

El Talar noticias en la planta Ford

Una vez más somos recibidos gentilmente por Jorge Di Nucci, a quien comenzamos preguntando qué significado le otorga a los 50 años de la colocación de la piedra fundamental de esta planta en Tigre.*

Jorge Di Nucci: Estamos festejando el aniversario de la planta Pacheco* de la mejor forma que se puede festejar que es invertir en la ella – Este año lo estamos haciendo fuertemente – , completando unos 1000 millones de pesos que comenzamos a invertir el año pasado. Esto permitirá que a principios del año que viene se produzca un nuevo producto – sólo se lo producirán en tres lugares en el mundo –, esto da continuidad asegurando la producción de la planta por mucho tiempo.



Además se avanza en el Parque de proveedores que se está haciendo en lotes que tenemos sobre la Ruta 9, linderos a nuestra planta; hemos trabajado con el municipio para su subdivisión y ya tenemos varios proveedores que se instalarán en ese lugar.

E.T.n.: Recordamos que no es la primera vez que tocamos el tema “Integración proveedores”, ¿porqué se da esta alternativa?

J.D.N.: Desde todo punto de vista, es muy ventajoso tener el proveedor al lado y no a 500 km. de distancia o del otro lado del mar. Por razones de inventario y de comunicación – siempre que se pueda cambiar una pieza importada, por una producida en Argentina eso se hace, y permite desarrollar proveedores locales –, más aún estamos trabajando para que esta integración se de aquí en la zona.

E.T.n.: Teniendo en cuenta los plazos de desarrollo y producción de un vehículo y, los tiempos de cambios coyunturales en la Argentina, ¿Cómo vemos el futuro de Ford en nuestro país? recordando crisis pasadas.

J.D.N.: La situación ha cambiado muchísimo, allá por el 2002 a 2003 la preocupación era mantener la empresa funcionando y el trabajo de la gente. No hubo despidos masivos, al contrario, durante varios años trabajamos con capacidades ociosas y “toda la gente arriba del bote”, tuvimos la suerte de trabajar en un mercado integrado y si bien la Argentina no te demandaba nada, el poder exportar y trabajar en un programa de integración regional, permitió a la planta seguir operando. Hoy la perspectiva es totalmente diferente y el mercado local se fue recuperando, el año pasado fue un año record y en el corriente pensamos que va a ser igual o mejor, pensamos que superaremos las 100.000 unidades producidas en la planta “Pacheco” en el 2010 – una cifra muy importante – y de la mano, nuevas inversiones que aseguran la continuidad a lo largo del tiempo.



E.T.n.: Siempre resulta interesante hablar de largo plazo.

J.D.N.: Es que los ritmos de la industria automotriz abarcan un ciclo de producto largo. Desde que se hace la factibilidad, se decide fabricar, se realiza toda la inversión y se comienza a producir es un par de años, y la vida útil de un producto también son varios años. Es decir que la vida de éste desde que se empieza a estudiar su factibilidad hasta que se sigue produciendo es justamente un período largo, por eso las decisiones que se toman afectan la actividad y resultados de una planta por muchos años.

“Es en base a la planificación que cumplimos 50 años y permanente vigencia”.

Cuando una planta pasa a niveles de calidad que la habilita para ser una planta productora para exportación como es el caso nuestro – las dos terceras partes se exporta –, los mercados exigen calidad y modernización; por fuera puede verse igual, pero por dentro es distinta – totalmente distinta a lo que era hace diez años atrás y ni que hablar hace 10, 20 o 50 cuando inauguramos.

E.T.n.: *Queremos personalizar un poco esta charla, saber que siente Jorge Di Nucci, el cual es su comunicador hace ya tiempo.*

J.D.N.: Son 37 años de trayectoria en la comunicación de la empresa.



