CAPÍTULO III

3. CONTEXTUALIZACIÓN FORD

El comienzo de una era

En el presente capítulo daremos a conocer algunos antecedentes de la compañía Ford a nivel mundial y también sobre la distribuidora “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.” tales como su historia, su misión, su visión, filosofía, valores, etc. Para conocer más a fondo lo que es la distribuidora y de esta manera llegar a entender un poco más cómo funciona la misma.

Para fines prácticos y siguiendo con la línea que se ha llevado a lo largo de este documento, la historia, misión, visión, filosofía, valores, etc., serán comentados a grandes rasgos, explicando tan sólo algunos puntos que consideramos necesarios. Lo anterior será con el fin de familiarizarnos con el funcionamiento y el origen de “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”

El objetivo general de este capítulo es conocer la organización por fuera para de esta manera tener bases de conocimiento y poder dar pie a la creación de una metodología de estudio y a la creación de una prueba.

FORD MOTOR COMPANY es un corporativo mundial. Es un mundo de aproximadamente 400,000 personas, relacionándose con clientes todos los días, durante el siglo pasado crecieron para ofrecer a los compradores ocho de las más reconocidas marcas

de automóviles. Son parte del sueño de un hombre que no creía en los límites ni en las fronteras. Y así el primer automóvil construido por manos mexicanas en nuestro país fue un FORD.

Para 1906 muchos mexicanos ya tenían un automóvil, cuya amplia variedad de modelos incluía a los Hupmobile, Oakland, Stutz, Graham, Reo, Oldsmobile y Ford T, entre otros.

El primer automóvil ofrecido por Ford Motor Company fue descrito como "la máquina más perfecta del mercado" y "tan sencilla que un muchacho de 15 años puede manejarla". Su primera venta fue hecha en 1903 al Dr. E. Pfennig de Chicago, quien compró un Modelo A.

Entre 1903 y 1908, Ford y sus ingenieros recorrieron 19 letras del alfabeto, del Modelo A al Modelo S, algunos de los cuales fueron modelos experimentales que nunca salieron al público. El que sería el Automóvil del Siglo, el Modelo T, fue el que despegó.

3.1. El Modelo T

Hasta este momento, el automóvil había sido poco más que un juguete para los ricos, en 1902, había un automóvil por cada millón y medio de personas en los Estados Unidos; para 1909, había un automóvil por cada ochocientos.

El Modelo T era sencillo, ligero y resistente; antes de Ford Motor Company, la mayoría de los automóviles en el mercado eran máquinas temperamentales, poco fiables; el Modelo T se convirtió en el símbolo de transporte barato, confiable, que podía circular sobre caminos sin pavimentar, a menudo enlodados, donde otros automóviles no podían. El automóvil se ganó la aprobación de millones de personas quienes con afecto lo apodaron "Tin Lizzie".

3.2. Evolución

Para finales de 1913, Ford Motor Company produjo la mitad de todos los automóviles que existían para esta época. Para mantenerse a la cabeza de la demanda, Ford inició la producción en masa en su fábrica. Henry Ford había visitado una planta empacadora de carne y había observado que el proceso de empaque de la carne requería que los carniceros permanecieran en un lugar mientras que los cortes de carne se movían en una línea, de esta manera Ford razonó que si cada obrero permanecía en un lugar con una tarea, el automóvil tomaría forma más rápidamente conforme avanzara en la línea, ahorrando incontables horas-hombre.

Otro de los momentos importantes en la evolución de Ford fue cuando la compañía decidió anunciar que el salario mínimo sería de $5 dólares por día, esto revolucionó tanto a las industrias como a la población, ya que el sueldo anterior era de $2.34 dólares por día. El Modelo T indujo una revolución urbana, la línea de ensamble móvil promovió una revolución industrial y el salario diario de $5 dólares impulsó una revolución social.

Al igual que en otros países, en México se da el paso del siglo XIX al XX con carruajes tirados por caballos, los cuales compartían el espacio con los primeros vehículos motorizados que desde 1895 circulaban por la capital mexicana.

El triunfo de la Revolución trae más y mejores calles y carreteras, lo que también propicia la popularidad de los automóviles, importados de Estados Unidos y Europa.

Evolucionando ligeramente pero básicamente sin cambiar por muchos años, el Modelo T estaba cediendo terreno a los competidores de Ford. En mayo de 1927, las plantas de Ford a lo largo del país cerraron durante seis meses mientras la compañía se equipaba con el herramental para el nuevo Modelo A que reemplazaría al anticuado Modelo T.

