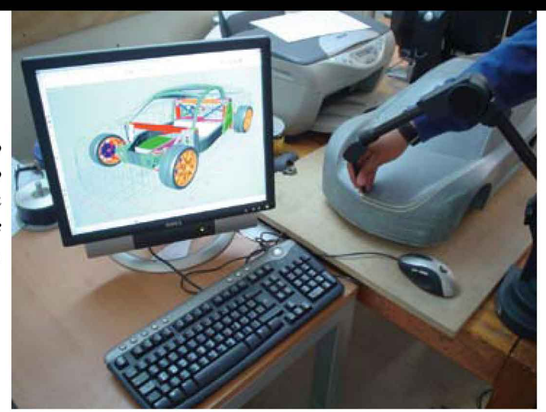
Empresa de diseño industrial especializada en el desarrollo de vehículos de bajo volumen. Fundada por Daniel y Carlos Mastretta, Daniel es responsable del área creativa y de diseño, y Carlos dirige la administración.

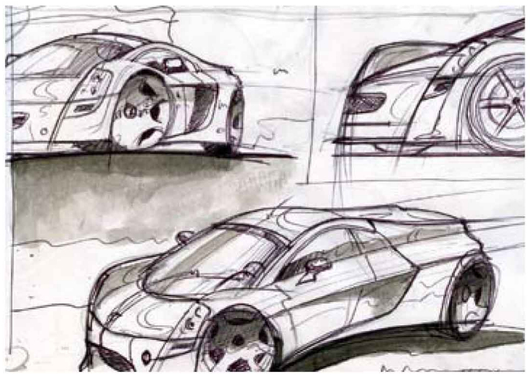
Entre sus principales clientes se encuentran Ayco, Volvo, Catosa, Electric Vehicles International, General Motors y varios más en el área de autobuses y componentes automotrices.

Sus desarrollos de carrocerías, es decir, diseño del chasis, interiores y acabados de autobuses, se integran a desarrollos mecánicos y eléctricos de camiones y autobuses de Volvo, Mercedez Benz y Volkswagen.

Como proyectos especiales, realizaron replicas de autos clásicos, el Corvette 1959 y el Speedster 1955, los cuales se desarrollaron por solicitud para clientes en Estados Unidos y Japón, respectivamente. Recientemente desarrollaron réplicas a escala de autos para niños, pata espacios como Kidzania o la Ciudad de los Niños.

En el proceso de diseño se trabaja con el software de Rhino





cha, salpicaderas altas típicas de los autos de carreras y diseño ergonómico", explica Daniel. "El auto se basa en una idea clásica y sencilla, sin detalles de moda. Es un desarrollo muy caro y el objetivo es que tenga una vida lo más larga posible. Aunque depende del mercado, lo ideal serían 10 años de vida. Aunque tal vez requiera de actualizaciones tecnológicas, el diseño debe mantenerse prácticamente inalterado. El Lotus Elise, otro auto de nicho, lleva 12 años con el mismo diseño y el Mastretta MXT será un competidor directo".

El Mastretta MXT es un auto de motor central transversal, ubicado en la parte trasera, de dos plazas, con una configuración de carga ideal para auto deportivo, top performance, componentes mecánicos de última generación, y diseñado y aprobado para funcionar bajo la certificación europea.

"El nicho de autos deportivos es muy natural para quien quiera hacer coches sin necesidad de competir con las grandes empresas automotrices. Es imposible competir con un sedan cuatro puertas, por que las principales empresas tienen diversas opciones a bajo costo", señala Daniel. "De tal forma que nos complementamos para ofrecer alternativas distintas, pero la complementación va más allá, todo el desarrollo tecnológico del motor y el sistema eléctrico será de una empresa automotriz, lo cual es totalmente válido, todas las marcas de nicho así funcionan. Nosotros hacemos chasis y carrocería pero le instalamos componentes mecánicos de una marca existente".

Daniel estima que en México debe haber mercado para vender 30 o 40 autos de nicho al año, pero en el mundo el mercado total es de 20 mil al año. "Nosotros queremos el uno por ciento de ese mercado". Señala también que los costos de los autos de nicho van de los 50 mil a los 500 mil dólares por unidad y que pretenden colocar el Mastretta MXT en un rango de 50 a 60 mil mil dólares. "El auto podría venderse hasta en 100 mil dólares, pero se trata de una marca aun desconocida".

