

El Caso de Honda, Harvard y el Boston Consulting Group (BCG)

Hoy ya es historia que Honda triunfó en el mundo de las motocicletas y que desplazó en su crecimiento a fábricas y países de una larga tradición en esta materia.

El primer éxito de Honda fueron sus motos de pequeña cilindrada que le permitieron ocupar un segmento poco competitivo de la industria y, una vez que estaba asentada, con una marca reconocida y una gran red de distribuidores, fueron capaces de incorporar modelos más y más grandes y sofisticados hasta cubrir la gama completa de vehículos.

En 1975 el Gobierno Inglés contrata a una de las mayores y más famosas consultoras por aquel entonces, el BCG (Boston Consulting Group) para que analice las causas por las que la industria británica de motocicletas había sido barrida del mercado por sus competidores japoneses.

En un completo y formidable análisis -que pasó a ser caso de estudio en Harvard y en la Escuela de Economía de Londres- el BCG determinó que el éxito de Honda se había basado en una formidable estrategia fundada en los siguientes puntos:

a) Al desarrollar liderazgos de mercado en los segmentos de motocicletas más pequeñas (la famosa Honda 50 cc) lograba distribuir sus costos de producción, trasladando las ventajas de costos para las motos de mayor cilindrada y consiguiendo de este modo un precio final excepcional.

b) Al haber "cambiado el paradigma" de la motocicleta como vehículo de los "ángeles del infierno" (los feroces motociclistas de la campera de cuero y las cadenas) a un concepto de "el vehículo de

la gente linda" (la publicidad de Honda en EE.UU. se basó en este tema), logró incorporar como compradores al enorme mercado

familiar suburbano de los EE.UU. Un ama de casa podía subir a su "tierna" Honda 50 para ir a hacer sus compras sin necesidad de pintarse una Svástica en el brazo, ni de colocarse su campera negra con la foto de satán en la espalda.

c) Tuvieron la audacia de romper los canales tradicionales de comercialización de motocicletas, incorporando a las tiendas de deportes y los grandes supermercados.

Esta "pieza maestra de la estrategia corporativa" según el BCG, había logrado modificar por completo una industria que, hasta ese momento, se asentaba en grandes motocicletas y que estaba dominada por Italia (en el segmento medio) y por Alemania, Inglaterra y los EE.UU. en la gran cilindrada.

Impecable estrategia la de los japoneses!, ni un fallo, ni un error, ni una duda. Casi de modo "maquiavélico" y a gran velocidad, avanzaron sus piezas en un ajedrez implacable y se quedaron con el mercado mundial!

Así se estudia el caso en las Escuelas de Negocio de todo el mundo.

Dicho sea de paso, los japoneses de Honda llegaron a EE.UU. en 1959; en 1960 vendieron apenas 2500 motocicletas por un total de \$ 500.000 y cinco años después -en 1965- facturaban 77 millones de dólares (vaya resultados)

