

Nº 2.290 / JUL-AGO 2014 / 23 €

auto REVISTA

LA PUBLICACIÓN
DE LA INDUSTRIA
DE AUTOMOCIÓN

www.auto-revista.com
 @auto_revista



NISSAN APRIETA EL ACELERADOR EN ESPAÑA Nissan steps on the accelerator in Spain

PREMIOS / AWARDS

Dirigentes del Año de la Industria
de Automoción 2014 / **Automotive**
Industry Directors of the Year 2014

Alemania, ¿Campeona del mundo
de la industria de automoción? / **Germany:**
automotive industry world champion?

Sustancial aumento de la industria proveedora
española en la IZB / **Spanish supplier numbers**
at the IZB increase substantially

RADIOGRAFÍA DE VALOR GLOBAL EN EL XV CONGRESO HISPANO- ALEMÁN DEL AUTOMÓVIL

Globally valuable insights from the 15th European Automotive Congress

LATINOAMÉRICA
SIGUE
OFRECIENDO
ALICENTES A LOS
PROVEEDORES/
LATIN AMERICA
CONTINUES TO
OFFER SUPPLIERS
STRONG
PROSPECTS

El XV Congreso Hispano-Alemán del Automóvil (European Automotive Congress), organizado por ECM y en el que AutoRevista volvió a participar como medio especializado colaborador, ofrece una serie de conclusiones que reflejan una radiografía actualizada y de valor para la industria global de automoción. / The 15th European Automotive Congress, organised by ECM and to which AutoRevista once again contributed as a media partner, produced a series of conclusions that provided an up-to-the-minute overview of the sector of value to the automotive industry worldwide.

■ POR L.M.G / FOTOS-PHOTOS: ECM GROUP / TRANSLATION: VERITAS TRADUCCIÓN Y COMUNICACIÓN

Tras la apertura a cargo del presidente del Clúster de Automoción de Cataluña (CIAC), **Vicenç Aguilera**, el director general de Industria, **Manuel Valle**, aseguró que “es un buen momento para invertir en España, donde existe un entorno favorable para la industria de automoción”. Recordó que el sector representa un 6% del VAB industrial, con 60.000 empleos por parte de los constructores y 190.000 en el sector de componentes. Añadió que en 2013, el sector representó el 14,3% de las exportaciones totales y una balanza comercial positiva de un total de 7.809,5 millones de euros.

“De 2011 a 2013, se ha pasado de fabricar 34 modelos diferentes a 39 y en dos años está previsto que se produzcan 45. Desde 2012, se han anunciado inversiones que oscilan entre los 3.000 y 3.500 millones de euros, que podrían ampliarse a 1.000 adicionales para nuevas asignaciones previstas. Cuatro de cada diez coches que se venden en España se fabrican en nuestro país. Hace pocos años el ratio era de 2,5” aseguró Manuel Valle. En contraste con esta afirmación, **Jürgen Stackmann**, presidente de SEAT, subrayó que “la factoría de Martorell debe reducir sus costes para seguir siendo competitiva”.

Following the event's official opening by President of the CIAC (Clúster de la Indústria d'Automoció de Catalunya – Catalonian Automotive Industry Cluster) **Vicenç Aguilera**, Director-General for Industry **Manuel Valle** said, “It is a good time to invest in Spain, as we have a favourable environment for the automotive industry.” He reminded the audience that the sector accounts for 6% of industrial GVA, that automakers employ 60,000 people and that the components sector provides work for a further 190,000. He added that in 2013 the industry generated 14.3% of total exports and produced a positive balance of trade worth over €8 billion.

“Between 2011 and 2013, Spain went from building 34 different models to 39, and we expect that number to rise to 45 within the next two years. Since 2012, investment of between €3.0 and €3.5 billion has been announced, and that sum could be extended by a further €1 billion assigned to new vehicle programmes in the pipeline. Four out of every 10 cars sold in Spain are made here. Just a few years ago, that ratio stood at 2.5 to 10,” explained Mr Valle. In contrast to that statement, SEAT Chair-



Vincent Carre, director de Marketing y Ventas de Vehículos Eléctricos de Renault, ilustró sobre “las perspectivas de cambio en la distribución de modelos de propulsión eléctrica, que podrían alcanzar un 10% de las ventas en 2020”. **Oliver Maiwald**, vicepresidente de Innovación y Tecnología de Powertrain en Continental, detalló las múltiples soluciones en materia de propulsión que ofrece su compañía, así como las que irá demandando el mercado. Señaló su estrategia de potencia limpia para trenes motrices y desarrollos, a partir de tecnología de 48 voltios, en colaboración otra firma alemana, Schaeffler. **Matthias Klauda**, vicepresidente de Bosch, abundó en el impacto del vehículo conectado avanzando la transformación que ya está produciendo en el vehículo y en su entorno.