Los temas automotrices son temas muy cercanos a mucha gente y despiertan el interés de muchos más. Por un lado al que le gusta el deporte, a los que le gustan los fierros, a los interesados en la actividad económica por la actividad que genera, al que le gusta el diseño, o la educación – ya que requiere especialización –, al que le interesa la ecología y el medio ambiente por el impacto que provoca. Hay distintas vertientes que captan el interés de la gente y poder comunicar como son las acciones y como funciona una empresa como Ford que ha mantenido a lo largo de los años una determinada política, una determinada norma de conducta – cercana a cumplir 100 años en

Argentina –, - considerada por varias encuestadoras como la marca más confiable en la industria automotriz y una de las más confiables en la Argentina –, es una gran oportunidad, es una gran responsabilidad pero sobre todo motivadora de orgullo.

E.T.n.: *La obligada síntesis de una nota nos obliga a dejar para adelante distintos tópicos. Temas como la ecología o responsabilidad social serían injusto darles un breve espacio, por lo que contamos con su opinión más adelante.*

J.D.N.: Es un gusto como siempre, acercarnos a las comunidades más cercanas, lo haremos cada vez que El Talar noticias me lo requiera.

ETn.: *Una reflexión para los nostálgicos. ¿Porqué no se puede producir otro fenómeno como el Falcon?, puede aparecer otro producto insignia?*

J.D.N.: Para que vuelva a producirse un fenómeno de esa naturaleza debemos comprender la evolución de la sociedad y después entender la evolución de la industria automotriz, ahora el tiempo de vigencia de un modelo es mucho más corto por los avances tecnológicos – el Falcon generó todo eso en un mercado cerrado, no abierto al mundo – y estuvo 30 años en producción. Era representativo de lo que era la cotidianidad de la Argentina en ese momento. En esta nueva sociedad donde la fidelidad del cliente es diferente, la oferta es mucho mayor y el ciclo de vida del modelo es más corto; por supuesto que van a aparecer “referentes”, pero nunca más un fenómeno como aquel. Fueron junto a la F100 exponentes del “auto” en nuestro país, aun hoy cuando se habla de “la chata” se habla de la F100. Van a ser otros íconos, amores más cortos – a lo mejor más intensos –.

E.T.n.: *Entendiendo bien; no se fabrican vehículos para que duren menos sino que los cambios tecnológicos y la adecuación a las exigencias del comparador son más vertiginosos.*

E.D.N.: La gente demanda cada vez más tecnología, por ejemplo conectividad. El mundo de la conectividad ha progresado muchísimo en los últimos 5 o 6 años y hoy los autos cada vez más incorporan esa tecnología. (Internet, manos libres, mensajería) y el otro tema es la seguridad; cada vez más se la requiere en forma activa y pasiva en el auto, hay mucha tecnología respecto a esto que se va incorporando. Por ejemplo el Fiesta nuevo tiene siete Air Bags, hace poco tiempo atrás a nadie se le ocurría que un auto chico podría tenerlos, hoy el consumidor lo demanda. Los avances tecnológicos rápidamente entran en la industria automotriz y ésta se mueve en referencia.

Otro tema importante: el diseño; esto también debe complacer un público cada vez más exigente, la gente hoy está más comunicada y tiene más puntos de referencia y variedades para comparar y formar su concepto estético, y los autos, deben adaptarse. También hay más diferentes tipos de consumidores que a su vez van variando sus hábitos de consumo. No hace mucho solo había autos chicos, medianos y grandes, y el equipamiento estaba determinado por estos parámetros, si era chico era económico y con poco equipamiento, más en un auto mediano y, cuando uno quería

muchos detalles y elementos de confort debía irse a un auto grande; también lo relacionamos a cómo vivía la gente, el auto chico era para los más jóvenes o para la familia que recién empieza y a medida que se va desarrollando y creciendo, también lo va haciendo en la elección de su auto. Hoy vemos autos chicos con equipamiento de auto grande ¿que es lo que pasa?, la sociedad está cambiando y hay mucha gente que vive sola o en pareja sin hijos, que crece en su poder adquisitivo y demandas de confort y tecnología pero no requieren una auto grande – en los departamentos podemos ver una actitud similar –. También hay cambios demográficos y de hábitos, la industria debe adaptarse a esa diferencia.