Tres tristes tigres...

~~~~~

En la década de los 80' un académico de Oxford, de nombre Richard T. Pascale se tomó el trabajo de entrevistar a los Directivos de Honda y recoger SU VERSION sobre este proceso, lo que publicó en una reconocida nota ("Perspectives on Strategy: The Real Story Behind Honda's Success") en la California Management Review.

Si les sirve el dato, esta nota se vende en la Harvard Business Review por \$ 6.50 si la desean.

<http://www.harvardbusinessonline.com>

Y qué comentaron estos sobre la "sofisticada estrategia" que por el estudio del BCG se estudiaba ya en las principales Escuelas de Negocios?

- Kiachiro Kawashima el responsable de la operación cuenta que viajaron a EE.UU. en 1958 y visitaron cinco ciudades para explorar el mercado, en las cinco fueron friamente tratados por los vendedores de motocicletas que veían con sorna a estos "pobres japonesitos", recién derrotados en la Guerra y que venían a vender esas "motitos de juguete", nada más ni nada menos que al país de las "grandes motos".

- El Proyecto parecía un desastre, pero finalmente se decidieron por Los Ángeles y en 1959 alquilaron un depósito y un pequeño departamento de un ambiente. Los cuatro ejecutivos que enviaron tenían que dormir en el piso y se turnaban para ocupar la única cama disponible.

- Ante sus continuos fracasos en ser aceptados en el circuito de comercialización de motocicletas, estuvieron a punto de abandonar, hasta que unos ejecutivos de Sears se interesaron en las pequeñas motos para vender como "novedades" en la sección deportiva de sus tiendas (canal inusual para una motocicleta).

- Por otro lado, su famosa publicidad "La moto de la gente linda" que tanto impacto causó en las amas de casa y en los estudiantes de secundaria (los primeros usuarios de estos vehículos "de juguete") fue obra de un estudiante de la Universidad de los Angeles, que luego su profesor insistió en colocar en la Agencia Grey Advertising.

Los directivos japoneses se opusieron al concepto, pero la Agencia insistió y la publicidad (la que finalmente "redefinió" el mercado) se inició como una prueba tentativa.

Lo único REAL que pusieron los japoneses fue PERSISTENCIA, SACRIFICIO, CAPACIDAD DE APRENDIZAJE y FLEXIBILIDAD AL CAMBIO.

Toda la supuesta "estrategia diabólica" fue producto de casualidades, suerte y oportunidad.

Parafraseando el título de Pascale creo que la conclusión de esta nota es clara.

Lea y aprenda de los análisis de casos y de las entrevistas a empresarios "famosos y exitosos", concurra a los Seminarios, Charlas y Conferencias, escuche de todas esas personas "maravillosas" que

como el Rey Midas lo que tocan lo convierten en oro, pero JAMAS se sienta derrotado porque las cosas no salen "de perlas" desde el primer intento.

El mérito de los ejecutivos de Honda (y de casi todos los ejecutivos que le cuenten la "verdadera historia") fue la persistencia, el coraje, el sacrificio, el permanente insistir e insistir, su capacidad de modificar una y otra vez sus premisas y... bueno, para que negarlo, también un poco de SUERTE (que siempre viene, no vaya a creer...).

## Análisis de casos: Toyota- Honda y Adidas.

**Guía para el análisis de casos: Fabricantes automotrices captan la generación Y 1. Breve resumen del caso (o de la historia de la compañía)** Luego de 1949, por los efectos de la guerra, Toyota estaba casi en la quiebra, y fueron dos bancos japoneses que le proporcionaron capital de explotación para la división de producción y ayudaron a salvarla. Desde ese entonces Toyota ha venido creciendo rápidamente, siendo el mayor productor de autos de Japón, convirtiendo a este país en el mercado automovilístico de más alto desarrollo en el mundo industrializado. Los productos de Toyota se volvieron internacionalmente importantes después de los 60s con la radicación de instalaciones técnicas y de desarrollo en Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido.

Toyota vende en el extranjero casi una cuarta parte de su producción total, logrando ser la empresa que mayor cantidad de divisas recibe en Japón. Y en su país, ha incrementado su participación en un mercado en expansión, teniendo en cuenta la habilidad y previsión de sus clientes.

Esto se logra teniendo en cuenta que los dirigentes de las industrias automovilísticas de Japón no son de tradición prolongada y opresora, lo que les permite una importante iniciativa y flexibilidad. con una adopción de estilo occidental, se permitió una rápida aceptación en este mercado y en otros importantes a nivel mundial.

Toyota se concentró en la estrategia de "reducción permanente de costos" requiriendo un fuerte control de la organización productiva (en relación a los proveedores) y de relación salarial, honda se orientó a una estrategia de "innovación y flexibilidad", basada en la capacidad de crear y copiar nuevos productos con rapidez así como alterar la organización con celeridad frente a las variaciones de la demanda.

Por otra parte, Honda fue fundada en 1946 en Hamamatsu (Japón).La empresa arrancó cuando consiguió impulsar una bicicleta con un pequeño motor auxiliar. Esta anécdota, junto con la filosofía de su fundador, se ve reflejada en el actual lema de la empresa, The Power of Dreams (el Poder de los Sueños), y en el espíritu innovador de la compañía. "Los productos Honda son conocidos en el mundo no sólo por su buena calidad, sino también por la filosofía tras ellos: nuestra política es crear cosas que sirvan a los intereses de la gente".

En el 2008 Honda consiguió en su primer año el campeonato de la Formula 1 con unos resultados espectaculares. La empresa ha centrado sus esfuerzos en la estrategia de movilidad sostenible que desarrolla desde hace casi 4 décadas, orientada a los autos ecológicos, como los híbridos y los impulsados por pila de combustible de hidrógeno, como el nuevo Insight.

Además, fabrica motores para distintos usos, como lanchas o equipamiento para el jardín o de uso doméstico. La compañía es conocida por fabricar vehículos que no necesitan continuas reparaciones y que pueden ser muy duraderos. En la actualidad, Honda fabrica 24 millones de motores anuales (datos de 2008) y es líder mundial en producción y comercialización de motocicletas, el mayor fabricante mundial de motores de combustión interna y una de las 40 mayores corporaciones mundiales (ranking Global 500 de 2008 de la revista norteamericana Fortune).

### 2. Situación planteada

Los fabricantes automotrices centran su atención en el público de la Generación 'Y' considerados como un público joven que envejece y por ende los fabricantes japoneses de automóviles deben crear lealtad por sus marcas entre la juventud de Estados Unidos, ya que son ellos quienes más equiparan sus automóviles con accesorios de estilo japonés con el fin de personalizar sus vehículos. La situación está enmarcada por el deseo de Toyota y de Honda de presentarles algo nuevo a sus compradores, para ello lanzan un vehículo 'raro' dirigido a los jóvenes con la convicción de que por llevar un estilo Hip Hop lo aceptarían inmediatamente, pero estos vehículos solo tuvieron aceptación con el paso del tiempo; en el caso de Honda el Element fue aceptado en su mayoría por gente mayor, de otra parte Toyota lanzó

al mercado una minivagoneta llamada Scion xB como respuesta a la propuesta de Honda, pero las reacciones ante este nuevo modelo no fueron positivas puesto que no cubría las expectativas del público joven al que estaba dirigido, solo unos años después tuvo respuesta por parte de un público que nunca había adquirido un vehículo Toyota antes logrando sobrepasar su meta de ventas.

### **3. Misión HONDA**

Dedicarnos a suministrar productos de la más alta calidad, pero a un precio razonable para la satisfacción del cliente en todo el mundo. Operar bajo los principios básicos de "Respeto por el individuo" y "Las Tres Alegrías" - normalmente se expresan como La alegría de la compra, la alegría de venta y la alegría de crear. "Respeto por el individuo" refleja nuestro deseo de respetar el carácter único y la habilidad de cada persona, confiar unos en otros como iguales, con el fin de hacerlo lo mejor posible en cada situación.