La imagen de la marca premium DS, del Grupo PSA, y su exitosa penetración en China, llegó de la mano de **Eric Apode**, vicepresidente de Proyectos Internacionales del constructor. Apode señaló que “en cuatro años de vida la marca DS ha vendido 440.000 unidades y que representa el 66% de nuevos compradores de un producto del Grupo PSA”. El directivo resaltó que “DS representa el refinamiento y las virtudes y cualidades del estilo e imaginario parisinos. En China, hay 54 concesionarios de la marca DS que se convertirán en 100 antes del final de este año. En Europa, se comercializa por el momento a través de la red de ventas de Citroën”.

Conocimiento y compras

Víctor Arrizabalaga, vicepresidente de Sistemas y Utillaje del Grupo Mondragón, señaló “el conocimiento como clave de competitividad para la industria de componentes, así como la excelencia operativa en un enfoque Glocal, para que exista un encaje

man **Jürgen Stackmann** underlined, “The Martorell factory has to cut its costs if it wants to remain competitive.”

Renault Electric Vehicle Sales and Marketing Manager **Vincent Carre** pointed to “expected changes in distribution of electric vehicles, which could account for as much as 10% of sales by 2020.” Vice-President of Powertrain Technology and Innovation at Continental, **Oliver Maiwald**, described his company’s drive solutions and underlined which will be in most demand. He highlighted his firm’s clean power strategy based on 48-volt systems and drive trains, implemented in partnership with fellow German manufacturer Schaeffler. Bosch Vice-President **Matthias Klauda** described networked vehicles’ impact and the transformation already under way in automobiles and their environment. An overview of PSA Group’s premium DS brand and its success in the Chinese market was provided by the automaker’s Vice-President for International Projects, **Eric Apode**. Mr Apode stated, “In just four years, the DS brand has sold 440,000 units and now attracts 66% of new buyers of PSA Group products.” The executive stressed, “DS represents refinement and the virtues and qualities of an imagined Parisian lifestyle. We already have 54 DS dealerships in China and that number is set to rise to 100 by the end of the year. In Europe, the brand is currently sold through the Citroën sales network.”

Knowledge and purchasing

Grupo Mondragón’s Vice-President of Systems and Tooling, **Víctor Arrizabalaga**, emphasised “knowledge as the key to competitiveness in the components industry. This has to be paired with operational excellence based on a glocal approach





Jürgen Stackmann, presidente de SEAT, subrayó que “la factoría de Martorell debe reducir sus costes para seguir siendo competitiva”. / SEAT Chairman Jürgen Stackmann underlined, “The Martorell factory has to cut its costs if it wants to remain competitive.”



La imagen de la marca premium DS, del Grupo PSA, y su exitosa penetración en China, llegó de la mano de Eric Apode, vicepresidente de Proyectos Internacionales. / An overview of PSA Group's premium DS brand and its success in the Chinese market was provided by the automaker's Vice-President for International Projects, Eric Apode.

entre la cultura del país y la cultura de la empresa. Debemos tender a estructuras descentralizadas de pocos niveles” (ver Opinión, en AutoRevista 2.289, página 6).

Alberto Moreno, director corporativo de Compras de Gestamp, describió la relación de la multinacional española con sus proveedores y los marcos de

cooperación. De forma específica se refirió a la política de outsourcing de utilajes y matrices para piezas piel, estampación en caliente y refuerzos. A la hora de hablar de desarrollo de proveedores, comentó que la compañía tenía más de diez años de experiencia, con revisión del rendimiento de los suministradores al final de cada proyecto. Gestamp cuenta con un panel global de suministradores on line, al que pueden acceder equipos de compras de la empresa en cualquier parte del mundo. Los nuevos proveedores son auditados por equipos de Compras y Técnicos cada tres meses. Finalmente, respecto a la estrategia en estampación en caliente, la ingeniería de diseño se realiza exclusivamente en Europa”. Gestamp prevé alcanzar los 8.000 millones de euros en facturación en 2017.

La visión de los interiores del vehículo hasta 2025 corrió a cargo de **Han Hendriks**, vicepresidente de Desarrollo de Producto

de Johnson Controls, quien aseguró que su empresa está inmersa en un proceso de desarrollo de un espectro de innovación que se plasmará progresivamente, pero desde ahora, en soluciones efectivas en coste para satisfacer a sus clientes constructores y atraer a los usuarios finales”.