E.T.n.: Una semblanza de Ford en la historia y en Tigre

J.D.N.: Seguimos creciendo, avanzando, nos acercamos al centenario y somos un poco la historia de la industria automotriz en la Argentina, desde principios del siglo pasado hasta el año 1960, que era la época en que los autos se ensamblaban en el país. – Nosotros teníamos entonces la planta en La Boca –, desde entonces hasta los 90 fue la etapa de integración con el desarrollo de proveedores y que fue la que dio inicio a la planta “Pacheco” con todos los procesos productivos, estampados, etc. y de ahí a la actualidad, la apertura de nuestra producción al mundo. Esas fueron nuestras etapas de progreso transformándose en lo que es hoy Ford. Nuestra planta ha cumplido con todo lo necesario y las inversiones correspondientes para ser una importante exportadora para la República Argentina y una de las mejores.

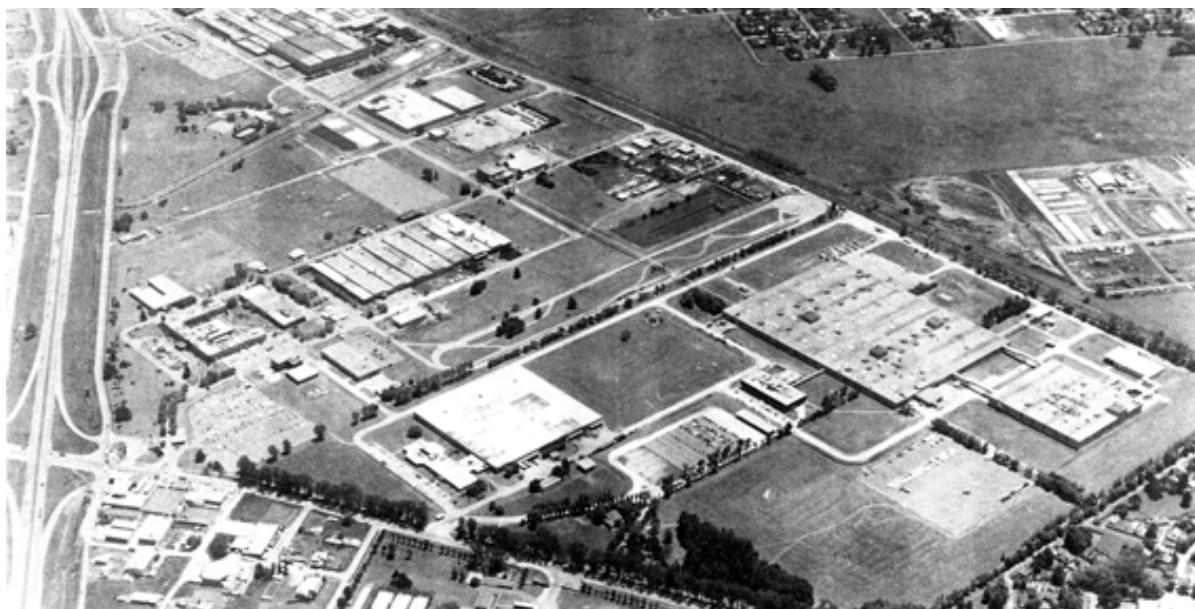


Foto: Vista aérea de la planta Ford en 1961

*Jorge N. Di Nucci, Director de Relaciones Institucionales de Ford Argentina

- La planta es denominada tradicionalmente Pacheco, aunque no indica su ubicación la cual es en la localidad de Ricardo Rojas – Tigre

Más información corporativa en: <http://www.ford.com.ar/ford2010/>