### **Misión TOYOTA**

Ofrecer a nuestros clientes automóviles de la prestigiosa marca Toyota, basada en una entrega de calidad, seguimiento de postventa y servicio de calidad a precios adecuados para satisfacer las necesidades de movilidad de nuestros clientes con un respaldo tecnológico y de calidad logrando al mismo tiempo una rentabilidad para nuestros accionistas.

### **4. Visión HONDA**

Servir a la humanidad a través de nuestros compromisos globales para ayudar a proteger el medio ambiente y mejorar la seguridad en una sociedad móvil. Continuar siendo una empresa innovadora, líder en el ámbito de la movilidad humana avanzada con un portafolio de productos que tienen una cobertura bien planificada para ofrecer productos para la movilidad por tierra, mar y aire.

### **Visión TOYOTA**

Tenemos líderes en cada uno de nuestros puestos para la plena satisfacción de los clientes. Somos una empresa enfocada al servicio, por lo que innovamos constantemente para exceder los estándares establecidos. Nuestra visión es a largo plazo, ya que la relación con nuestros clientes no termina con la venta de un automóvil, justamente en ese momento es cuando comienza.

**5. Análisis Crítico (Situación Planteada: sustentar con gráficos, tablas, cifras, publicidad)** La situación planteada nos muestra que Toyota ha tenido gran aceptación en el mercado americano principalmente en el público joven con una apreciación positiva de la innovación que implementa Toyota en sus estrategias, así podemos observar según la gráfica que el 32% de las ventas totales de Toyota se centran en Norteamérica.

El Element creado por Honda se convirtió en un favorito inmediato para las pequeñas empresas, amantes del aire libre y los dueños de mascotas, pero después de un largo ciclo de vida, buscando la utilidad los clientes han adoptado más recientemente otros vehículos de la gama Honda, como el versátil y confortable CR-V. El Honda Element entró en un nuevo territorio cuando debutó en el año 2003, proporcionando un área de carga multifuncional, innovadora y versátil para sentarse, un interior resistente y fácil de limpiarlo. Mejoras importantes se realizaron a través de los años incluyendo más potencia y características de seguridad en el modelo del año 2007 e incluso el lanzamiento en 2009 del Dog Friendly paquete de accesorios. Ha logrado ventas de más de 325.000 vehículos en los Estados Unidos desde su lanzamiento en diciembre de 2002.

De otro lado. Toyota para realizar su campaña publicitaria usaba posters en los teatros de cine y publicidad por TV dirigida a los consumidores.

### **6. Factores Claves (de éxito o de fracaso)**

- El factor de fracaso del Element propuesto por Honda fue que su aceptación se dio por parte de gente mayor y no del público joven al que estaba dirigido, ya que su precio era muy alto 18.300 dólares impidiendo su comercialización en varios de los mercados en los que participa Honda, dejando como resultado el cese de fabricación del vehículo en el 2010; además las necesidades del cliente y la demanda han cambiado y Honda debe seguir la tendencia.

- Un factor de éxito de Honda en el mercado es la variedad de sus productos y la innovación que estos traen consigo, por ejemplo Honda desarrolla, fabrica y comercializa una amplia variedad de productos, desde pequeños motores de propósito general y scooters, además Honda busca masificar la comercialización de vehículos especiales como vehículos híbridos y de hidrogeno.
- En cuanto a Toyota, su factor de fracaso fue crear un auto caja que no iba con los gustos de los jóvenes en el 2003, al comienzo su modelo Scion xB no fue bien aceptado por ser considerado un “autobús payaso”, sin embargo en el 2006 tuvo gran aceptación por parte de un público foráneo que no tenía experiencia con la marca lo que se convirtió en un éxito cuando la marca superó su meta de ventas de 150 mil vehículos.
- En el mercado actual Toyota se encuentra en el primer lugar del ranking mundial de fabricantes de automóviles, su éxito se fundamenta en su habilidad para desarrollar aspectos tales como liderazgo, cultura, equipos, idear estrategias, desarrollar relaciones con los proveedores y mantener en esencia una organización aprendiente. En otras palabras el éxito de la empresa no radica solamente en la estrategia de excelencia operacional, sino que es el resultado del continuo equilibrio entre el rol de las personas en una cultura organizacional que espera y valoriza la mejora continua, y un sistema técnico focalizado en alcanzar un flujo de valor agregado.

## 7. Recomendaciones

Persistir en la aplicación de técnicas innovadoras para así cumplir con mayor claridad las expectativas del público joven para con ello permear en un mercado relativamente nuevo y no sólo basarse en los clientes actuales.

## 8. Respuestas a preguntas formuladas

CASO 7-1

LOS FABRICANTES AUTOMOTRICES CAPTAN LA GENERACIÓN “Y”

### PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Por qué los fabricantes automotrices japoneses captan a la generación Y?

Porque su base de clientes envejece y los fabricantes automotrices deben crear lealtad de marca en la juventud, ya que esta generación representa un factor clave para la industria automovilística.

2. ¿considera que Honda y Toyota usan la estrategia correcta al crear nuevos vehículos como Element y Scion?

Si porque debían superar su problema generacional (sus compradores se envejecen) y atraer compradores más jóvenes, además estas empresas consideran que sus consumidores de la generación Y debían probar algo nuevo. Tal es el caso de Toyota con su vehículo Scion xB que aunque no fue considerablemente aceptado, resultó ser muy popular en los jóvenes permitiéndole a la empresa aplicar técnicas innovadoras para la venta de automóviles adentrándose en el estilo de vida de su público joven, para ello organizan eventos promocionales, patrocinan festivales de cine, han creado una línea de ropa y además tienen su propio sello discográfico Scion A/V para artistas independientes del género musical hip hop; todo lo mencionado anteriormente con el objetivo de que su marca resulte más atractiva para los jóvenes.

3. ¿Está de acuerdo con la decisión de Toyota de limitar el número de vehículos Scion disponibles para la venta?

Si debido a que en un comienzo el intento de Toyota de atraer compradores jóvenes fue juzgado sin éxito, logrando sin embargo, unos años después exceder su meta de ventas con un porcentaje elevado (80%) de consumidores que nunca antes habían adquirido un Toyota; estamos de acuerdo con la decisión porque la marca Scion logró sobrepasar su meta, colocar más vehículos a la venta para un público que no era el de su propia marca significaría un riesgo por pérdidas si producía más de los 150 mil vehículos que había vendido con oferta abierta a consumidores foráneos.

## 9. Conclusiones

Tanto Honda como Toyota han atravesado un camino difícil para lograr ser las grandes empresas automotrices que son ahora. Entre las dificultades que han tenido que enfrentar se encuentra la mostrada en este caso, del auto que diseñaron para los jóvenes, el vehículo raro estilo Hip Hop que pensaron que sería el adecuado debido a los gustos de los jóvenes, pero resulto lo contrario, y tuvieron que darle un nuevo enfoque y buscar uno nuevo para ofrecer a este mercado, lo que demuestra que no siempre se conoce el mercado objetivo, incluso las compañías grandes pueden equivocarse en este

aspecto, pero lo importante es saber cómo solucionarlo de manera que no cause mucho sobre costo ni mala publicidad.

## Historia de Honda



Honda fue fundada en 1946 en Hamamatsu (Japón) por el ingeniero **Soichiro Honda** con el nombre de Honda Technical Research Institute (Instituto Honda de Investigaciones Técnicas). La empresa arrancó cuando Soichiro Honda consiguió impulsar una bicicleta con un pequeño motor auxiliar. Esta anécdota, junto con la filosofía de su fundador, se ve reflejada en el actual lema de la empresa, The Power of Dreams (**el Poder de los Sueños**), y en el espíritu innovador de la compañía, que define su misión como **“ofrecer productos que contribuyen a la mejora de la movilidad de las personas y al bienestar de la sociedad”**. Soichiro Honda sintetizó en cierta oportunidad la filosofía de su empresa expresando que **“los productos Honda son conocidos en el mundo no sólo por su buena calidad, sino también por la filosofía tras ellos: nuestra política es crear cosas que sirvan a los intereses de la gente”**.