Logística

Una visión de una logística eficiente desde una gestión en la que primen los valores fue aportada

that seeks a good fit between national and corporate cultures. We need decentralised structures with few hierarchical levels,” (see Opinion, AutoRevista no. 2289, p. 6).

Corporate Purchasing Manager at Gestamp, **Alberto Moreno**, described the Spanish multinational’s relationship with its suppliers and the partnership frameworks established. He specifically referred to the firm’s tooling and die outsourcing policy for leather parts, hot-stamped components and reinforcements. Turning to the theme of supplier development, he mentioned that the company “has been doing this for over 10 years, reviewing supplier performance at the end of each project. Gestamp operates a global on-line supply portal that the firm’s purchasing teams can access from anywhere in the world. New suppliers are audited by Purchasing and Engineering teams every three months. Finally, as regards our hot-stamping strategy, we do our design engineering exclusively in Europe.” Gestamp expects sales revenue to rise to €8 billion by 2017.

Perspectives on trends in vehicle interiors through to 2025 were provided by Johnson Controls’ Vice-President of Product Development, **Han Hendriks**. He revealed that his firm is “in the midst of a broad development and innovation programme that, from here on, will progressively produce cost-effective solutions designed to meet automakers’ demands and attract end customers.”

Logistics

A vision of efficient logistics based on management principles that prioritise values was provided by the President of ABE-L and Vice-President of the CIAC, **Juan Ramón Rodríguez**. Mr Rodríguez affirmed, “Logistics is profitability’s final frontier. There is a real need today to integrate business operations into the supply chain, which goes well beyond traditional logistics.”

“

EN CHINA, HAY 54 CONCESIONARIOS DE LA MARCA DS QUE SE CONVERTIRÁN EN 100 ANTES DEL FINAL DE ESTE AÑO / WE ALREADY HAVE 54 DS DEALERSHIPS IN CHINA AND THAT NUMBER IS SET TO RISE TO 100 BY THE END OF THE YEAR

Eric Apode, Grupo PSA/
PSA Group



Alberto Moreno, director corporativo de Compras de Gestamp, describió la relación de la multinacional española con sus proveedores y los marcos de cooperación. / Corporate Purchasing Manager at Gestamp, Alberto Moreno, described the Spanish multinational's relationship with its suppliers and the partnership frameworks established.

por Juan Ramón Rodríguez, presidente de ABE-L y vicepresidente del CIAC. Rodríguez aseguró que "la logística es la última frontera de la rentabilidad. Hoy existe una necesidad real de integración de las operaciones de negocio en la cadena de suministro, que va más allá de la logística tradicional".

Las claves en gestión de proveedores y suministros reaparecieron a través de las ponencias de **Simon Brimble**, vicepresidente de Gestión de Suministros Globales de Delphi y de **Peter Heim**, máximo responsable de Logística del Grupo ZF. Brimble resumió la estrategia de su compañía en "ser el cliente preferido de nuestros proveedores" y en la creación de valor para el crecimiento de cada unidad de negocio a través de la excelencia operativa". Tras exponer el concepto de lista de proveedores de categoría aprobada (CASL, en sus siglas en inglés), Brimble recordó que "entre el 60 y el 70% del gastos en compras se lleva a cabo con nuestros proveedores core. Trabajamos en la excelencia de la cadena de suministro en toda la corporación a través de una eficaz toma de decisiones en términos de coste total".

Peter Heim, de ZF, recomendó "evitar las largas cadenas de suministro en la medida de lo posible. Hemos de implicar a toda la cadena de suministro de forma temprana en decisiones relativas a plantas de producción y proveedores. Las ventajas de costes deben conseguirse en la totalidad de la red de aprovisionamiento, no desde la gestión del comprador. Se trata de un enfoque holístico que se caracteriza por nuevos retos en organización y responsabilidades".

El bloque vespertino del primer día del Congreso finalizó con la intervención de la compañía Festo, con alta especialización en automatización industrial.

En primer lugar, **Alfredo Zomeño**, responsable de Ventas para Automóvil de la firma alemana, detalló un caso de éxito de excepcional ahorro energético en la fabricación de carrocerías. Se llevó a través del proyecto InnoCat, en colaboración con Boge Kom-

The keys to managing suppliers and supply flows were also examined in presentations given by Delphi's Vice-President for Global Supply Management, Simon Brimble, and ZF Group's Head of Logistics, Peter Heim. Mr Brimble outlined that his company's strategy was "to be our suppliers' customer of choice and to create value that, through operational excellence, drives growth in all of our business units." After describing the firm's category approved supplier list (CASL) approach, Mr Brimble explained, "Our core suppliers account for between 60 and 70% of our procurement expenditure.

