



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

### **Mazda y el Espíritu Mukainada: una historia de superación**

- El próximo 6 de agosto se cumplirán 76 años de la caída de la bomba atómica sobre Hiroshima. Un hito que marcó para siempre la vida de una ciudad y el devenir histórico de una marca como Mazda, que ha buscado vías alternativas para lograr el éxito frente a los desafíos

**Madrid, 04 de agosto de 2021.** Matsuda, Mazda, Mukainada: tres términos íntimamente ligados a la historia de Mazda, o cómo una familia, un dios y un lugar muy especial hicieron surgir el espíritu retador que ha marcado a la empresa hasta nuestros días.

Cuando Jujiro Matsuda salió por la puerta de su barbería favorita de Hiroshima en su setenta cumpleaños, tenía sobrados motivos para sentirse satisfecho. Acababa de cortarse el pelo en el día de su cumpleaños, como tenía por costumbre desde hacía años. Había amasado una fortuna desde unos orígenes humildes y se había convertido en un hombre de negocios de éxito y muy respetado; se diría la clásica historia del pobre que se hace rico sacada de un guion de Hollywood. Además, todo parecía indicar que podría legar un negocio boyante a su hijo, que ya mostraba maneras para los negocios. Corría el 6 de agosto de 1945; el día que se lanzó la bomba atómica sobre el centro de la ciudad de Hiroshima. Un día que no solo cambiaría el destino de la empresa de Matsuda, sino el del mundo entero.

Ese acontecimiento devastador bien podría haber truncado el porvenir de aquella empresa de maquinaria industrial todavía en ciernes, ubicada en Mukainada, a las afueras de la ciudad bombardeada. Pero, muy al contrario, supuso el nacimiento de un tipo muy especial del "espíritu retador" que habría de convertirse en un rasgo fundamental de la empresa que hoy conocemos como Mazda Motor Corporation.

#### **El joven emprendedor**

Afrontar retos había sido una constante en la vida de Jujiro Matsuda desde mucho antes de aquel aciago día de 1945. Nació en 1875 y era el duodécimo hijo de un pescador humilde de la prefectura de Hiroshima. Nada parecía presagiar que el joven Jujiro iba a llegar a ser otra cosa que pescador, un



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

oficio que desempeñó temporalmente después de que su padre falleciera tres años más tarde. Pero Jujiro Matsuda aspiraba a mucho más. Con tan solo trece años, se instaló por su cuenta en Osaka, a 250 kilómetros del hogar de su niñez, para convertirse en herrero. A los veinte ya había abierto su propio taller metalúrgico. Para cuando cumplió los treinta y uno, este ingeniero y su joven familia disfrutaban de una vida acomodada gracias a una invención suya patentada: la bomba Matsuda.

En sus mejores tiempos, la empresa "Matsuda Works" llegó a emplear a unas cuatro mil personas y fabricaba espoletas para el zar de Rusia. Pero cuando Jujiro Matsuda, fundador de la empresa, se planteó ampliar la producción y abrir una planta en Hiroshima, su ciudad natal, el resto de los propietarios se opusieron y terminaron por apartarle de la empresa.

Una vez más, Matsuda se enfrentó a la adversidad con ambición y volvió a empezar de cero para labrarse su propio porvenir. No fue un viaje fácil ni placido, como señala el propio Jujiro Matsuda: "Los caminos que tomé fueron siempre espinosos y pedregosos. Agónicos y llenos de dificultades. Yo avanzaba en línea recta. Dolorido, sin aliento, incluso ciego a veces, pero en línea recta". ¿Qué fue lo que le permitió seguir este camino tan arduo? "La confianza en mí mismo y en los demás", afirma Matsuda. "Mi vida es confianza; en ella reside mi profunda gratitud". Finalmente, esa confianza dio sus frutos: Tras montar otra empresa metalúrgica que posteriormente sería adquirida por la prominente Nihon Steel Manufacturing Company, Jujiro conoció la prosperidad: de pescador a herrero y luego a empresario.

### **Del corcho al automóvil**

En 1921, un aún joven empresario recibió la propuesta de reflotar Toyo Cork Kogyo, una empresa que fabricaba un derivado del corcho que atravesaba malos momentos y que él y otros inversores habían adquirido un año antes. Una vez más, aceptó el reto. Matsuda se convirtió en el presidente de la empresa y pronto comenzó a orientarla en otra dirección, abandonando la producción de corcho. Este producto, que se extraía del abemaki o roble de corcho chino, un árbol autóctono, había conocido un auge debido a las restricciones al comercio durante la Primera Guerra Mundial, pero la demanda se estaba desplomando. Jujiro Matsuda fue poco a poco reorientando el negocio hacia otro sector: la metalurgia, por supuesto. La nueva división de fabricación de maquinaria no tardó en convertirse en la actividad principal de la empresa. Entonces, Matsuda se sacó un nuevo as de la manga: un motocarro de tres ruedas bautizado como Mazda-Go que supondría la primera incursión de su empresa en el sector de la automoción. Por supuesto, no sería la última.