### Honda en España

---

La actividad de Honda en España comenzó en el año 1986, con la adquisición de Montesa, la firma de motocicletas española. Honda Automóviles España S.A. (HAESA), filial de la división de automóviles de Honda Motor Co., Ltd., se constituyó el año 1988. Actualmente, la sede se encuentra en El Prat de Llobregat (Barcelona).

Honda tiene en Barcelona otras cuatro divisiones de negocio: la fábrica de **Montesa- Honda**, división de fabricación y comercialización de motocicletas; el Honda Logistic Center, desde donde se distribuyen piezas a todo el sur de Europa; Honda Finance y la división de Power Products.

### Fundador

---

#### **Soichiro Honda**

Una Chispa Detonante Cautivado por el rugir de los motores, enganchado al poder de la combustión, Soichiro Honda nació para crear vehículos incluso antes de poder conducirlos. Lo llevaba en la sangre. Nacido en Noviembre de 1906 y tercer hijo de un herrero, el interés de Soichiro Honda en las máquinas comenzó mientras ayudaba a su padre a reparar y mantener las bicicletas. Pero es en un momento de su niñez cuando se enganchó sin remedio y para siempre a todo lo largo de su ilustre carrera que hizo de Honda lo que es hoy – en un encuentro ocasional con un motor de combustión.

En su camino hacia la ciudad, siendo un chaval, Soichiro oyó el inconfundible sonido de un coche – un raro encuentro a principios del siglo XX en Japón. Mientras otros lo miraban, confundidos y asustados por el ruido, el chaval, simplemente, se volvió y corrió tras él, **“Me volví y alcanzarlo fue lo más importante del mundo para mí”**, dijo más tarde. **“No podía entender como se movía por sus propios medios. Sin saber el porqué, me encontré persiguiéndolo por la carretera, corriendo tan rápido como podía”**.

Con los conocimientos de ingeniería y mecánica adquiridos gracias su padre, en 1937, Soichiro inauguró una fábrica de segmentos de pistón y comenzó a estudiar metalurgia. En 1946, la antesala de la II Guerra Mundial, vendió su negocio para fundar el Honda Technical Research Institute (Instituto Honda de Investigaciones Técnicas). Considerando la necesidad imperiosa de transporte básico en un Japón desgarrado por la guerra, juntó un equipo de personas imbuidas por las mismas ideas y en 1948 estableció Honda Motor Co. Ahora estaba a punto de comenzar su auténtica tarea.

Durante los años 50, Soichiro produjo gran cantidad de innovadores diseños que hicieron de Honda el líder mundial en la ingeniería de motocicletas. Inspirado por las carreras del TT de la Isla de Man (Tourist Trophy), cuando visitó Europa por primera vez en 1954, Soichiro se puso como meta triunfar en las carreras, sabiendo que esto podría beneficiar en gran medida a Honda y su excelente ingeniería. Cuando se retiró en 1973 dejó la compañía en las capaces manos de Kiyoshi Kawashima. Entonces, Soichiro, se dedicó totalmente a la Fundación Honda, buscando la armonía entre la tecnología y el medio ambiente. Habiendo cumplido incontables sueños a lo largo de medio siglo, aquel joven, todavía encantado por su primer encuentro con un vehículo a motor en aquellas calles polvorientas, murió en 1991.

## Hitos históricos de Honda (En el mundo de las motos)

---

**1946:** Fundación de Honda R&D Co. Ltd., por Soichiro Honda en Hamamatsu.

**1947:** Lanzamiento del primer producto de Honda, el modelo A, una bicicleta equipada con un pequeño motor.

**1948:** Honda Motor Co. Ltd. Nace la nueva sociedad con la denominación que perdura en la actualidad, sucesora de la fundada en 1946.

**1949:** Lanzamiento de la primera motocicleta Honda, la Dream D-Type.

**1953:** Lanzamiento del primer producto de la gama power product, el motor modelo H.

**1958:** Lanzamiento de la motocicleta Super Cub C100, que será todo un éxito.

**1966:** Honda consigue el premio de constructores en todas las modalidades en el Campeonato del Mundo de Motociclismo.

**1968:** Honda alcanza la cifra de 10 millones de motocicletas producidas.

**1974:** Sale al mercado estadounidense la Gold Wing GL1000.

**1982:** El XR500R consigue la victoria en el rally París-Dakar.

**1986:** Honda adquiere la mítica firma española de motocicletas Montesa y empieza la producción de motocicletas en España.

**1987:** Lanzamiento del primer sistema antibloqueo de frenos para motocicletas.

**1988:** Se establece Honda Automóviles España, S.A.

**1989:** Establecimiento en el Reino Unido de Honda Motor Europe, Ltd.

**1997:** La producción acumulada de motocicletas llega a los 100 millones a nivel mundial.

**2001:** Lanzamiento de la megascooter Silver Wing.

**2001:** Victoria en la categoría de 500 cc en el Campeonato del Mundo de Motociclismo.

**2003:** Aparece la Pantheon, la primera motocicleta equipada con un sistema de alimentación electrónico.

**2003:** Honda consigue de nuevo el Campeonato del Mundo de MotoGP de pilotos y constructores.

**2004:** Honda Automóviles España inaugura una nueva sede corporativa

**2004:** El piloto español Dani Pedrosa, Campeón de Mundo de 250 C.C. pilotando una moto Honda.

**2006:** Honda lanza la Gold Wing Airbag, la primera motocicleta en el mundo en incorporar un sistema de airbag.

### Soichiro Honda

(Hamamatsu, Japón, 1906 - Tokio, 1991) Industrial japonés fundador de Honda, uno de los grandes gigantes asiáticos del mundo del motor. Hijo de un

herrero, abandonó los estudios a la edad de siete años y trabajó durante seis años en Tokio, en un taller de reparación de coches. A los veintiséis años fundó la Toukai Precision Machine Company, que se dedicaba a la producción de anillos de pistón. Al mismo tiempo cursó estudios en la Escuela de Ingeniería de Hamamatsu.

Tras la Segunda Guerra Mundial vendió su factoría a Toyota, y con el dinero de la venta emprendió la fabricación de motocicletas, que alcanzaron rápidamente un gran prestigio y popularidad. Su reputación aumentó en 1949 con la fabricación de la motocicleta Dream, a la que siguió la Cab, un éxito de ventas arrollador. En 1948 había fundado la Honda Motor Company y un año después tuvo el acierto de poner al frente de la administración de la compañía a un eficaz gestor y amigo, Takeo Fujisawa, mientras el propio Soichiro se centraba en la innovación técnica.



Soichiro Honda y Takeo Fujisawa

Posteriormente, Honda se dedicó también a la producción de coches, pero la empresa se hizo famosa como la mejor fabricante de motocicletas del mundo. El crecimiento de Honda a principios de los 50 fue espectacular, y su solidez le permitió capear la fuerte crisis económica que causó en Asia la Guerra de Corea. La década de los 60 supuso la consagración de Honda como fabricante de motos de competición, después de que en 1966 obtuviese la victoria en la categoría de constructor en los grandes premios de 50, 125, 250, 350 y 500 centímetros cúbicos. En cuanto a las motocicletas comerciales, Honda lanzó en 1958 al mercado uno de sus modelos más exitosos: la Super Cub C100, que en 1963 recibió el premio French Mode Cup.

El imperio Honda caminaba con paso firme gracias a la obsesión de su fundador por innovar constantemente, más allá de la comercialización, que nunca fue el punto fuerte de Soichiro. En los 70 le tocó el turno a los automóviles, que Honda había comenzado a fabricar en 1963. En 1972 la compañía produjo su primer Civic y cuatro años más tarde el modelo Accord, justo cuando Honda ya había vendido un millón de unidades del Civic.



Soichiro Honda cedió la presidencia de la firma a Kiyoshi Kawashima en 1973, y se centró desde entonces en la Fundación Honda, creada en 1977, y en el Instituto de Investigación Honda, que había fundado en 1960. Su trayectoria se vio reconocida con innumerables galardones; en 1989 ingresó en el Salón de la Fama del Automóvil, y en 1990 le fue concedida la medalla de oro de la Federación Automovilística por sus contribuciones al desarrollo de la Fórmula 1.