We strive to achieve supply chain excellence throughout the corporation by focusing on making decisions that are effective in terms of total cost."

ZF's Peter Heim recommended "avoiding long supply chains as much as possible.

We need to involve the entire supply chain in decisions about production plants and suppliers as early on as possible. Cost advantages have to be achieved across the entire supply network, not solely by purchasing management. It is a holistic approach characterised by new organisational challenges and responsibilities."

The first day's evening session was brought to a close by industrial automation experts Festo. The German firm's Automobile Sales Manager Alfredo Zomeño opened by describing a case study in which exceptional energy savings were made on an autobody production line.

The case in question was part of the InnoCat project run in partnership with Boge Kompressoren, the Fraunhofer Institute and Volkswagen. He revealed, "Measurements and planning tools have shown that energy savings of up to 35% are possible." Next, Festo's Head of Didactic Management, **Ignacio Salas**, described the BionicOpter bionic dragonfly developed by the company. According to Mr Salas, Festo's remote-controlled dragonfly "demonstrates the efficiency of real-time wireless communication, which makes it possible for constant data exchange to take place and allows the management system to assess the various data transmitted by the sensors."

"

HOY EXISTE UNA
NECESIDAD REAL
DE INTEGRACIÓN
DE LAS
OPERACIONES
DE NEGOCIO EN
LA CADENA DE
SUMINISTRO,
QUE VA MÁS ALLÁ
DE LA LOGÍSTICA
TRADICIONAL /
THERE IS A REAL
NEED TODAY
TO INTEGRATE
BUSINESS
OPERATIONS INTO
THE SUPPLY CHAIN,
WHICH GOES
WELL BEYOND
TRADITIONAL
LOGISTICS

Juan Ramón Rodríguez,
ABE-L y CIAC/ABE-L
and CIAC

Future prospects

On the event's second day, Chief Engineering Officer of the ANFAC (Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles y Camiones – National Association of Automobile and Truck Manufacturers), **Fernando Acebrón**, highlighted, "procurement from suppliers in Spain grew by almost 26% in 2013 and the



Una visión de una logística eficiente desde una gestión en la que primen los valores fue aportada por Juan Ramón Rodríguez, presidente de ABE-L y vicepresidente del CIAC. / A vision of efficient logistics based on management principles that prioritise values was provided by the President of ABE-L and Vice-President of the CIAC, Juan Ramón Rodríguez.



Peter Heim, de ZF, recomendó "evitar las largas cadenas de suministro en la medida de lo posible". / ZF's Peter Heim recommended "avoiding long supply chains as much as possible".

“
EN EL FUTURO,
LOS FABRICANTES
CONTINUARÁN
EXTERNALIZANDO
PRODUCTOS Y SERVICIOS
A LOS PROVEEDORES,
PERO A VELOCIDAD
MÁS REDUCIDA / IN THE
FUTURE, MANUFACTURERS
WILL CONTINUE TO
OUTSOURCE PRODUCTS
AND SERVICES TO
SUPPLIERS, ALBEIT
AT A SLOWER RATE
Herbert Demel, Magna

pressoren, Instituto Fraunhofer y Volkswagen. Las herramientas de medición y planificación demostraron que un ahorro energético de hasta un 35% era posible". Posteriormente, **Ignacio Salas**, director de Didáctica de Festo, presentó la exhibición de una libélula biónica, BionicOpter, desarrollada por la compañía. Según Salas, "este objeto volador demuestra la eficiencia de la comunicación inalámbrica en tiempo real, haciendo posible un intercambio permanente de datos y el aprovechamiento combinado de la evaluación de datos transmitidos por varios sensores".

