

LOBBY

Autos



NISSAN APRIO

## Popular, pero no tanto

Nissan pone su cuarto sedán compacto en el mercado. El segundo de origen Renault. **TEXTO: SERGIO OLIVEIRA**

Con el arribo del Aprio a México, Nissan ya tiene cuatro sedanes en los segmentos más económicos, junto con el Tsuru, el Platina y el Tiida. Pero este nuevo coche puede darle más que una simple opción a sus clientes, puede llevar a Nissan al primer lugar en ventas en México desde que llegó aquí hace ya poco más de 40 años.

La idea inicial para la creación del coche, que se llama originalmente Logan, era la de hacer un auto económico, pensado específicamente para el mercado de los países en desarrollo. El carro es construido por Dacia, brazo rumano de Renault, aliada de Nissan desde 1999. Pero el éxito fue tan grande que desde su creación, en 2004, ya se han vendido más de 500 mil unidades en cerca de 50 países. En función de este éxito, Renault decidió comercializarlo hasta en países del Primer Mundo, como España.

El Aprio, cuyo nombre fue tomado de la expresión latina "a priori", tiene muchas virtudes para haber conquistado a tantos en todo el mundo. La mayor de ellas es una gran amplitud interior. Otra es su altura al suelo, de 20 centímetros, que lo hace más resistente, con ayuda de una placa en su parte baja, que protege el compartimiento del motor contra golpes.

Su interior no es sólo amplio, sino que, para el nivel de precio en el que se encuentra (entre 112,800 y 146,200 pesos), los terminados son bastante aceptables y ofrece incluso hasta el indispensable sistema antibloqueo de frenos ABS y bolsas de aire frontales.

Al contrario del otro sedán subcompacto de origen Renault que Nissan vende en México, el Platina, el Aprio no será fabricado en este país, sino que vendrá de Brasil, de su planta en Curitiba, donde también se fabrica la *pickup* Frontier.

Nissan espera que en lo que queda del año, el Aprio venda poco más de 20 mil unidades, para llegar a 40 mil durante 2008. De ser así, podríamos estar viviendo los últimos meses del liderazgo de General Motors en México y Nissan sería —algo inédito para la marca— primer lugar en uno de los 20 mayores mercados del mundo.

### FICHA TÉCNICA:

- Motores:** L4: 1.6 litros de desplazamiento, con 103 CV
- Transmisión:** Manual de cinco velocidades (5+R)
- Suspensión:** Independiente tipo McPherson adelante y de eje de torsión atrás

### ES BUENO CON:

Amplitud interior; elevada altura al suelo; adaptación a las calles mexicanas

### SERÍA MEJOR CON:

Diseño menos conservador; opción de caja automática.

FOTOS: CORTESÍA DE LAS DISTRIBUIDORAS

### MOTOR DE ARRANQUE

## Apuesta equivocada

México y Brasil disputan el liderazgo en América Latina en muchas actividades. Una de ellas es la producción, venta y exportación de automóviles. En los últimos 20 años, ambos países han tenido un comportamiento relativamente parejo, con una pequeña ventaja para el sudamericano. Pero en fechas recientes la distancia entre ambos se ha ampliado considerablemente, dejando a los brasileños una delantera que será difícil de superar. ¿Cuál será el motivo de esto? La respuesta no es difícil.

Desde la apertura comercial de mediados de los años 90, muchos fabricantes se han instalado en ambos países, pero con una diferencia fundamental entre ellos. Mientras México hace productos que, en su mayoría, son destinados a la exportación, principalmente a Estados Unidos, Brasil tiene una línea de producción de autos orientada hacia el mercado interno y al de países emergentes. La primera distinción entre ambas políticas es que el mercado de los países desarrollados está estancado, mientras el de emergentes se encuentra en franca expansión. Esto hace que, obvio, el crecimiento sea potencialmente mayor en el país sudamericano que en México.

El "culpable" de esto es, en buena parte, la posición geográfica mexicana, que lo hizo estar al lado del aún mayor mercado del mundo. Con mano de obra de buena calidad y tan cerca del "cielo", es muy difícil para los fabricantes no caer en la tentación de producir en suelo nacional autos grandes, que venden razonablemente bien aquí, pero mucho más en el vecino país del norte.

Brasil, por su parte, fabrica autos populares, que se venden tanto en su mercado como fuera, incluso cuando la sobre-valoración de su moneda, el real, hace difícil exportar.

Esto provoca que la producción brasileña de automóviles esté calculada para llegar a los 2.8 millones de unidades al final de este año, mientras que para México llegar a los dos millones ya sería excelente. En su mercado interno, Brasil venderá 2.2 millones de autos nuevos en 2007, mientras que México apenas debe rebasar los 1.2 ó 1.3 millones. Y eso que, por los impuestos, los coches en Brasil cuestan casi dos veces más que aquí.

Lo malo es que, a pesar de todo, hay fábricas que siguen apostando por hacer coches grandes en México. Luego se quejan de que no los venden como querían.

### FIAT ADVENTURE



### OBJETIVO

Ser capaz de proyectar una imagen pública favorable aplicando los diferentes tipos de protocolo.

### BENEFICIOS

Aprender las herramientas y conocimientos necesarios para enfrentar los retos personales, laborales, sociales y culturales del mundo actual.

### MAESTROS

Impartido por los creadores de la Maestría en Ingeniería en Imagen Pública® y la Licenciatura en Imagología®.

### MÓDULOS

- Importancia del Protocolo en la Imagen.
- Protocolo Personal.
- Protocolo Internacional en torno a la mesa.
- Protocolo en lugares públicos.
- Protocolo Empresarial.
- Protocolo Diplomático e Internacional.
- Protocolo y Organización de Eventos.



IMAGEN PÚBLICA®

Colegio de Gran Clase®

1a. Generación Inicia el 1 de Septiembre  
Sábados de 9 a 15 horas  
[www.imagenpublica.com.mx](http://www.imagenpublica.com.mx)  
50.80.88.00 ext. 2