Soichiro Honda

(1906/11/17 - 1991/08/05)



Soichiro Honda

Industrial japonés

Nació el 17 de noviembre de 1906 en **Hamamatsu, Shizuoka, Japón**. Hijo de agricultores, logró vencer las estrechas fronteras de su pequeño pueblo natal en Japón para construir un verdadero imperio.

Su fascinación por los motores se inició a muy temprana edad. Fue a los dos o tres años - según él mismo relató-, cuando vio por primera vez una máquina de descascarar arroz en la plantación de su padre. Fue tan profunda esa experiencia que él quedaba absorto observándola todas las tardes, en compañía de su abuelo.

Su padre creó en su pueblo, el primer taller de reparación de máquinas agrícolas y, luego, de bicicletas. Siendo un adolescente, se hizo admirador de **Napoleón**. Una sola lectura de su biografía marcó a fuego su vida. Y es que el joven encontró en ella sorprendentes similitudes con su vida. Porque, como él, Napoleón era bajo de estatura y había nacido en una isla.

Su vida transcurría entre máquinas y la apasionada lectura de una sola cosa: **El mundo de las ruedas**, una revista de mecánica automotriz. En un aviso de la revista, requerían un aprendiz de mecánico en la compañía automotriz **Hart Shokai**, de Tokio. A los 15 años ya estaba trabajando en ella. La experiencia no fue grata. En realidad, su tarea en la fábrica consistía en cuidar al bebé de su empleador, Saka Kibara. Ponía al bebé en su espalda y paseaba por el taller viéndolo todo. Así amplió sus primeros y artesanales conocimientos de mecánica.

Seis años después, y convertido ya en un **mecánico** dotado e ingenioso, el dueño le propuso encargarse de una sucursal de Hamamatsu, el taller de reparaciones de herramientas agrícolas de la empresa, en su pueblo natal. En su nueva tarea destacó por su agudo ingenio. Aceptaba reparaciones que los otros dos talleres rechazaban por ser casi imposibles. A los 30 años elaboró los aros de metal, que reemplazaron a los de madera. Fue su primer gran invento.

Se lanzó al proyecto de reformar los pistones. Convenció a sus socios conservadores y fundó un negocio propio: **Tokai Seiki**, empresa industrial de producción de **segmentos de pistón**. Sin los conocimientos científicos para cumplir con la tarea, fracasó. Había quemado todas sus naves en el intento. Enfermó por la decepción, pero volvió a la carga dos meses después: se inscribió en la universidad. Sus estudios duraron poco: sólo dos años. El motivo: lo expulsaron porque asistía sólo a las clases referidas a segmentos de pistones, a ninguna otra.

En 1924, con 18 años, diseñó un deportivo con un motor de ocho litros, el *Curtiss Special*. Regresó a su empresa y elaboró los pistones con las características requeridas. Tokai Seiki no sólo renació sino que logró una

envidiable reputación en su ramo. En 1945 la **II Guerra Mundial** estaba causando estragos por todo Japón. Los bombardeos aéreos norteamericanos destruyeron ese año todo lo que había empezado. La industria de transporte automotor estaba destruida. El único medio para la movilización masiva que quedaba era la bicicleta. Soichiro Honda pensó en ponerles motor a las bicicletas. Al comienzo en pequeña escala, combinando esa tarea con la de montaje de motores. Pero decidido a fabricarlas en serie y el 24 de setiembre de 1948, Soichiro creó **Honda Motor Company**. Pero una vez más vio el fracaso: el motor, al que paradójicamente llamó **Dream**, se convirtió en una pesadilla. Era demasiado pesado para una moto y había que reducirlo. Otra vez quedó al borde de la bancarrota.

Comprendió los límites de trabajar solo y no tener conocimientos de administración. Se rodeó entonces de los mejores asistentes y buscó la ayuda de **Takeo Fujisawa**, administrador de gran talento. Así reelaboró su modelo y creó uno revolucionario, más rápido y silencioso que el anterior. Diez años más tarde todos los fabricantes del mundo lo copiaron. La nueva máquina logró un éxito rotundo. Se fabricaban 900 unidades por mes, lo que lo impulsó a crecer e instalar fábricas en otras localidades de Japón. Con las no pocas dificultades que tiene quien no pertenecía al establishment japonés, convenció a los bancos para que le otorguen un crédito. Con eso modernizó su fábrica. Pasó a producir 25 mil unidades mensuales. Con esos ingresos creó 13 mil concesionarios y cinco fábricas que llevaban su nombre.

Soichiro Honda se convirtió en millonario. Viajó a Europa y compró las mejores motocicletas disponibles. De regreso, las desarmó y estudió meticulosamente. A partir de ellas creó su propia moto de carrera. La reputación de sus motos creció tan rápido como las filiales de Honda en el orbe. "En ese momento había llegado el momento de lanzarme a la realización de otro sueño". Intentar la victoria en la **Fórmula 1**. Lo consiguió.

En 1962, la Sociedad Honda anunció que se lanzaría a la fabricación de automóviles. Como constructor de coches debutó en 1963, con un pequeño deportivo, el **S500**, que tomaba soluciones de las motos, como

la transmisión por cadena. Luego vinieron el **S600** y el **S800**, y, más tarde, los mini, las berlinas, los utilitarios y los grandes deportivos. Aquí como sucedió con las motos, fue con los triunfos en las competencias que se instaló en el mercado. Honda vio cristalizado su sueño el 24 de octubre de 1965, fecha en que logró el primer puesto de la competencia.

Había vencido a máquinas como **Ferrari** y **Lotus**, con muchos más años de competencia e investigaciones. Fortalecido por sus éxitos, Honda decidió fabricar vehículos para el gran público en 1967. Fiel a la experiencia de las motos de consumo económico, se propuso fabricar vehículos pequeños. Con la crisis del petróleo, en ese momento todavía imprevisible, fabricar autos de bajo consumo iba a darle una formidable ventaja sobre sus competidores, preocupados más por el diseño de automóviles grandes. La compañía Honda inundó el mercado con un auto que los consumidores le arrancaban literalmente de las manos: el **Honda Civic**. No contento con ello, instaló en sus automóviles un sistema de anticontaminación e inicio la robotización precoz de sus fábricas.

Soichiro Honda falleció el 5 de agosto de 1991 en **Tokio**.

#### LOS FUNDADORES

Honda fue fundada en 1946 en Hamamatsu (Japón) por el ingeniero Sōichirō Honda con el nombre de Honda Technical Research Institute (Instituto Honda de Investigaciones Técnicas). La empresa arrancó cuando Sōichirō Honda consiguió impulsar una bicicleta con un pequeño motor auxiliar. Esta anécdota, junto con la filosofía de su fundador, se ve reflejada en el actual lema de la empresa, The Power of Dreams (el Poder de los Sueños), y en el espíritu innovador de la compañía, que define su misión como "ofrecer productos que contribuyen a la mejora de la movilidad de las personas y al bienestar de la sociedad"





## Soichiro HONDA

Nacido el 17 de noviembre de 1906 en Komyo en el centro de Japón, Soichiro Honda era el mayor de una familia de nueve hijos. Su padre trabajaba como mecánico de bicicletas. Aprendió el oficio trabajando de aprendiz en un garaje de Tokio.

Aunque fue un buen alumno, detestaba la rudeza de las condiciones sociales que aún prevalecían en el Japón de esa época. En 1925, Yuzo Sakakibara, su patrón, le sugirió la idea de construir un coche de carreras a partir de un chasis de Mitchell de 1916, asociado a un motor de avión Curtis-Wright V-8 de 8 litros. Ésta fue para Soichiro una empresa formidable. Fabricó él mismo la mayor parte de las piezas y, entre otras cosas, esculpió los radios de las ruedas en madera. Para los circuitos ovalados con curvas peraltadas a la izquierda, Soichiro fabricó coches de carreras equipados con motores Ford descentrados. Con espíritu innovador, probó la sobrealimentación, instaló radiadores de refrigeración complementarios, montó asientos con válvulas reforzadas y cosechó éxitos tanto en calidad de mecánico como de piloto.