Perspectivas de futuro

En la segunda jornada, la intervención de **Fernando Acebrón**, director técnico de ANFAC, aportó datos como que "las compras a proveedores en España crecieron casi un 26% en 2013 y la aspiración de España de copar el 3% del comercio de automóviles en 2017". Subrayó la máxima importancia de seguir "potenciando las ventas más allá de los escenarios tradicionales, si bien los vehículos

fabricados en España llegan a 120 países. Debemos seguir incrementando nuestra competitividad porque hay países emergentes que nos llevan ventaja". Una visión de la proyección de futuro de Nissan en España llegó de la mano de su director de Operaciones Industriales, **Joan Busquets**, quien habló del "reto de exportar coches a Japón y de seguir consolidando el potencial de la alianza con Renault", además de las nuevas posibilidades que se abren con el acuerdo de cooperación con Daimler. **Herbert Demel**, vicepresidente ejecutivo de Magna, ofreció una visión sobre los factores de crecimiento en mercados emergentes desde Sudamérica a Asia,

country aspires to account for 3% of the automobile trade by 2017." He underlined the primary importance of continuing to "encourage sales beyond traditional markets, building on the fact that vehicles made in Spain already reach 120 countries. We have to keep on raising our competitiveness because there are plenty of emerging countries out there that hold an advantage over us."

Nissan's Director of Industrial Operations in Spain, **Joan Busquets**, provided an insight into the brand's future plans in this country. He referred to "the challenge of exporting cars to Japan and of further consolidating the potential within the alliance with Renault." He also mentioned the new opportunities opened up by the partnership agreement with Daimler.

Magna Executive Vice-President Herbert Demel examined the growth factors in emerging markets in South America and Asia, pointing out that "the difficulties in the global market in recent years have hit automakers' margins. In this scenario, German firms have performed robustly. In the future, manufacturers will continue to outsource products and services to suppliers, albeit at a slower rate. The world's 100 biggest suppliers currently account for around 60% of the value generated by the supply industry." **PwC Global Analyst Christoph Stürmer** described the transformation under way in the industry driven by end customers' "shift from the buying experience to the usage experience. In response, automakers are moving from selling vehicles to selling mobility services. Suppliers need to deliver more process and materials innovation."

Latin America

President of Mexico's INA (Industria Nacional de Autopartes – National Autoparts Industry Association), **Oscar Albin**, provided insights into a country "that needs more tier-two and -three suppliers, either as a result of foreign investment or of development of local supply firms." He predicted 47% growth in

apuntando que “las dificultades que el mercado global ha atravesado en los últimos años han impactado en los márgenes de los fabricantes de automóviles. Las firmas alemanas han mostrado una mayor solidez en este escenario. En el futuro, los fabricantes continuarán externalizando productos y servicios a los proveedores, pero a velocidad más reducida. Los 100 principales proveedores aportan actualmente en torno al 60% de la generación de valor de la industria suministradora”.

Christoph Stürmer, analista global de PwC, habló de la transformación de la industria, ligada a que el cliente final “está pasando de la experiencia de compra a la experiencia de uso, en el los constructores pasan de vender vehículos a servicios de movilidad. Los proveedores deberán aportar mayores innovaciones en procesos y materiales”.

Bloque latinoamericano

Oscar Albín, presidente de la Industria Nacional de Autopartes (INA) de México, ofreció las claves de un país “en el que es necesario un aumento de los proveedores de segundo y tercer nivel, tanto a través de inversiones foráneas como de desarrollo de suministradores locales”. Estimó un crecimiento en la producción de vehículos de un 47% desde 2012 a 2019 hasta superar los 4,3 millones de unidades y recordó que el sector de componentes mexicano es el quinto exportador y exportador en el ranking mundial.

De cara a 2020, Albín indicó que la aspiración de México se centra en “lograr un tamaño de mercado doméstico de vehículos nuevos que atraiga nuevas inversiones en el sector. También queremos convertir a México en uno de los tres lugares preferidos mundialmente para el diseño y manufactura de vehículos, así como de partes y componentes”.

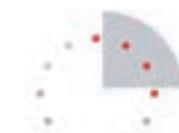
Fabio Rozemblum, presidente de la Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes (AFAC), sí dio valor a la complementariedad de su país con Brasil, “señalando que la suma de ambos mercados darían lugar al quinto productor mundial de vehículos”. Hasta 2020, Argentina se ha fijado, entre otros objetivos, “aumentar el aprovisionamiento de componentes locales de forma competitiva; desarrollar la producción local de mayor número de modelos globales; y promover la rela-

vehicle output between 2012 and 2019, taking the country's total volume to over 4.3 million units. He also emphasised that the Mexican components sector is the world's fifth-biggest by export volume. Looking towards 2020, Mr Albín said that Mexico aspires “to develop a big enough domestic market for new vehicles to attract further investment in the sector. We also want to make Mexico one of the world's top three locations for design and manufacture of vehicles, parts and components.”

