

Deportes

El éxito de Brawn GP se basó en una arriesgada operación de 'management'

Los empleados de Honda, con Ross Brawn al frente, se hicieron cargo de un equipo sin apoyos

Carlos Quirós. Madrid

Con el Mundial de Button y el campeonato de constructores, Brawn GP es la escudería más feliz del paddock. El equipo liderado por Ross Brawn ha logrado romper la jerarquía de la Fórmula 1 desbancando a Ferrari, McLaren y Renault de la pole y adelantándoles por la derecha.

Todavía bañados en el champán de la victoria, todo son felicitaciones y vítores para la nueva escudería, que se ha convertido en el primer debutante en celebrar los dos títulos. Lejos quedan los humildes inicios de una estructura que ha pasado de la desaparición a la gloria en pocos meses.

Como su propio nombre indica, es Brawn GP un equipo de autor. El milagro automovilístico jamás hubiera sido posible sin la participación de Ross Brawn, que cambió su papel de director técnico en Honda para ponerse al frente del nuevo proyecto a cambio de una libra esterlina y de asumir la deuda del equipo japonés.

El cerebro

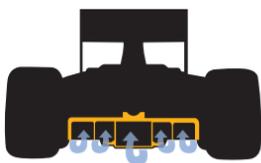
El célebre ingeniero, avalado por sus éxitos en Benetton y Ferrari, evitó la anunciada desaparición de Honda con una solución tomada del mundo de la empresa. Bajo la fórmula conocida como *Management Buy Out*, los empleados de la escudería pasaron a ser los dueños de la misma. Ese trasvase de poder dio al brillante cerebro de Ross Brawn manga ancha para desarrollar un coche ganador.

Y de ahí al monoplaza con el nuevo difusor de doble plano. Este ingenio mecánico, que Brawn desarrolló aprovechándose de los resquicios del reglamento, otorgó a los debutantes una ventaja

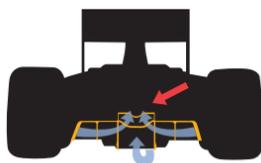
EL ARMA SECRETA

El conocido como difusor de doble plano ha otorgado una decisiva ventaja competitiva a la nueva escudería. Ross Brawn aprovechó una laguna del reglamento para ganar el mundial.

COMPARACIÓN DE LAS PARTES TRASERAS



Interpretación literal de las normas. Los canales por los que pasa el aire tienen la misma altura y anchura; no hay diferencias entre la sección central y las partes laterales



Nueva interpretación del reglamento: gran parte del difusor central es más baja que las secciones laterales. Ahora el aire entra en tres direcciones distintas en lugar de una

LOS DIFUSORES EN LA AERODINÁMICA

En conjunción con otros componentes aerodinámicos, los difusores ayudan a crear agarre, que el monoplaza se pegue aún más al asfalto



El aire que se desliza por el coche se mueve hacia atrás. Es en esta parte del monoplaza donde las moléculas de aire son interrumpidas en su salida, lo que crea un vacío de aire de baja presión

El diseño del difusor incluye 'vallas' verticales, que crean varios conductos por los que el aire se dirige hacia arriba. Esto crea agarre y hace al coche más rápido en las curvas