Su carrera estuvo a punto de verse truncada en 1936, durante el All-Japan Speed Rally, en el que chocó con otro participante y salió despedido del coche. Salió del accidente con la espalda dislocada, una muñeca rota y lesiones en la cara que le dejaron profundas cicatrices. Corriendo con su hermano, su velocidad media en carrera de 120 km/h (75 mph) se mantuvo como récord en Japón durante casi veinte años.

En octubre de 1946, fundó Honda Technical Research Institute, que más tarde se convirtió en Honda Motor Company. A diferencia de la mayor parte de sus contemporáneos, Soichiro Honda era una persona abierta y declaraba que la no conformidad era un elemento esencial en un artista o un innovador. Insistía en los aspectos positivos de las relaciones de trabajo en el seno de su empresa, calificándolos de meritocracia.

Soichiro Honda abandonó la presidencia de su sociedad en 1973. Decía que una sociedad sólo podía prosperar si su antiguo dirigente sólo aparecía en raras ocasiones.

Se consagró a la Fundación Honda, cuyo objetivo es armonizar la tecnología y la ecología. Ocupó los cargos de Vicepresidente de la Cámara de Comercio e Industria de Tokio y de la Asociación de Constructores de Automóviles de Japón. Soichiro Honda murió en agosto de 1991.

Los sueños dan sentido a la vida.

Por este motivo, seguiré imponiéndome nuevos retos, hasta que me muera.  
Tenemos que realizar nuestros sueños.

## SOÏCHIRO HONDA



## Takeo FUJISAWA

El gran terremoto de Kanto de 1923 mató a 140.000 personas, devastó Tokio y destruyó el comercio de la familia Fujisawa. De esta forma, Takeo pasó la mayor parte de su infancia en la miseria. Fue contratado en una planta siderúrgica, progresó muy rápidamente y, a la temprana edad de 27 años, se hizo cargo de la dirección de la empresa.

A los 42 años, Takeo Fujisawa conoció a Soichiro Honda, quien buscaba un socio comercial, y se unió a él. Se reveló como un elemento clave en el seno de la nueva sociedad cuando, desde los primeros éxitos cosechados por las motocicletas Honda, logró persuadir a los concesionarios para que pagaran las máquinas por adelantado. Los fondos así obtenidos de los distribuidores en los años 50 representaron para Honda la garantía para su programa de inversiones en fábricas y máquinas.

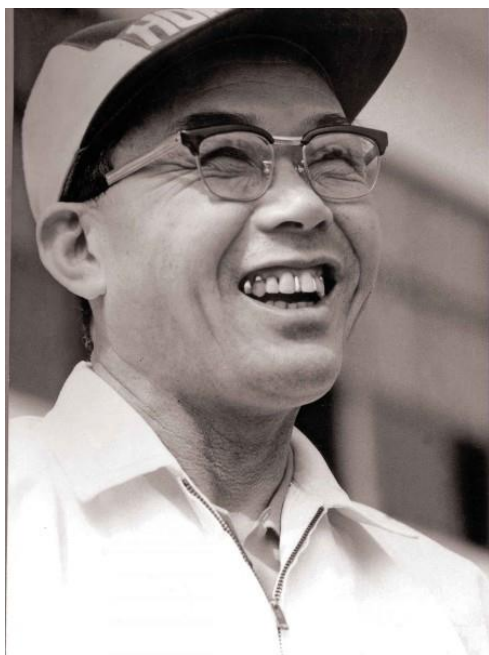
Fujisawa organizó el programa de Marketing de Honda. En 1950, solamente existían 400 concesionarios de motocicletas en Japón pero, en cambio, había 55.000 revendedores de bicicletas. Por tanto, firmó con ellos un acuerdo para la comercialización de una bicicleta con motor – la Cub type-F –, abriendo así un nuevo mercado de masas y reservando a diferentes concesionarios la venta de los modelos profesionales.

Responsable de la inmensa expansión de la compañía, Takeo Fujisawa quiso jubilarse al mismo tiempo que Soichiro Honda, con ocasión del 25º aniversario de la creación de Honda Motor, en septiembre de 1973. Takeo Fujisawa murió en enero de 1989.

Me habría sentido decepcionado si él hubiera empezado a hablar de beneficios. Eso habría significado que se interesaba por sus ingresos personales. Era una gran persona que jugaba un papel primordial. Era como si todos nosotros tuviéramos papeles secundarios y debiéramos construir un teatro – una sociedad – para poner en escena al actor principal.

## FUJISAWA DECÍA DE SOICHIRO HONDA

Es el hombre incansable, el ingeniero obstinado, el inventor que persiguió sus sueños hasta el último día de su vida. Aunque hace ya más de dos décadas que dejó este mundo, el 5 de agosto de 1991, el alma de Soichiro Honda sigue presente en cada uno de los productos de la Compañía que fundó. Hoy resumimos su biografía en cinco datos que dejarán más de una boca abierta.



### **Ingeniero nato**

Honda nació en 1906 en Tenryū, un pueblecito japonés a los pies del Monte Fuji. De madre tejedora y padre herrero, Honda comenzó bien joven a trabajar en el taller de reparación de bicicletas de la familia. Las piezas de las bicicletas rotas que su padre compraba para revender fueron sus juguetes desde que llegó al mundo.

### **Construyó su primer coche de carreras a los 18 años**

A los 15 años, Honda se trasladó a Tokyo como aprendiz en Art Shokai, un taller mecánico cuyos dueños, los hermanos Sakakibara, diseñaban coches de carreras durante la noche. En los siguientes años, Honda se convirtió en su piloto mecánico y ayudó a diseñar y construir el **Curtiss**, el coche de carreras que en 1924 ganó el Campeonato de Japón. Honda tenía entonces 18 años.

### **Abrió su primer negocio a los 22**

Después de seis años trabajando como mecánico en la capital japonesa, Honda regresó a su provincia natal. Tras las victorias en las carreras, Art Shokai se había convertido en un taller

próspero y popular que abrió delegaciones por todo el país. Honda fue escogido para abrir el taller de Hamamatsu, la ciudad más cercana a su pueblo.

### **... y entonces se decidió a estudiar**

Durante su juventud Honda menospreciaba la educación convencional. “Si la teoría promoviera la creatividad todos los profesores habrían sido los inventores”, solía decir. Ya no tan joven y tras varios años al frente de su propio taller, reconoció que estudiar podría serle útil e ingresó en la escuela técnica de Hamamatsu. Sin embargo, el romance no terminó bien. Honda fue expulsado al negarse a hacer el examen: lo que le interesaba eran los conocimientos, no el diploma.

### **A los 30 por poco se mata a bordo de su propio coche**

Honda vivía en el taller, trabajaba sin descanso y todo su tiempo libre lo dedicaba a construir coches de carreras. En 1938 participó en un rally junto al río Tama, una carrera que casi le costó la vida. Su coche corrió a velocidad de vértigo (120 km/h) y poco antes de llegar a meta colisionó con un coche que había parado de repente. Dio tres vueltas en el aire y salió con un brazo roto, el hombro dislocado y la cara dañada. Los siguientes tres meses los pasó en el hospital.

### **Voluntad a prueba de bombas**

A Honda le tocó vivir dos conflictos bélicos casi simultáneos, la *guerra sino-japonesa* (1937–1945) y la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), durante los cuales su negocio sobrevivió gracias a los aros de pistón que proveía a Toyota, que más tarde se convertiría en su principal competencia. Los aros de pistón habían sido diseñados durante los años anteriores por el propio Honda y le costaron sudores y lágrimas antes de conseguir superar las pruebas de calidad de Toyota.



### **Un año de descanso con un barril de whisky**

1945: termina la guerra. Hamamatsu ha sido duramente bombardeada por el ejército americano, la fábrica regentada por Honda, como el resto del país, yace en ruinas. Honda decide no reconstruir la fábrica y vende el negocio a Toyota. Con parte del dinero de la venta compra un



tanque de alcohol, lo instala en su jardín y anuncia que se toma el año de descanso, haciendo whisky casero para familiares y amigos.

### **“Chu-chu”, ¡rumbo al éxito!**

A pesar del desastre de la guerra a Honda le llegará el éxito muy poco después. En 1946 Honda abre una fábrica bajo el rimbombante nombre de Honda Technical Research Institute, donde producirá motores para motocicletas. Y entonces ideó el invento que le propulsó hacia el éxito: instaló el motor de una pequeña radio militar, que había recogido en casa de un amigo, en una bicicleta, construyó un depósito con una bolsa de agua caliente usada y lo llenó de aceite. El invento se popularizó bajo el nombre de “chu-chu” por el ruido que hacía y se vendieron 1.500 unidades. En 1947 el “chu-chu” se rediseñó y dio lugar a la famosa Honda A-Type, el primer invento de Honda que salió al mercado.

### **La semilla está plantada**

Animado por el éxito de la Honda A-Type, en 1948 Honda convierte el Institute en la ya más familiar Honda Motor Company, Ltd. y el resto de la historia... ¡probablemente ya la conocéis.

## **SOICHIRO HONDA: EL CREADOR DE UNA GRAN MARCA.**



Soichiro Honda.

Por: Juan Luis Molano Galeano.

La historia del automóvil, está llena de hazañas que solo pudieron ser posibles debido a la iniciativa de hombres que tenían un solo objetivo en mente, lograr sus metas. Ese es el caso de Soichiro Honda. Un hombre que cayó muchas veces, pero que supo levantarse y forjar una fuerte y legendaria compañía, llamada; Honda Motor Corporation.