President of the AFAC (Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes – Argentinian Association of Components Manufacturers), **Fabio Rozemblum**,



Cuando el trabajo en equipo cuenta



**Soluciones
en 15 minutos**

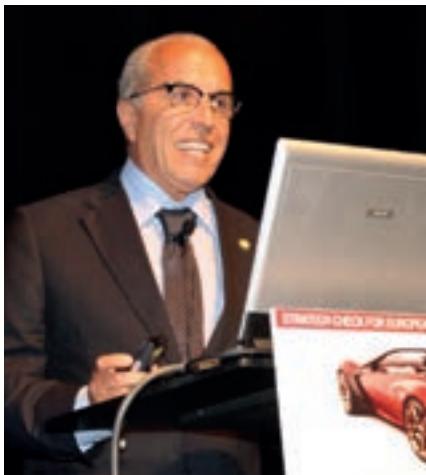
WORLD COURIER®
An AmerisourceBergen® Company
www.worldcourier.com

MADRID Tel. 917 461 010 | BARCELONA Tel. 932 925 464

Más de 149 oficinas propias en 50 países



Oscar Albín, presidente de la Industria Nacional de Autopartes (INA) de México, ofreció las claves de un país “en el que es necesario un aumento de los proveedores de segundo y tercer nivel”. / President of Mexico's INA (Industria Nacional de Autopartes – National Autoparts Industry Association), Oscar Albín, provided insights into a country “that needs more tier-two and -three suppliers”.



Paulo Butori, presidente de Sindipeças, asociación de la industria de componentes de Brasil, puso el acento “en mejorar la eficiencia energética de la producción de automóviles en Brasil”. / The president of Sindipeças, Brazil's components industry association, Paulo Butori, emphasised “improvements in energy efficiency in automobile production in Brazil”.



El cierre correspondió a Paul Pilkauskas, responsable de Nuevos Desarrollos de Entrada Group, quien detalló las oportunidades para proveedores en México. / The Congress was brought to a close by Entrada Group's New Development Manager Paul Pilkauskas, who discussed opportunities for suppliers in Mexico.

“

QUEREMOS CONVERTIR
A MÉXICO EN UNO DE
LOS TRES LUGARES
PREFERIDOS
MUNDIALMENTE PARA EL
DISEÑO Y MANUFACTURA
DE VEHÍCULOS, ASÍ
COMO DE PARTES Y
COMPONENTES / WE
ALSO WANT TO MAKE
MEXICO ONE OF THE
WORLD'S TOP THREE
LOCATIONS FOR DESIGN
AND MANUFACTURE OF
VEHICLES, PARTS AND
COMPONENTS

Oscar Albín, INA

ción entre los fabricantes de componentes y los constructores mediante acuerdos que permitan tener capacidad de previsión sobre aspectos comerciales”.

Paulo Butori, presidente de Sindipeças, asociación de la industria de componentes de Brasil, mostró las posibilidades de un entorno que aún está sometido a muchas oscilaciones económicas. No obstante, puso el acento “en mejorar la eficiencia energética de la producción de automóviles en Brasil, donde se está trabajando en aumentar los volúmenes de fabricación de las plantas existentes, así como en atraer a nuevos actores. Además, estamos en la línea de complementar la cadena de valor con productos y tecnologías que aún no están desarrolladas en el país. Por otro lado, por la evolución

del sector agrícola, se abren oportunidades en el campo de los vehículos industriales”.

El cierre correspondió a **Paul Pilkauskas**, responsable de Nuevos Desarrollos de Entrada Group, quien detalló las oportunidades para proveedores en México, señalando “que recientemente se está produciendo un mayor desarrollo de la industria, apoyadas por inversiones procedentes de Estados Unidos, Europa y Japón. Posteriormente, detalló el ejemplo del Parque Industrial de Fresnillo (Zacatecas), gestionado por Entrada, donde “existe una mano de obra bien formada a un coste competitivo”. ▶

stressed the value in his country's complementary relationship with Brazil, highlighting that “together, the two markets are the size of the world's fifth-biggest vehicle producer.” Among other goals, Argentina has set itself the target, by 2020, of “increasing competitive supply of local components; developing local production of a greater number of global models; and fostering relationships between components manufacturers and automakers through agreements that allow them to forecast sales scenarios.”

The president of Sindipeças, Brazil's components industry association, **Paulo Butori**, pointed out the opportunities in a regional economy still prone to cyclical peaks and troughs. Nevertheless, he emphasised “improvements in energy efficiency in automobile production in Brazil, where firms are working on raising manufacturing volumes at existing plants and attracting new industry players. In addition, we are complementing our value chain with products and technologies that are still not being developed locally. Meanwhile, trends in the agri-food industry are opening up opportunities in the industrial vehicle market.”