Se calcula que los primeros años se podrían fabricar de 50 a 100 autos durante los primeros 2 años y a partir del tercero serían 200 unidades. La meta es que de este modelo se puedan fabricar y vender 1 mil unidades en el mundo.

Los países donde los autos de nicho son mejor aceptados son Inglaterra, Japón, Italia, Brasil, España, Emiratos Árabes, Malasia y China. Por otra parte, los principales países productores son Inglaterra, Holanda, Francia, Japón y Brasil. "El Mastretta MXT está diseñado para recorrer los caminos de Mundo", concluye Daniel•

EL BUEN DISEÑO VENDE

México carece de una cultura del desarrollo tecnológico propio, lo cual representa un obstáculo para realizar diversas iniciativas, como el diseño automotriz. Los empresarios están parcialmente convencidos de los beneficios del diseño pero aun no lo asimilan como una necesidad. "Si pueden lo evitan, cuesta todavía trabajo hacerlos entender que el diseño no es un gasto sino una inversión", expresa Daniel. "El buen diseño genera ventas aunque no es sencillo convencerlos".

Hablar del diseño como factor de ventas puede ser más claro, tal vez, cuando se trata de la etiqueta o el envase de un producto de consumo. Sin embargo, también es muy claro cuando se aplica a dimensiones mayores, como un autobús.

"Si los proyectos se ejecutan técnicamente en forma correcta, unos de los objetivos es optimizar los procesos para reducir los costos. Y una vez concluido el diseño, es natural que un producto más atractivo se vende mejor".

Recientemente diseñaron una nueva carrocería para Ayco con el objetivo de renovar un modelo anterior y cuando el autobús, dirigido al transporte público de pasajeros, estuvo a la venta, a través de la marca Mercedez Benz, el nuevo modelo registró un incremento del 20% en ventas.

"Se fabricaban anualmente 2 mil 500 unidades de este autobús, pero con el nuevo diseño, y el incremento ventas, durante el primer año se fabricaron 3 mil, y la participación de mercado que tenían en este segmento, que era del 45% se incrementó al 55%. Esto es un buen negocio".

El mercado en México de autobuses y camiones tiene un gran potencial y además son unidades que periódicamente requieren ser renovadas. "El mercado solito sostiene a la industria", afirma Daniel. "En México hay demanda, un mercado enorme, desarrollo en ingeniería, excelente mano de obra y todo con un bajo costo en relación a otros países. Por ejemplo, actualmente Volvo está exportando autobuses foráneos a Europa, es mucho más económico hacerlos aquí y con excelente calidad para responder a las exigencias europeas.

AUTOS DE NICHO

Existe una importante tendencia mundial en los autos y fabricantes de nicho, con más de 50 exitosos a nivel mundial, ventas anuales por más de 20 mil unidades y un mercado estimado en 2 mil millones de dólares.

Los siguientes son algunos de los autos más reconocidos en este peculiar mercado:

Modelo: *Saleen S7*
Producción anual: *150 unidades*
Costo: *600 mil dólares*
País: *Estados Unidos*

Modelo: *Spiker C8*
Costo: *320 mil dólares*
País: *Holanda*

Modelo: *Ascari KZ1*
Producción anual: *50 unidades*
Costo: *300 mil dólares*
País: *Gran Bretaña*

Modelo: *Donkervoort D8*
Costo: *110 mil dólares*
País: *Holanda*

Modelo: *Virago Coupe*
Costo: *75 mil dólares*
País: *Gran Bretaña*

Modelo: *TVR T350*
Producción anual: *800 unidades*
Costo: *60 mil dólares*
País: *Gran Bretaña*

Modelo: *Superformance*
Producción anual: *1 mil 500 unidades*
Costo: *60 mil dólares*
País: *Sudáfrica*

Modelo: *Lotus Elise*
Producción anual: *3 mil 500 unidades*
Costo: *50 mil dólares*
País: *Gran Bretaña*