

China se forma en Cantabria

AMC, empresa de diseño industrial, ha traído a 6 estudiantes de ingeniería de Tianjin para completar su aprendizaje

MERCADOS CON FUTURO

MARÍA ANGELES SAMPERIO

eco.dco@eldiariomontanes.es

SANTANDER. Cuando la empresa AMC S. L. se planteó su 'salto' a China, una de las cuestiones que tenía claras era que quería contar con profesionales del país. Por ello, firmó un convenio de colaboración con la Tianjin University of Technology and Education. Consecuencia directa del mismo es la presencia en Cantabria de 6 estudiantes de ingeniería especializada en modelaje que van a permanecer aquí una temporada para formarse y poder, en el futuro cercano, trabajar en la empresa cántabra en China. Es una experiencia pionera, que seguramente será muy satisfactoria tanto para AMC como para la universidad china.

Los estudiantes ya han realizado varias visitas, entre ellas a Grupo Sodercán, cuya actividad en China, especialmente la oficina de representación en Tianjin, ha sido un pilar importante para el 'lanzamiento' de AMC.

«La Universidad de Tecnología y Educación de Tianjin (TUTE) tiene un amplio programa de formación de estudios técnicos. Para nosotros la capacitación y la realización de prácticas es fundamental. Por ello, el acuerdo con AMC es una cuestión muy importante», dice el vicedecano de TUTE, que ha acompañado a los alumnos en su viaje a Cantabria junto con el profesor del depar-

tamento de Diseño de Moldes y Matrices, Zhen Li.

«Es una experiencia que me va a ayudar mucho en el futuro, cuando tenga que aplicar los conocimientos en el sector de la automoción. Es una oportunidad importante para plantearme el futuro», afirma uno de los alumnos, Shouyi Cheng. La TUTE cuenta actualmente con más de 13.000 alumnos de los cuales, más de 10.000 reciben formación en ingeniería industrial especializada, en automoción, automatismos, mecánica y computación.

En el programa de prácticas de AMC se inscribieron 70 alumnos de último curso. De ellos 6 han sido los que finalmente han sido seleccionados para la estancia formativa en Cantabria.

Filosofía de trabajo

El objetivo es formarles en 'software' de diseño, que ellos no manejan, y que comprendan y adopten la filosofía de trabajo de AMC, que asimilen su tecnología y 'know how', para por supuesto

«Es un convenio pionero. Existían sólo acuerdos con Japón, Corea del Sur y Etiopía», dice Wang

«Es una oportunidad importante para mi futuro profesional en la automoción», apunta Cheng

trabajo, una vez, superen esta fase de prácticas y se gradúen, incorporarse a la plantilla de la empresa cántabra en la Oficina de Tianjin

«El convenio con la empresa AMC es el primero que se firma a nivel europeo. De hecho, hasta la fecha hemos tenido acuerdos únicamente con Japón, Corea del Sur y con Etiopía (África). De ahí que consideramos un paso importante nuestra colaboración con esta empresa de Cantabria. De hecho, hubo que variar algunos puntos de los convenios anteriores y lo hicimos con mucho gusto», explicó el vicedecano de TUTE.

«Los alumnos que hemos sido seleccionados somos de la especialización de modelado. Somos de cuarto curso (los estudios son 5) y la edad de los que hemos venido a Cantabria está entre los 23 y los 25 años», apunta Shouyi Cheng.

En cuanto a su primera impresión de Cantabria y de España, tanto el vicedecano como el estudiante se muestran muy satisfechos. «Es un país muy hermoso y todos nos están recibiendo y tratando como mucha amabilidad. Los españoles son muy cercanos», observan.

Durante la primera semana de visita los alumnos visitarán diversas instituciones regionales, como Grupo Sodercán, y la Fundación Comillas, con quienes se ha contactado para que se ocupen de su formación en el idioma español.