The Congress was brought to a close by Entrada Group's New Development Manager **Paul Pilkauskas**, who discussed opportunities for suppliers in Mexico, stating, “There has been a recent increase in industry development supported by investment from the United States, Europe and Japan.” He then provided the example of the Fresnillo industrial complex managed by Entrada in Zacatecas, where “skilled labour is available at a competitive cost.” ▶

CONGRESO HISPANO-ALEMÁN

15 EDICIONES DE CONCLUSIONES DE ALTO VALOR AÑADIDO

Fifteen years of high-value-added conclusions

MANTIENE INTACTA
CAPACIDAD DE
CONVOCATORIA
DE PRIMER NIVEL/
**THE EUROPEAN
AUTOMOTIVE
CONGRESS'S
INDUSTRY
APPEAL REMAINS
UNDIMINISHED**

Tras cumplir sus primeras 15 ediciones, el Congreso Hispano Alemán (con una denominación incluso más adecuada en inglés, European Automotive Congress) conserva la fórmula que le ha llevado desde finales del pasado siglo, a ser un encuentro de primer orden para la industria de automoción. AutoRevista ha dado cobertura informativa a este evento desde su primera edición y lo ha respaldado como revista colaboradora. / *Fifteen years since its launch at the end of the last century, the European Automotive Congress remains faithful to the formula that has made it a world-class automotive industry event. AutoRevista has covered the Congress right from the start and has supported it throughout as a media partner.*

■ POR L.M.G / FOTOS-PHOTOS: AUTOREVISTA / TRANSLATION: VERITAS TRADUCCIÓN Y COMUNICACIÓN

En todo este tiempo, el equipo de European Conference Management, capitaneado por Mario Neubeck, ha trabajado con denuedo para configurar atractivos programas, los cuales se han ido encajando en sucesivas dobles jornadas, repletas de ponencias y ponentes de alto nivel. Aunque atendiendo a su denominación, el peso específico de entidades, asociaciones, organismos y empresas españolas y alemanas es patente, desde su primera edición en 1999, ya incorporó a ponentes de firmas otras nacionalidades. Así en aquella cita de estreno en Madrid, participó Roque Alonso, gerente de Logística de Ford España. Como momento para recordar, los asistentes tuvieron la oportunidad de ser testigos de una de las probablemente últimas apariciones públicas de José Ignacio López de Arriortúa, que desveló su proyecto Carmen. En la segunda cita se realizó la innovación en productos, procesos y gestión. Harald Hauke, entonces director de Producción y Logística de Mercedes-Benz España, afirmaba que "la logística debe integrarse en la estructura del equipo de ingeniería simultánea

Throughout the Congress's history, the team at European Conference Management, led by Mario Neubeck, has worked tirelessly to arrange appealing programmes packed with high-calibre presentations and speakers for each annual two-day event.

Although Spanish and German organisations, associations and companies have a major presence at the Congress, it has always attracted representatives from firms headquartered in other countries. For example, the debut meeting in Madrid in 1999 featured a talk by Ford España's Logistics Manager Roque Alonso. That same year, the audience memorably witnessed what was probably one of the last public appearances by José Ignacio López de Arriortúa, who unveiled his Carmen project. The second Congress emphasised innovation in products, processes and management. Mercedes-Benz España's Production and Logistics Manager at the time, Harald Hauke, stated, "Logistics needs to be made part of the simultaneous engineering team's structure and given equal standing." At the



como un miembro igualitario". En la siguiente edición, el impacto de Internet y las compras a través de comercio electrónico sobresalieron entre otros muchos contenidos de interés.

Las sinergias en Compras, así como los diferentes modelos de relación entre constructores y proveedores marcaron buena parte de la edición de 2003, en la que uno de los mensajes que se difundieron fue que la responsabilidad del proveedor termina con la buena aceptación del producto por parte del cliente final. Un año más tarde, la integración de suministradores de diversa tipología y la diversidad de requerimientos de los fabricantes siguieron siendo un contenido primordial en un encuentro en el que ya se empezaba a hablar de experiencias reales de China.

En el ecuador de la primera década del vigente siglo, se amplía el análisis geográfico a escala mundial con una mirada analítica sobre los mercados de Europa Central y Oriental, con especial mención a la República Checa y Rumanía, mientras las temática de Compras se contempla desde la óptica de proveedores de primer nivel como Ficosa, Gestamp o Grupo Antolin.