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

El hecho de que la empresa cambiase su nombre a Mazda deja claro el éxito que tuvo aquel vehículo. Su nombre guarda cierta semejanza con el apellido familiar, pero es también una referencia a Ahura Mazda, el dios persa de la luz y la sabiduría. Esta deidad suele representarse como un hombre alado dentro de un círculo; una imagen que aún hoy quedan reminiscencias en el logotipo de Mazda. Toyo Kogyo —por aquel entonces, el nombre de la empresa ya no incluía la referencia al corcho— había dado en el clavo con el Mazda-Go: Las diez unidades que se fabricaban al día no eran suficientes para atender la demanda.

Era un modelo ideal para transportar grandes volúmenes de carga por las estrechas callejuelas de las ciudades japonesas, e incorporaba innovaciones tecnológicas que, en aquella época, eran un auténtico lujo; por ejemplo, un motor de cuatro tiempos. Como ya había ocurrido con su bomba y en muchas otras ocasiones en los siguientes años, Matsuda se había apartado del camino convencional y había hecho una apuesta ganadora. Incluso tenía previsto lanzar un vehículo de cuatro ruedas en 1940, pero la Segunda Guerra Mundial truncó aquel proyecto. Después de cinco terribles años marcados por la guerra, cayó la bomba y la vida en Hiroshima se detuvo en seco.

### **Resurgir de las cenizas**

Mukainada, el barrio de Hiroshima donde se encontraba la fábrica de Toyo Kogyo, se encuentra a unos cinco kilómetros del lugar donde impactó la bomba. A las 8:16 de esa mañana, Jujiro Matsuda estaba llegando al recinto de la empresa. Eso fue lo que le salvó la vida y evitó que su empresa fuese completamente destruida. El impacto de la bomba lanzó el coche de Jujiro Matsuda fuera de la carretera, pero tanto él como su chófer salieron prácticamente ilesos del accidente. La sede de la empresa quedó reducida a escombros, pero los daños estructurales en la fábrica de Mukainada fueron bastante leves. En cambio, el daño emocional fue inmenso. En un instante, habían muerto ochenta mil personas, muchas de ellas empleados de Toyo Kogyo. El número de heridos y de personas que perdieron sus hogares o a sus familias fue infinitamente mayor. En tales circunstancias, la desesperación habría sido una reacción de lo más natural. Pero la gente de Mukainada está hecha de otra pasta.

Dando muestras de una determinación impresionante e inquebrantable, toda una ciudad se puso en pie y resurgió de entre los escombros. La familia Matsuda no dudó en arrimar el hombro. En primer lugar, Jujiro y su hijo Tsuneji, que en aquella época formaba ya parte de la empresa, se impusieron la tarea de atender las necesidades más inmediatas de la comunidad. Entre otras cosas, transformaron



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

la planta de Mukainada en un hospital improvisado que también hizo las veces de emisora. Los empleados ayudaron a la gente a reunirse con sus familias y distribuyeron material sanitario.

Cuatro meses más tarde, la empresa estaba lista para volver a fabricar los motocarros; los esfuerzos nacionales de reconstrucción catapultaron la demanda de vehículos de carga a niveles inéditos. El negocio iba, de nuevo, viento en popa. Pero lo que ocurrió después del ataque a Hiroshima cambió la empresa para siempre. La ciudad y la empresa habían vivido aquella experiencia juntas y habían logrado plantar cara a la adversidad y salir victoriosas. Como resultado, nació una determinación férrea de afrontar los retos y no rendirse jamás que todavía hoy sigue siendo la marca de carácter de Mazda. El "espíritu de Mukainada" evoca el resurgimiento de entre las cenizas de una ciudad devastada.

### **La siguiente generación de pioneros**

El espíritu pionero estaba impreso en el ADN de Jujiro Matsuda, y su hijo Tsuneji Matsuda siguió sus pasos. Había participado activamente en la reconstrucción después de la guerra y la determinación y la valentía de las que fue testigo en aquella época ejercieron una profunda influencia en él. Cuando en 1951 tomó las riendas de Toyo Kogyo, la empresa había crecido gracias a los motocarros Mazda y varias furgonetas de cuatro ruedas, pero el heredero del legado Matsuda tenía los ojos puestos en el segmento de los turismos. Su momento llegó en 1960: Toyo Kogyo lanzó el Mazda R360 Coupe, un minicoche (o kei car) que arrasó en Japón. Estos vehículos ultracompactos habían recibido el apoyo del Gobierno japonés por su capacidad para reducir la congestión del tráfico, y el nuevo modelo de Mazda destacaba sobre otros de su mismo segmento por ser un cupé y por innovaciones técnicas como su arquitectura ligera. Esta combinación era justo lo que necesitaba en aquel momento una clase media en auge: en 1963 la producción total alcanzó el millón de unidades y en 1966 esta cifra ya se había duplicado.