LA GACETA

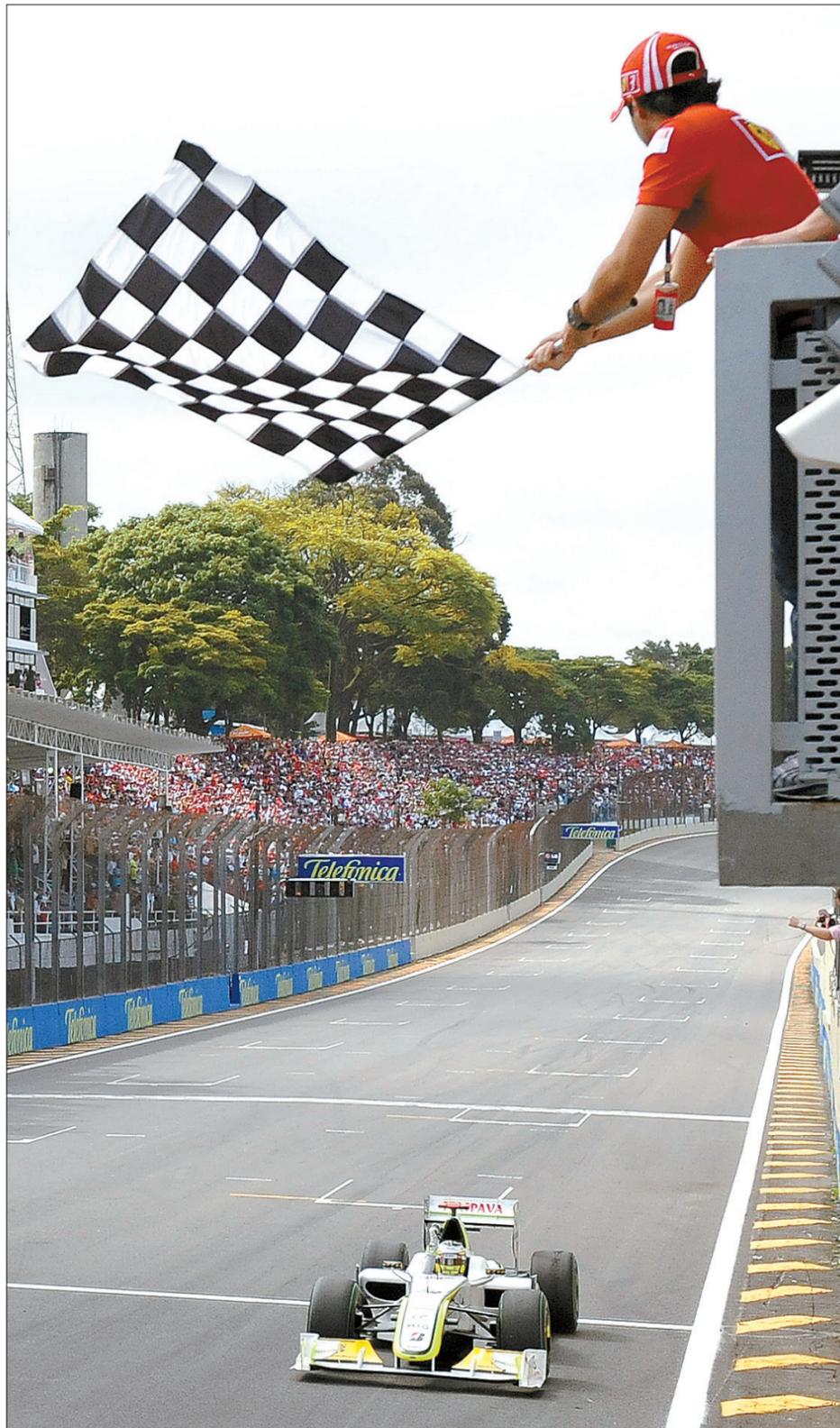
El ingeniero asumió la deuda y las nóminas de mil empleados de Honda con el as en la manga del difusor de doble plano

La nueva escudería ha sido la primera que logra el Mundial de pilotos y el de constructores el año de su debut en Fórmula 1

competitiva tan notable que ha acabado por darles el Mundial.

El nuevo dueño aprovechó las infraestructuras de Honda, que contaba con dos túneles del viento, uno de los presupuestos más generosos de la parrilla y mil trabajadores en plantilla, para diseñar su

avance. Para cuando la Federación Internacional del Automóvil (FIA) declaró legales los nuevos difusores ya era demasiado tarde. Pese a que todos los equipos se lanzaron a equiparlos contrarreloj, los Brawn GP ya habían conseguido la suficiente ventaja como para poder



Jenson Button tuvo que bajarse el suelo para ser campeón del mundo. / EFE



Ross Brawn ha vuelto a revolucionar la F1. / EFE

Brawn GP. Diez claves empresariales para competir con éxito. El autor señala el talento de Ross Brawn como el verdadero elemento de distinción frente a otras escuderías con más posibles. "La clave es haber visto lo que los demás no veían en el reglamento. La innovación consiste en encontrar esa rendija y ser el más rápido en explotarla", señala a este periódico.

Con arrojo

Otra de las cualidades que se destacan de Ross Brawn es su valentía. Haber asumido la deuda de un equipo profesional con el único aval de su patrimonio podría considerarse un salto al vacío sin red. "Pero él confió en sus posibilidades y cambió las reglas del juego demos-

trando que un pequeño rápido puede ganar a un grande lento", tuerca Gutiérrez-Rubí.

Tan seguro estaba de su triunfo que puso a correr el monoplaza sin patrocinadores y adelantó los derechos de imagen de esta temporada y de la siguiente para cubrir gastos. Con las victorias llegaron los anunciantes: primero fue Virgin, que les paga 250.000 dólares por carrera en un peculiar acuerdo, y luego se han ido uniendo otras empresas como Mapfre. Una vez erigido en campeón, Brawn trabaja en el monoplaza del año que viene. ¿Qué nuevo avance se sacará de la chistera?