En 2006, José Manuel Machado, presidente y director general de Ford España, puso el acento en la máxima importancia de la flexibilidad en la fabricación, mientras en otros discursos se destacaba la importancia de la diversificación, incluso hacia otros sectores, por parte de determinados proveedores. Las estrategias de plataformas, la logística y las peculiaridades de los sistemas de producción de los diferentes constructores también concitaron la atención en esta ocasión.

next meeting in the series, the impact of the Internet and e-commerce dominated the engrossing content.

Purchasing synergies and different automaker-supplier relationship models were major themes in 2003, when one of the messages taken away was that suppliers' responsibility only ends with the product's acceptance by the end customer. The next year, diverse supplier integration and diverse manufacturer requirements were the main subjects at a meeting in which participants started describing real experiences in China.

Midway through the century's first decade, the discussions' geographic scope was widened to include analysis of the markets in Central and Eastern Europe, paying special attention to the Czech Republic and Romania. Meanwhile, purchasing was viewed from the perspective of tier-one suppliers like Ficosa, Gestamp and Grupo Antolin.

In 2006, Ford España's Chairman and CEO, José Manuel Machado, highlighted the vital importance of manufacturing flexibility, while other talks focused on the significance of diversification for suppliers, including entering other sectors. Platform strategies, logistics and different vehicle manufacturers' production systems were also examined at this Congress.

Change of venue

Now well established in Madrid, the event's organisers decided to make Barcelona the venue for the eighth congress. Unsurprisingly, the calibre of the meeting, which was attended by Secretary-General of the OICA (International Organization of Motor

>



Aunque atendiendo a su denominación, el peso específico de entidades, asociaciones, organismos y empresas españolas y alemanas es patente, desde su primera edición en 1999, ya incorporó a ponentes de firmas otras nacionalidades./Although Spanish and German organisations, associations and companies have a major presence at the Congress, it has always attracted representatives from firms headquartered in other countries.

LAS SINERGIAS EN COMPRAS, ASÍ COMO LOS DIFERENTES MODELOS DE RELACIÓN ENTRE CONSTRUCTORES Y PROVEEDORES MARCARON BUENA PARTE DE LA EDICIÓN DE 2003 / PURCHASING SYNERGIES AND DIFFERENT AUTOMAKER-SUPPLIER RELATIONSHIP MODELS WERE MAJOR THEMES IN 2003

Cambio de escenario

Con una posición muy consolidada en Madrid, la organización del evento decide que sea Barcelona la ciudad que acoja la octava edición. El cambio de escenario no afecta al nivel del evento que en la Ciudad Condal cuenta con la presencia del secretario general de la Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA), Ivan Hodac. El presidente del constructor indio Tata Motors, ya avanzó la “fabricación de un vehículo para el Tercer Mundo”, en lo que terminaría siendo el modelo Nano. De nuevo en Barcelona, en la cita de 2008 se habló de las múltiples tecnologías de propulsión que convivirán en los próximos años, al servicio de un producto “que se ha convertido un tercer espacio después de la vivienda y el lugar de trabajo”, en palabras de Georg Asal, jefe de Diseño de Interiores de Mercedes-Benz y smart. En aquella cita, AutoRevista moderó una mesa redonda sobre “Consolidación de la ubicación de plantas y fábricas del sector de automoción en España. Iniciativas en el refuerzo y el incremento de la competitividad de las regiones a nivel local y nacional”. Un debate en el que pudieron anti-

Vehicle Manufacturers) Ivan Hodac, was unaffected. During this get-together, the chairman of India's Tata Motors announced "manufacture of a vehicle for the third world," which eventually became the Nano.

Back in Barcelona in 2008, speakers discussed the range of propulsion technologies likely to co-exist on the world's roads as cars became, according to Georg Asal, Head of Interior Design at Mercedes-Benz and smart, "users' third living environment after their home and workplace." On that occasion, AutoRevista moderated a round-table discussion entitled "Securing automotive production locations in Spain: Strategies to strengthen and further develop regions' competitiveness locally and nationally." The debate brought to light several of the key themes that have since contributed to the situation the sector enjoys in Spain at present.

For the tenth congress, the organisers chose Bilbao as the host city, where participants discussed how to respond to the crisis that, by then, was already hitting the global industry particularly hard. Francisco Riberas said, "Whatever the scenario, the key is to re-establish finance flows, select profitable projects, change the automaker-supplier relationship, manage short-term cash flow and capture new business in the BRIC countries."

In 2010, the event returned to Madrid, where it was hosted at a venue with close ties to the sector — the Ministry of Industry. Among the many insights produced, Ford of Europe's Vice-President of Purchasing, Alan Draper, stated, "We are going to maximize