Pero no fue un camino de rosas; en el tiempo que estuvo al frente de Mazda, Tsuneji Matsuda tuvo sobradas ocasiones de poner en práctica su propia versión del espíritu de Mukainada. Durante la década de 1960, el Gobierno japonés presionó a los fabricantes pequeños para que consolidasen sus negocios en corporaciones más grandes, a nivel nacional, para estar en mejor situación de competir a escala internacional. Nissan, Toyota o Mitsubishi se convirtieron en el destino de muchos pequeños fabricantes. Pero Matsuda estaba resuelto a defender el legado de la empresa y siguió el camino, pedregoso pero independiente, que había emprendido su padre.



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

La solución le llegó de la mano de un ingeniero alemán que tenía un invento revolucionario: Felix Wankel y el motor rotativo. En 1961, Mazda firmó un acuerdo de licencia con la empresa alemana NSU, que había adquirido las patentes de la tecnología. La idea era que si Toyo Kogyo ofrecía un producto lo bastante único, podría mantener su independencia como empresa. Era una apuesta arriesgada, máxime cuando el motor rotativo no estaba, ni de lejos, listo para ser montado en un vehículo de producción. Pero, como ha ocurrido tantas veces a lo largo de la historia de Mazda, esta audacia tuvo su recompensa: "A los políticos les encantó la idea y dieron luz verde a la inversión", recuerda Kenichi Yamamoto, el mítico ingeniero responsable de convertir el motor rotativo en un producto maduro para el mercado. Los modelos rotativos, como el Mazda Cosmo Sport 110 S o el Mazda RX-7, ayudaron a Mazda a irrumpir en la escena internacional y siguen encontrándose hoy en día entre los modelos más icónicos de la historia de la marca.

### **El espíritu perdura**

La saga Matsuda abandonó las riendas de la empresa en 1977. Kohei Matsuda, el hijo mayor de Tsuneji, que se implicó mucho en el proyecto del motor rotativo desde un principio, asumió la presidencia en 1970. Al igual que su padre, quería seguir desarrollando la tecnología, pero la crisis del petróleo fue un verdadero mazazo para el proyecto. A pesar de que la tercera generación del clan Matsuda había iniciado el proyecto que terminaría por consolidarse con el mítico Mazda RX-7, Kohei Matsuda dimitió antes de que el proyecto llegase a las calles de Japón.

Mazda ya no está en manos de los Matsuda, pero el espíritu retador que insuflaron en la empresa sigue presente y muy vivo. La sede de la empresa sigue estando en Mukainada. Cuando surge alguna contrariedad, la historia y la mentalidad que representa este lugar recuerda a todos los empleados de Mazda que deben apartarse del pensamiento convencional y buscar con audacia nuevas soluciones.

Es la herencia de Mukainada la que también ayudará a Mazda a afrontar crisis como las catástrofes naturales o las pandemias, pero también los importantísimos retos propios de nuestros días: la conectividad, la conducción autónoma o la movilidad compartida están redefiniendo el propio significado del acto de conducir y de ser propietario de un vehículo, con lo que ello implica para los fabricantes de coches de todo el mundo. Los esfuerzos de electrificación y reducción de CO2 constituyen nuevos factores de presión en el desarrollo de motores. Para un fabricante relativamente



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

pequeño como Mazda, hallar sus propias soluciones independientes a estos retos no será fácil; como sabemos, el camino es pedregoso y espinoso, pero, al final, valdrá la pena.

###

Para más información:

**Natalia García**

Directora de comunicación

Telf. 914185468/80

[ngarcia@mazdaeur.com](mailto:ngarcia@mazdaeur.com)

**Manuel Rivas**

Jefe de prensa

Telf. 914185450/80

[mrivas@mazdaeur.com](mailto:mrivas@mazdaeur.com)

Web de prensa: [www.mazda-press.es](http://www.mazda-press.es)

Web oficial: [www.mazda.es](http://www.mazda.es)

Facebook: [www.facebook.com/MazdaES](https://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 nueve plantas. Mazda cuenta con cinco centros de I+D, está presente en más de 130 países con casi 50.000 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), 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.