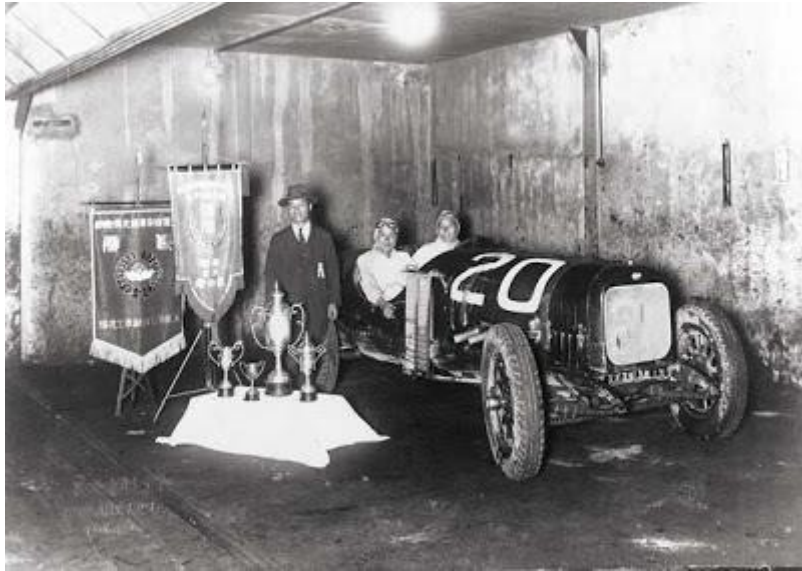
soichiro en su niñez.

Soichiro Honda sin duda, es uno de los personajes ilustres de la industria automotriz. Un hombre que sufrió varias caídas y bancarrotas, pero que supo como levantarse y hacer de Honda una compañía prospera e icono de la industria automotriz japonesa. Nacido en Hamamatsu un 17 de junio de 1906, y quien desafortunadamente falleció un 5 de agosto de 1991. Soichiro Honda desde niño quedaba completamente sorprendido por el funcionamiento de las machinas motorizadas. Para él: como se generaba su movimiento, de donde provenían sus extraños y atrayentes sonidos era una interrogante que lo atraída y obliga a descifrar la respuesta. Soichiro a quien sin duda, esto despertaba en él una serie de sensaciones inexplicables, y que hicieron que Soichiro decidiera dedicarse a la mecánica. Soichiro provenía de una familia que no era precisamente adinerada., su padre era un herrero que se dedico a las bicicletas. Un día Soichiro disfrutando de su juventud leía una publicación de bicicletas, mientras sus ojos leían las líneas ahí escritas vio un aviso de un reputado taller de Tokio, llamado Art Shokai. Aunque el anuncio no ofrecía alguna vacante de empleo, era tal la fascinación por la mecánica que a sus 15 años Soichiro envió una carta solicitando empleo como aprendiz. Lo que escribió en esa carta no se sabe a ciencia cierta, pero lo que si sabe es que fue lo suficientemente convincente como para ser aceptado en aquél taller. Honda dejo su pueblo natal y se dirigió a Tokio a continuar con sus sueños. Una vez allí empezó a trabajar en aquel taller, su dueño; Yuzo Sakaikibara. Fue un gran maestro para este joven. En el cual Sakaikibara veía un joven interesado en aprender y progresar. Sakaikibara era un experto en el arte de la mecánica automotriz, Honda aprendió muchas cosas de él, pero no solo en lo que al apartado mecánico respecta, sino aprendió observando a su jefe como debía manejarse un taller, como debía atenderse a los clientes que allí acudían.



ART Shokai en Hamamatsu, a la derecha un coche levantado en el elevador.

Soichiro tuvo una gran escuela en aquella compañía, ya que atendía todo tipo de vehículos que eran de origen extranjero, y a los cuales debía hacerles todo tipo de reparaciones. Cuando tenía 21 años aquel niño que había salido de Hamamatsu, deseoso de aprender sobre el funcionamiento de tan sorprendentes máquinas. Volvía a su tierra natal como todo un experimentado mecánico que volvía para gerenciar la sucursal de Art Shokai en aquella ciudad. Soichiro no solo conocía los procedimientos teóricos, sino que era capaz de ejecutar un sinnúmero de procedimientos prácticos, desde reparaciones simples, hasta procesos de forja de piezas. Ello lo convertía en un mecánico sumamente calificado que había aprendido todo lo que sabía, durante años de experiencia trabajando con todo tipo de vehículos. Aquel taller de Hamamatsu tenía una infraestructura envidiable para entonces. Su jefe, había sembrado un gran interés por la competición en Soichiro. Un joven que veía en las revistas especializadas de la época, las competiciones europeas de coches y motocicletas. En 1923 su jefe empezó a fabricar coches de competición con la ayuda de su hermano Shinichi y algunos aprendices más. En ese entonces el primer modelo que fabricaron, fue el art Daimler. Este contaba con un viejo motor Daimler. Pero poco después vino el Curtis, con el cual los hermanos Sakaikibara ganaron la quinta carrera realizada en Japón, con Soichiro como ingeniero, cuando apenas tenía 17 años. Esto indiscutiblemente dejó un sentimiento imborrable de amor hacia las carreras, el cual se fue consigo a la tumba. Cuando cumplió 20 años fue llamado a prestar el servicio militar, pero le descubrieron que era daltónico y eso le ayudó a evitar prestar servicio en el ejército japonés.



Soichiro junto a sus jefes de ART Shokai, celebrando sus exitos en las juvenes competiciones automovilisticas en japon.

Cuando Honda asumió como gerente en la sucursal de Hamamatsu a los 21 años. Comenzó a innovar en pro de mejorar el servicio de aquel taller. Uno de esos avances fue la introducción de una plataforma para levantar el coche y poder trabajar en el mismo. Algo que hoy día es más que básico y común en cualquier taller, y que entonces era un gran avance para aquella época. Honda no solo incursiono en las carreras como ingeniero y artífice de machinas de competición, sino que participo en las carreras como piloto. En 1936 sufrió un duro accidente en el circuito de Tamagawa, (el primer circuito de carreras en japon) luego de un aparatoso accidente donde Soichiro no pudo evitar otro coche en competencia, y debió chocar. Este accidente le trajo lesiones graves en su columna, pero eso no lo detuvo y volvió a correr unos meses después. Ese año Soichiro manifestaría su inconformidad con la reparación y mantenimiento a sus jefes, y planteo la fabricación de piezas para coche. He inclusive planteo la independendencia del taller en Hamamatsu haciendo anillos y pistones. Los accionistas de la compañía no lo aceptaron, ya que argumentaban que les iba bastante bien con las reparaciones y el mantenimiento, así que no veían necesario arriesgarse en este nuevo emprendimiento. Con esta negativa presente; Soichiro no se rindió y consiguió un socio. Shichiro Kato fue el socio con el cual Soichiro decidió fundar la Tokai seiki. Una empresa en la cual se fabricarían pistones y anillos. Soichiro por esos tiempos vivía demasiado ocupado como para atender otros asuntos. Ya que de día seguía haciéndose cargo del taller en Hamamatsu y en la noche se dedicaba al desarrollo de los pistones y anillos. Los pistones y anillos presentaban falencias, y no podían pasar los requerimientos técnicos exigidos para poder venderlos.



el primer modelo que Honda motor corporation produjo.

Así Soichiro se dio cuenta de una posible solución a sus problemas de calidad. Decidió entonces estudiar dos años en el instituto industrial de Hanamatsu (hoy: facultad de ingeniería la universidad de Shizuoka). Tras dos años de inimaginable esfuerzo, Soichiro entregó su puesto en Art Shokai para asumir la presidencia de Tokai seiki. Aunque sus anillos y pistones ya eran vendidos, y poseía una reputada e importante clientela, como: Toyota, o la empresa de aviación Nakajima. Pero aun así, sus productos seguían presentando problemas de calidad. Pero una vez más Soichiro sacó su casta de emprendedor y visionario, y así como en su primer intento. Comenzó a trabajar con diferentes fabricantes siderúrgicos y universidades en procesos de fabricación. Pero cuando su empresa florecía una vez más Soichiro se encontró con otro obstáculo, esta vez mucho más complejo que cualquier otro que haya enfrentado antes. En 1941 con la guerra el ministerio de municiones tomó el control de la compañía, Toyota tomó el 40 por ciento y Soichiro fue reasignado a un puesto inferior, cediendo la presidencia de su empresa. Pero ese era uno de sus problemas. Ya que debido a la guerra sus empleados masculinos debían ir a la guerra, obligando a las empleadas experimentadas y alumnas de la empresa a seguir fabricando y suministrando sus productos. Honda sabía que aunque sus empleadas eran buenas en su trabajo, muchas carecían de la experiencia como para asumir todo el trabajo que se avecinaba con una gran parte de su plantilla de empleados peleando en la guerra. Para ese problema Soichiro inventó una máquina que agilizaba el proceso de producción de sus anillos. El entonces presidente de Nippon Gaikki, (compañía que hoy conocemos como Yamaha) quedó absolutamente impresionado con el ingenio de Honda. Debido a los continuos bombardeos sobre Japón, dos de las fábricas de Tokai fueron destruidas, y para empeorar las cosas un terremoto acabó con la única planta en pie.



Honda T360 uno de los dos primeros automóviles que produjo Honda