En 1942, Ford Motor Company dejó de fabricar automóviles de pasajeros en sus plantas de Estados Unidos, para enfocarse en la producción militar. Con el fuerte apoyo de Edsel Ford, el enorme programa de guerra produjo 8,700 bombarderos "Liberator" B-24 de cuatro motores, 57,900 motores para avión y más de un cuarto de millón de tanques, camiones y otros vehículos militares y equipo en menos de tres años.

En 1962, el presidente Adolfo López Mateos promulga, un decreto para la integración de la industria de fabricación de automóviles y camiones en México, que prohíbe la importación de vehículos a partir de septiembre de 1964. Esta norma reduce a la mitad las 44 firmas automotrices que había en el país.

Un grupo de industriales de Monterrey adquiere la marca alemana Borgward, que en 1968 presenta el modelo 230. La empresa, que llegó a abrir una planta en la capital neoleonesa, funciona apenas por tres años.

En 1965 llega el Mustang de la Ford, un símbolo en la historia automotriz, que comparte popularidad con el Valiant Acapulco y el Renault Dauphine y Floride. Tres años después, sale a la venta un modelo conmemorativo de los Juegos Olímpicos realizados en el país: el Opel Olímpico.

3.3 Competencia de Ford en México

En la década de los años 30 llegan nuevos modelos, como los lujosos Pierce-Arrow, Auburn y LaSalle, que competían con los Ford A (sucesores del modelo T), Chevrolet y Dodge Brothers. También tenían presencia los Fiat, Alfa Romeo y Citröen.

La firma General Motors (GM) llega oficialmente al país en 1935 y tres años más tarde se constituye la Fábrica Automex, en la que se ensamblan los modelos Chrysler.

La Segunda Guerra Mundial afecta al mercado mexicano de la misma manera que lo hace con el de los Estados Unidos y el de otros países, factor que contribuye a que desaparezcan algunas marcas del panorama nacional.

En los años 50 mejora la situación y, gracias a la importación, se pueden ver por los caminos nacionales los Cadillac, Chrysler Imperial, algunos Packard y Plymouth.

Entre la juventud de aquel entonces los vehículos que más llaman la atención son: Chevrolet Bel-Air, Ford Thunderbird, Mercury y Lincoln.

En 1960 se instala una planta para la fabricación de los modelos Renault.

Entre las marcas más importantes que se instalan en aquel entonces está la Volkswagen, que construye una planta en Puebla, donde funciona todavía.

Por esos años, el Volkswagen sedán comienza a consolidarse en el gusto de los mexicanos y se le ve por todas partes, situación que perdura a pesar de que el popular "escarabajo" contaba cada vez con más competidores empeñados en ofrecer mejores prestaciones para arrebatarle el sitio que tenia.

La década de los 70 trae singulares vehículos, como aquellos que tenían toldos de vinil con pequeñas ventanas laterales, llamadas "de ópera". Entre los modelos más populares están: Valiant Duster, Dodge Dart y Chevrolet Nova, así como los Rambler American y Rally.

Los años 80 son testigos de múltiples cambios: desde la desaparición de la VAM y el retiro del territorio nacional de la Renault (1987) hasta la aparición de modelos con motores turbocargados, como el Magnum K y el LeBarón.

Al principio de la última década del siglo XX se vuelve a permitir la importación de vehículos, pero siempre en un porcentaje relacionado con las exportaciones.

Gracias a esta apertura, General Motors, Ford, Chrysler, Nissan y Volkswagen traen a México modelos como el Corvette, Nissan 300ZX, Lincoln Town Car, Cadillac Seville, Passat y otros, muchos de los cuales están disponibles en la Península.

En el segundo lustro de los años 90 se establecen en el país Honda, BMW, Mercedes-Benz y Peugeot y en lo que va del siglo XXI la lista de firmas automotrices ya incluye a Seat, Volvo, Smart y, nuevamente, Renault .

3.4. Historia de "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V."

Una de las principales distribuidoras FORD en México es *"Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V."* la cual fue fundada por su actual presidente el Señor Don Francisco Rivera García el 27 de agosto de 1957, consolidándose así un importante distribuidor para el centro del país.

Actualmente, la empresa se encuentra en un mercado cambiante, en donde en estos momentos es líder y para mantener ese liderato en su género y en respuesta a las demandas de nuestro país, y para satisfacer las necesidades de sus clientes ha decidido extender sus servicios; abriendo una sucursal en Perote, Veracruz y otra más en Zacapoaxtla, Puebla, para de esa manera volverse más competitiva y acercándose un poco más a sus clientes potenciales.