Los seis estudiantes chinos de ingeniería industrial se han formado durante dos meses y medio en China y ahora comienzan su segunda fase de aprendizaje en Cantabria, conociendo de cerca la manera de hacer de AMC para poderse adaptar luego, cuando finalicen sus

estudios, en la oficina de la empresa en China.

La apertura de la oficina de AMC se produjo el 7 de Agosto de 2009 en Tianjin. Se cuenta con una persona contratada allí, que desarrolla labores de gestión, coordinación, representación y comerciales.

El objetivo que persigue esta oficina, es la prestación de los servicios de la empresa cántabra en el mercado asiático. Desde el área internacional de AMC, entendemos que para poder trabajar para los grandes fabricantes chinos de automóviles, se requiere estar presentes en aquel mercado y entender su cultura y filosofía.

Internacionalización

La historia de la empresa AMC SL (Asesores en Matrices y Complementos) va unida a la internacionalización y su importante cartera de clientes del sector de la automoción. Por eso el acuerdo para el lanzamiento en China es tan importante para



El vicedecano Jinmin Wang (izquierda) y el estudiante Shouyi Cheng, en las oficinas de Grupo Sodercán. ■ DANIEL PEDRIZA

poder entrar en el mercado asiático, pero trabajando desde dentro.

AMC comenzó su andadura en 2001, con 6 empleados y unas instalaciones de 70 metros cuadrados en Santander. Al año siguiente, la empresa se reubica en el área industrial de Los Corrales de Buelna. Son unas instalaciones de 300 metros cuadrados, de ellos 200 destinados a taller y el resto a oficinas.

Los empleados suben a 9. En 2007 se procede a una nueva inversión para contar con otro edificio que amplie tanto el taller como la oficina. Las instalaciones son ya de 2.100 metros cuadrados y la plantilla de 17 personas.

En 2008, se desarrolla una nueva planta de reciclado y reutilización de poliestireno expandido. La inversión en esta nueva unidad de negocio es de más de 600.000 eu-

ros. Los empleados llegan a 25. En 2009 AMC continuó su desarrollo el año pasado a pesar de la crisis económica. La diversificación e internacionalización fueron fundamentales. El hito, la apertura de la oficina en Tianjin.

Nuevo mercado

AMC es una empresa totalmente abierta al exterior. Sus principales mercados actuales, son Alemania e Inglate-

ra, pero con una estrategia de internacionalización muy sólida que pasa por la apertura de nuevos mercados. Uno de ellos, China. Desde el primer viaje de Alfonso Martínez, gerente de la empresa, a China, en Octubre 2007, la empresa se dio cuenta de las enormes oportunidades que ofrecía aquel país en el sector de la automoción, cuyo potencial es enorme.

No hay que perder de vista

que China consiguió por vez primera en 2009 arrebatar a Estados Unidos el trono como mayor mercado mundial del automóvil, después de que se vendieran en este país asiático 13,5 millones de automóviles, 3 millones más que su principal competidor, destacó este mismo mes el oficial 'China Daily'. El mercado de automóviles chino, que creció un 44% en 2009 respecto al año anterior, fue

uno de los beneficiados del plan de estímulo de Pekín para fomentar la demanda interna y compensar la caída de las exportaciones, con subsidios a la compra de automóviles menos contaminantes y ayudas a campesinos para adquirir vehículos.

El auge en China coincidió con la mala situación del mercado estadounidense, donde se vendieron 10,43 millones de automóviles en

2008, un 21% menos que en 2007 y la cifra más baja en 27 años. El Gobierno chino confirmó en diciembre que continuará las políticas de estímulo del consumo en 2010.

El mercado chino del automóvil sigue teniendo un inmenso potencial de crecimiento, ya que el país tiene sólo 35 vehículos por cada 1.000 personas, mientras que en los países desarrollados se superan los 400.

