



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

UN SIGLO ROMPIENDO CON LO ESTABLECIDO: MAZDA 1920-2020

R360 Coupe: el primer turismo de Mazda que arrasó entre el público japonés

- El fabricante consiguió un éxito instantáneo en 1960 con un minicoche extraordinario en su categoría.
- Abrió una tradición de vehículos elegantes, divertidos de conducir y accesibles.
- Todavía hoy, la construcción ligera sigue siendo uno de los pilares de la marca.

Madrid, 2 de marzo de 2020. La ingeniería de construcción ligera tiene una larga tradición en Mazda, que se remonta a su primer turismo. El Mazda R360 era un encantador cupé de pequeño tamaño, que se lanzó hace sesenta años y que se convirtió de manera fulgurante en una referencia indiscutible dentro del segmento japonés de minicoches, eclipsando a sus competidores desde el primer día. También fue decisivo a la hora de conformar el carácter de Mazda como una marca de vehículos elegantes, eficientes y, sobre todo, rebosantes de placer de conducción. Hay paralelismos muy claros entre aquel entonces y la actualidad.

El Mazda R360, muy poco conocido fuera de Japón, fue todo un éxito en el mercado doméstico. El día que se presentó, en mayo de 1960, se vendieron 4.500 unidades del primer turismo de la marca. Para finales de año había acaparado casi dos tercios del floreciente segmento japonés de minicoches (*kei*) y un 15% del conjunto del mercado japonés de automóviles.

Supuso un momento decisivo para Toyo Kogyo, que es como se llamaba en aquel momento Mazda Motor Corporation. Para este fabricante de camiones y motocarros, fue el amanecer de una nueva era en la que produciría coches fuera de lo convencional.



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Superventas de la noche a la mañana

El R360 no fue el primer *kei car* del mercado; sin embargo, se convirtió inmediatamente en el más popular por su cuidada estética, su diseño ligero, su buen comportamiento dinámico y su precio, características todas ellas que conservan los modelos Mazda de hoy día.

Asimismo, era un vehículo muy eficiente, con un motor de cuatro tiempos más silencioso y limpio, con mejores cifras de consumo, más fiable y elástico que los motores de dos tiempos que montaban los competidores. El motor V-twin de 360 cm³ del R360 desarrollaba 12 kW/16 CV. Puede no parecer mucho, pero hay que pensar que solo tenía que mover 380 kg. Alcanzaba una velocidad máxima de 90 km/h: respetable para su segmento y de sobra teniendo en cuenta el estado de las carreteras japonesas de principios de los sesenta.

El gobierno japonés había limitado las dimensiones de los vehículos del segmento *kei* (3 m x 1,3 m) y las cilindradas (máximo 360 cm³) con la idea de estimular la industria doméstica de automóviles, orientándola hacia modelos asequibles que pusieran al alcance del gran público el sueño de tener un vehículo.

La estrategia del gramo de Mazda: orígenes

Para fabricar un coche atractivo con semejantes limitaciones hacían falta grandes dosis de ingenio. Puesto que el tamaño del motor estaba limitado, Mazda centró su atención en encontrar un equilibrio entre los aspectos que podía controlar, como el peso y las innovaciones en el diseño. Así es como nació la "estrategia del gramo" de la marca, una obsesión por reducir al mínimo el peso. Este planteamiento se aplica hoy día a todos los modelos de Mazda, aunque su resultado más llamativo es el legendario deportivo Mazda MX-5.

El Mazda R360 era el vehículo más ligero en su clase y, de hecho, el cuatro plazas más liviano del mundo. Mazda exploró todas las posibilidades a su alcance para reducir el peso. Los ingenieros utilizaron aluminio en las cabezas de los pistones y una aleación de magnesio para la caja de la transmisión y el cárter. El motor se situaba detrás y el capó era igualmente de aluminio, mientras que la luneta trasera era de un plexiglás especialmente desarrollado. Por su parte, la estructura monocasco



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

del chasis, sin bastidores, contribuía también a rebajar el peso al tiempo que ofrecía una seguridad en caso de colisión superior a la media. Fue toda una lección de Mazda en materia de fabricación ligera; una cuestión que sigue siendo un elemento central de la tecnología Skyactiv.

Nada convencional desde el primer día

La reducción del peso redondeó el comportamiento de conducción del R360, junto con otras características como su exclusiva suspensión independiente a las cuatro ruedas, que amortiguaba las vibraciones y mejoraba el confort de marcha, en especial sobre firmes irregulares. Aparte de su motor de cuatro tiempos, la transmisión manual de cuatro velocidades y la transmisión automática opcional —que fue la primera transmisión automática con convertidor de par de Japón— ponían al R360 en otra dimensión, en comparación con los cambios manuales de tres velocidades de la competencia.

Como resultado, el R360 era un coche muy divertido de conducir. Tenía el germen del espíritu *Jinba Ittai*, la conexión entre el conductor y su vehículo, y ofrecía una experiencia de conducción superior para ser un minicoche de los sesenta. Mazda nunca se ha olvidado del placer de conducir. Y tampoco ha descuidado la estética: mientras la mayoría de coches *kei* de la época eran tipo sedan o wagon, Mazda diseñó un elegante cupé. Tras su estela llegaron muchos otros modelos sorprendentes, desde el Cosmo 110S y el Luce R130 hasta el Mazda RX-7 o el RX-8, a medida que el ADN de Mazda evolucionaba hasta convertirse en la línea actual de vehículos con diseño Kodo, ganadores de numerosos premios.

A pesar de la innovación técnica y del empleo de materiales relativamente costosos, una producción eficiente permitió a Mazda mantener el precio del R360 con cambio manual en 300.000 yenes (unos 830 dólares de la época). Atractivo y accesible, dominó el segmento *kei* desde el día de su lanzamiento.

El R360 tuvo mucho que ver en la peculiar filosofía con la que Mazda fabrica sus coches. La innovación, el equilibrio, el control del peso y el placer de conducción siguen siendo igual de importantes sesenta años después. Al igual que la insistencia en dotar de alma sus productos, aunque su función principal sea la de servir como medios de transporte accesibles.

###



NOTA DE PRENSA - MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S.A.

Para más información:

Natalia García

Directora de comunicación

Telf. 914185468/80

ngarcia@mazdaeur.com

Manuel Rivas

Jefe de prensa

Telf. 914185450/80

mrivas@mazdaeur.com

Web de prensa: www.mazda-press.es

Web oficial: www.mazda.es

Facebook: www.facebook.com/MazdaES

Twitter: [@MazdaEspana](https://twitter.com/MazdaEspana)

Mazda Motor Corporation, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con unas ventas de 1,6 millones de unidades, que fabrica en quince plantas. Mazda cuenta con seis centros de I+D y está presente en más de 100 países con casi 41.000 empleados y acumula cerca de 1.200 premios desde el año 2002.

Mazda Automóviles España, S.A., empresa fundada en marzo de 2000 y con sede en Madrid (España), es la filial de Mazda Motor Corporation en España y actualmente distribuye ocho modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3, Mazda CX-5, Mazda CX-30 y el modelo 100% eléctrico Mazda MX-30, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 60 empleados.