Uno de los pilares estratégicos de "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V." es ser líderes en compromiso social, actuando siempre con responsabilidad y contribuyendo al

bienestar de las comunidades donde opera. A lo largo de su historia “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.” ha apoyado diversos programas educativos, culturales y de bien estar social, de acuerdo a los tiempos y circunstancias de la región.

En el año de 1966 FORD de México y la Red de Distribuidores decidieron crear el Comité de Asuntos Cívicos de FORD y sus distribuidores para construir escuelas primarias públicas en todo el país, particularmente más marginadas. Para ejecutar los fines de este comité se recurrió a una idea muy simple que continúa hasta la fecha; por cada unidad que compra el distribuidor, éste aporta una cantidad que es a su vez duplicada por FORD de México; todos los recursos se le entregan mensualmente al Comité Cívico de FORD y sus distribuidores para que él mismo los asigne.

A raíz de los devastadores hechos ocurridos en el mes de octubre de 1999 en la ciudad de Teziutlán, en donde las lluvias ocasionaron grandes inundaciones, “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”, dirigida por su director general el Lic. Francisco Rivera Gutiérrez, creó una escuela FORD, que se dedica a la educación pública para los sectores más afectados por estos hechos.

3.5. Organigrama

3.6. Misión, Visión, Valores, Filosofía, Políticas de calidad, Objetivos, Normas generales de la empresa, Metas.

La Misión, Visión, Valores, Filosofía, Políticas de calidad, Objetivos, Normas generales de la empresa y las metas, como debe ser, están relacionadas íntimamente, teniendo como principal objetivo alcanzar los mejores resultados en todos los sentidos para la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos.

3.6.1. Misión

"Somos una familia global y diversa, orgullosa de nuestra herencia, apasionadamente comprometida a proveer productos y servicios sobresalientes que mejoren la vida de las personas".

3.6.2. Valores

En esta distribuidora FORD se valora:

- La humildad de nuestro personal
- La ambición en la vida de nuestros empleados
- La integridad de cada persona
- La alegría y también a las personas que saben sacarle partido a la vida
- El respeto a la persona, tolerancia y flexibilidad
- La integridad, ética y honradez

- El espíritu de compañerismo
- El buen humor y la alegría en el trabajo
- La experiencia y la sana discusión
- La información y el conocimiento
- La comunicación

3.6.3. Visión

Convertirse en la compañía líder en la región para el consumidor de productos y servicios automotrices. De esta manera conquistar la satisfacción de sus clientes con cada uno de los vehículos que ofrecen.

3.6.4. Filosofía

Nadie conoce mejor tu FORD que tu distribuidor “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”. Ponen a tu alcance al equipo humano más calificado y la tecnología de vanguardia para brindar servicios en los que puedan confiar en todo momento. Además, siempre recibirán el trato cálido que distingue a esta distribuidora.

3.6.5. Políticas de calidad

- *Profesionalismo:* lo que hacemos, lo sabemos hacer.
- *Calidad:* lo que hacemos, lo hacemos bien a la primera.

- *Respeto:* lo que hacemos, lo hacemos respetando la dignidad y el bienestar de nuestros socios.
- *Seguridad:* lo que hacemos, lo hacemos cumpliendo con las normas y procedimientos establecidos en nuestro reglamento.
- *Confianza:* lo que hacemos, lo hacemos cumpliendo siempre con lo ofrecido.

3.6.6. Objetivos

Establecer un convenio exclusivo con Ford Motor Company, que nos permita ser proveedor de las unidades requeridas por el cliente, según sus necesidades para unidades de trabajo.

3.6.7. Normas generales de la empresa

- La amabilidad hacia el cliente es indispensable para el crecimiento de nuestra organización.
- Es función importante para “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.” distribuir calidad en sus productos.
- Es reglamentario portar el uniforme de FORD, diariamente, para una mayor identificación con el cliente.
- Dar un mejor servicio y ser una organización efectivamente orientada al mercado.
- Transformar la información en conocimiento.
- Alimentar la rentabilidad de esta agencia y continuar creciendo.

3.6.8. Metas

Las metas de esta empresa son:

- Vender en 12 meses 500 autos y camionetas.
- Entregar en el tiempo prometido los autos y camionetas que entren al taller.
- Tener las suficientes refacciones para dar un mejor servicio al cliente.

Para cualquier organización las consecuencias de la satisfacción son sumamente importantes. Ya que el descubrir las actitudes sobre los factores relacionados con el trabajo, mejorará de cierta forma la satisfacción hacia el trabajo de su personal Davis y Newstrom (1985), mencionan que una organización obtiene mayores beneficios si sabe cuáles son las actitudes individuales que contribuyen a la satisfacción en el empleo.