Honda lo había perdido todo, pero así como en el pasado los obstáculos no lograron detenerlo en sus propósitos, y esta no iba ser la excepción. En 1946 fue a visitar a un viejo amigo, sin saber que ese día vería algo que lo haría levantarse de nuevo, y crear una empresa legendaria que perdura hasta nuestros días; Honda Motor Corporation. Soichiro se encontró con su amigo; Kenzaburo Inukai. Soichiro lo conoció en aquellos tiempos en Art Shokai, su amigo que estaba dedicado a una compañía de taxis tenía un pequeño y viejo motor, tirado en un rincón. Honda vio en él una inspiración, algo con lo cual volver a empezar. Soichiro decidió hacer un ciclomotor usando ese pequeño motor como base. Una idea que ya había llegado a Japón en ciclomotores importados de Europa. Soichiro comenzó a trabajar en este proyecto, en medio de un Japón devastado por la guerra y con una población que no gozaba de una buena situación económica, y que veía a la bicicleta como un medio de transporte y trabajo. A medida que trabajaba fue utilizando soluciones prácticas y que se encontraban a simple vista, llegando a usar un recipiente para cargar agua como tanque de combustible. En un principio Soichiro trabajó en un diseño poco convencional y que desgastaba los neumáticos de manera peligrosa, regresando a la disposición clásica de un ciclomotor. Los ciclomotores comenzaban a motorizar a un país que estaba resurgiendo de las cenizas que la guerra había dejado a su paso, pero a su vez sus costos eran aun muy altos para mucha de la población de aquel Japón desolado por la guerra. En aquel entonces con su ciclomotor ya terminado llegó a casa y dejó que su esposa lo

probara, el ciclomotor botaba aceite y tenia alguno que otro desperfecto, que soichiro se dispuso a solucionar .



Honda S500: uno de los dos primeros autos que produjo Honda.

Con la creación de este ciclomotor iniciaría en 1948 Honda Motor corporation junto a Takeo Fujisawa. Compañía que su creador soichiro Honda supo llevar al éxito, con su característico emprendimiento y liderazgo, que llevaron a Honda a grandes éxitos empresariales. Honda se enfocó en las motos en años de logros deportivos y gran aceptación comercial. En la década del 60, Soichiro decidió fabricar autos. Soichiro invirtió en un exhaustivo desarrollo, que dio como fruto a la T 360 y el S500. Honda no solo apostó por la fabricación de automóviles, sino así como con las motocicletas en las competiciones internacionales, apostó por un programa en la F1. Con la fiel convicción de ver ganar a un auto japonés en la máxima categoría dio la orden para empezar la fabricación y desarrollo de su monoplace de F1. Pero no era algo fácil de hacer, siendo el fabricante japonés más joven en la fabricación de automóviles, y con un personal que a duras penas conocía la categoría, era algo complejo. Honda reunió a sus mejores ingenieros del mundo de las carreras de motos y contrató a ingenieros expertos en el tema, además de contratar jóvenes recién graduados para involucrarlos en el proyecto. En enero de 1964 cuando el motor ya estaba listo para ser enviado a Lotus en Inglaterra, quien iba a fabricar el chasis, pero el acuerdo se rompió y sin más opción Honda fabricó su propio Chasis. Pero era indudable que el chasis no sería perfecto, teniendo en cuenta que no tenían la experiencia como para que el chasis lo fuera. Así las cosas llegó su debut en Alemania con el norteamericano Ronnie Bucknum al volante del RA 271. El auto sufrió un accidente y debió retirarse, al igual que en Monza y en Watkins Glen.



John Surtees ganando el GP de Monza en un duelo con Jack Brabham.

Al año siguiente con el RA 272 y con la inclusión de Richi Ginther al equipo, las cosas mejoraron. La temporada 1965 arrancó con un abandono en Montecarlo, seguido del primer punto para la escuadra

japonesa que usaba pilotos norteamericanos, en Spa en con un sexto puesto de parte de Richi Ginther, mientras Buckum se retiro. Pero la temporada continuaría con retiros y resultados discretos, hasta el GP de México. Allí Richi Ginther gano la primera victoria de Honda con Buckum quinto. Un resultado realmente merecido para un proyecto que había nacido sin ninguna probabilidad de éxito, y que en su segundo año participando en la F1 logro esa ansiada primera victoria. Al año siguiente aumentando la cilindrada reglamentaria a 3000cc. La gente de honda trabajo en un coche de 400 Hp y un chasis de apenas 700 kilos. Noches de arduo trabajo con el equipo técnico trabajando toda la noche en Monza, pero tanto atrabajo fue en vano. El único RA273 participante debió retirarse a los mando de Richi Ginther. Ese año el mejor resultado sería un cuarto puesto en México. Para la temporada siguiente se unía al equipo el único piloto en ser campeón mundial de motociclismo, y campeón mundial de F1; el británico Jhon Surtees. Quien con el 273 debuto con un tercer puesto en Sudáfrica, seguido de tres retiros, en: Mónaco, Holanda y Bélgica. Honda decidió hacer un nuevo chasis y montar el mismo motor con algunos desarrollos para lograr 420 HP. El RA 300 comenzaba a dar frutos con un sexto y cuarto puesto, en: Gran Bretaña y Alemania. Pero sería Monza aquella catedral del automovilismo, testigo del duelo a muerte entre Surtees y Jack Brahbam en donde el ingles y su machina japonesa vencían al legendario australiano en un cierre de foto finish. Dándole su segunda victoria a Honda, y devolviéndole la alegría a un equipo que una vez más demostraba su buen hacer. 1968 fue la última temporada como equipo de fábrica, hasta su regreso en 2006, una temporada llena de desilusiones y que dio como resultado el abandono del proyecto.



Jenson Button recibiendo la bandera a cuadros en el GP de Hungría 2006.

Sin embargo, Honda lograría su máximo resultado como proveedor de motores en la década del ochenta. Con la era turbo en pleno apogeo (era turbo: 1977 a 1989) Honda en 1983 anuncia que proveerá a Williams con motores V6 Twin Turbo de 1500cc. Honda. Los motores Honda ganaron seis campeonatos de constructores y cinco de pilotos. Siendo la mecánica a vencer en sus tiempos dándonos coches realmente invencibles, como aquel McLaren MP 4/4 obra del gran Gordon Murray, y que ganara 15 de las 16 carreras de la temporada entre ambos pilotos; que no podían ser otros, que: Ayrton Senna, y Alain Prost. En 1992 Honda se despedía de la F1 como proveedores, debido a una crisis del sector automotor y a que los motores Renault eran muy fuertes por aquel entonces. Se decía que los ingenieros de Honda eran sumamente celosos y cuidadosos con la información de sus motores, y nadie ha excepción de ellos, sabía demasiado sobre los mismos. Honda retorno como proveedor de BAR y Jordan en el año 2000 y 2001. Pero decido volver comprando un gran porcentaje del equipo BAR. Para 2006 Honda volvía como fabricante en una temporada llena de posiciones

puntuables, y que dio como resultado la primera victoria de Jenson Button, y la primera Victoria de Honda como fabricante, luego de décadas de aquella arriesgada, pero medianamente exitosa llegada a la F1 en los años sesenta. Pero tras dos temporadas de malos resultados y con la crisis económica tocando a la puerta de varios fabricantes, Honda decidió retirarse de la F1 a finales de la temporada 2008. Esta escudería se convirtió en el exitoso Brawn GP, (equipo que hoy día es Mercedes GP).



Soichiro Honda junto a Alain Prost y Ayrton Senna.

En fin, Soichiro Honda fue un mecánico y emprendedor nato, que supo llevar bien las riendas de su compañía guiándola siempre por el siendo la innovación técnica, haciendo de honda una marca legendaria, respetada y admirada por muchos. Desafortunadamente Soichiro Honda nos dejó un 5 de agosto de 1991. Su compañía sigue bajo su premisa de innovación y liderazgo marcando la pauta en el uso de energías alternativas, y mirando al futuro en el desarrollo de las mismas. En conclusión, un hombre que pasó de soñar con crear máquinas increíbles, a fabricar autos y motocicletas, capaces de ir y competir con los mejores del mundo en y triunfar, encantando al mundo con sus productos. Un hombre que es el ejemplo más fehaciente de aquel eslogan publicitario, que honda llama Power Of Dreams, y que identifica a la marca japonesa.