UNA EMPRESA DINÁMICA

AMC es una empresa de ingeniería industrial especializada en el diseño y fabricación de troqueles y utillajes que nació en 2001 de la mano de tres socios: Alfonso Martínez, Ángel Luis Sahagún y Oscar Ibáñez. Entre sus clientes están los principales fabricantes del sector de automoción. Su enfoque es innovador y adelantado gracias a su participación en diversos proyectos de I+D+i.

Entre sus clientes cuentan con grandes marcas de automoción a nivel mundial como son Audi, Volkswagen, EBZ, Thyssen-Krupp, Schuler-Cartec, Grupo Gestamp para el que son proveedor oficial. Además, han participado en proyectos para la gran mayoría de fabricantes de automoción europeos y americanos (Grupo Ford Jaguar Landrover, Renault, PSA - Peugeot, Mercedes, BMW y a largo etc.). Más del 70% del trabajo que desarrollamos en nuestra oficina técnica es para clientes extranjeros. Actualmente AMC está formada por un equipo de 30 personas. Es un equipo muy joven, con un tercio de la plantilla que no supera los 30 años. A esto hay que añadir, que muchos de los diseñadores-proyectistas y técnicos han sido formados internamente. La estrategia empresarial de AMC se apoya en tres grandes ejes: I+D+i, siendo para esencial para la empresa participar en proyectos de este tipo junto con la diversificación y la internacionalización. El proyecto de China va un paso más allá en esta estrategia internacional de AMC.

«Queremos contar con profesionales del país»

Alfonso Martínez señala que en China hay que contar con personal de allí

■ M. A. S.

Alfonso Martínez, socio fundador y gerente de AMC, se mostró interesa-

do desde el primer momento por el mercado asiático, en especial por China, cuando en 2007 hizo su primer viaje tutelado por Grupo Sodercán. «Tenemos muy buenos clientes en Europa, las principales marcas, y vimos en China una oportunidad importante de negocio. Cuentan nada menos que con 14 marcas de coches con más de 100.000

unidades cada una», señala Martínez. Cuando AMC estudió el marco y las posibilidades de implantación, enseguida se dio cuenta que había que contar con personal chino. «Queríamos contar con profesionales del país, pero formados de alguna forma por nosotros. De ahí surgió el acuerdo con la Universidad de Tianjin, que supone la

posibilidad de seleccionar a estudiantes de ingeniería de los últimos años y formarlos para poderlos emplear en el futuro. «Son alumnos muy especializados en el diseño de la automoción. Además, tienen una primera etapa formativa en China y otra segunda en Cantabria, que les va a preparar para poder trabajar en nuestra empresa», explica el gerente de AMC.

«Puede interpretarse mal nuestra filosofía de contar con profesionales chinos, pero creemos que es la única manera de poder entrar en este mercado», ratifica Martínez. «Tenemos cierto conocimiento del terreno y creemos que es lo más con-

veniente. Contamos con nuestras instalaciones en Cantabria para nuestro mercado europeo, pero en China tenemos que tener otra infraestructura para el potencial mercado asiático», añade. «Vamos a decirle a los clientes que están interesados en vender en China. Se trata también de ajustar los costes al máximo y, como se puede comprender, el personal allí es más barato y el precio de venta de los coches también».

Los mercados asiáticos no son tan fáciles como parece. «Nissan no podía comprar en Europa y por eso montó su propia infraestructura. Es parecido a lo que nosotros pretendemos hacer en China. Además, las

condiciones con las que nosotros estamos negociando son 'superventajosas' en proporción a los salarios que perciben los chinos en las empresas de su país», destaca Martínez.

«La oficina de Tianjin ha sido un hito importante para nosotros que nos interesó el mercado chino desde el principio. Además, Grupo Sodercán tiene allí su propia oficina, lo que es un apoyo importante. La ubicación es buena porque estemos en una zona con una importante 'zona de cultivo, en la que están ubicadas otras empresas como Toyota. Esperamos que las cosas vayan bien en el futuro», estima el gerente de AMC.



Alfonso Martínez, gerente de AMC. ■ DM