

Persona de contacto:
Oficina de prensa de Chrysler
Alfonso Aguilar
a.aguilar@dcx.com

La ventaja de Chrysler frente a sus competidores, concentrada bajo un mismo techo

- **El Technology Center y la sede central de Chrysler reúnen bajo un mismo techo programas avanzados de investigación, un diseño de vanguardia, producción, marketing y los cuadros directivos de la empresa en una superficie de 5,3 millones de pies cuadrados (casi medio millón de metros cuadrados)**
- **El complejo dispone de las instalaciones más innovadoras y la tecnología más avanzada de la industria del automóvil**
- **Los empleados disfrutan de áreas de recreo y descanso, como cinco comedores, varias tiendas, peluquerías y zonas verdes**

Auburn Hills, Michigan. La sede central de Chrysler, un recinto único en su género en la industria del automóvil, engloba en un complejo de edificios situado en Auburn Hills, Michigan todo lo necesario para desarrollar, fabricar, probar y comercializar un vehículo. Las instalaciones, con una superficie total de 5,3 millones de pies cuadrados (unos 492.000 m²), incluyen hasta una planta piloto de producción, en donde se ensamblan por primera vez los nuevos modelos de Chrysler, Jeep® y Dodge. Antes de la inauguración de la nueva sede, los empleados de Chrysler tenían que viajar regularmente a unas 20 sedes en el área metropolitana de Detroit para trabajar en sus proyectos. Por consiguiente, la productividad dependía en muchos casos del estado del tráfico en las carreteras y autopistas locales. Actualmente trabajan bajo un mismo techo todos los departamentos, desde el diseño y el desarrollo hasta la producción, con el consiguiente ahorro de tiempo.

En este vasto complejo arquitectónico, el segundo por su tamaño en los Estados Unidos, superado solamente por el Pentágono, trabajan 9.646 empleados de Chrysler y de sus proveedores y tienen a su disposición 15.541 plazas de aparcamiento. En el Centro Tecnológico, con una estructura interior diáfana, trabajan los equipos de producto, formados por profesionales de distintos departamentos que cooperan en el desarrollo de vehículos que, en muchos casos, crean nuevos segmentos en el mercado. El diseño y la concepción avanzados del edificio favorecen la comunicación entre los diseñadores, ingenieros, técnicos, especialistas en seguridad, agentes financieros, expertos de la cadena de aprovisionamiento y proveedores, y crean sinergias inéditas en este campo.

La ventaja competitiva que aporta el Chrysler Technology Center se refleja, por ejemplo, en la planta piloto de producción de 170.000 pies cuadrados (15.800 m²) de superficie. En estas instalaciones, integradas en el centro tecnológico, pueden fabricarse y montarse por primera vez los prototipos de los nuevos modelos y puede comprobarse la viabilidad de las herramientas y los moldes de producción. Esto permite alcanzar cotas inéditas de productividad. La planta piloto se encuentra a un tiro de piedra de las oficinas y los talleres de los equipos de producto, y permite a los ingenieros comprobar el resultado de sus esfuerzos directamente en la línea de montaje, separada unos pocos metros de su propio escritorio. Estas instalaciones permiten montar vehículos de pruebas completamente equipados y en orden de marcha mucho antes de que comience la producción en serie en la

factoría. De ese modo pueden identificarse y eliminarse posibles problemas en relación con el proceso de producción, mucho antes de poner en marcha las instalaciones en la planta. Del mismo modo, los equipos de producción de las fábricas de Chrysler acuden a la planta piloto para recibir una instrucción intensa y extensa acerca del proceso de producción de los nuevos modelos. Como resultado de todas estas medidas mejora la calidad, aumenta la seguridad de los mecánicos en la línea de fabricación y se reduce drásticamente el tiempo que transcurre hasta el lanzamiento de un nuevo producto.

El entorno de trabajo en el conjunto de edificios de Chrysler aumenta la celeridad, la eficiencia y la calidad, como puede comprobarse a raíz de los siguientes ejemplos:

- Los diseñadores pueden coordinar sus innovaciones con el personal de ingeniería y de producción en una fase mucho más temprana del proceso creativo; de ese modo reciben antes confirmación sobre la viabilidad de sus ideas y bocetos.
- Los especialistas de aprovisionamiento y compras colaboran más estrechamente con los ingenieros y con los proveedores para identificar los componentes que satisfacen las exigencias de los camiones, los monovolúmenes, los SUV y los turismos de cualquier tipo y tamaño.
- Los matemáticos, los físicos, los especialistas en ergonomía y los equipos de planificación de la producción trabajan conjuntamente, utilizando modelos humanos en 3 dimensiones generados por el ordenador que reproducen con fidelidad el modo en que los mecánicos se mueven y acceden a los componentes en la línea de montaje.

Los laboratorios científicos del Centro Tecnológico Chrysler cuentan con un elenco de instalaciones y equipos sin parangón en la industria del automóvil y contribuyen a asegurar la calidad y la seguridad de los vehículos de las marcas Chrysler, Dodge y Jeep. Los Science Labs aportan un nivel de precisión científica que no pueden alcanzarse mediante evaluaciones y pruebas prácticas en carretera.

Los turismos y camiones tienen que superar pruebas prácticas de tipos muy diferentes –por ejemplo, en el simulador climático– bajo condiciones perfectamente controladas y reproducibles. Los técnicos del avanzado laboratorio de emisiones de la compañía, por ejemplo, llevan a cabo pruebas para asegurar que los gases de escape de los vehículos cumplen con creces las exigencias de las normas de protección medioambiental.

El arsenal de los laboratorios del Centro Tecnológico incluye el nuevo túnel de viento aeroacústico, cuya instalación ha costado 37,5 millones de dólares. Probablemente es la mejor herramienta disponible en la industria del automóvil para analizar las características aerodinámicas y aeroacústicas de los nuevos vehículos. La importancia de este aspecto del diseño se refleja en la relevancia que tiene la resistencia aerodinámica para el consumo de combustible y para el ruido de marcha, un factor que influye en gran medida sobre el confort a bordo y sobre el cansancio del conductor.

El complejo de la sede central de Chrysler alberga asimismo un centro de formación de 70.000 pies cuadrados, un centro de conferencias, cuatro comedores, una clínica, un cuerpo de bomberos, un centro de salud, dos tiendas, dos peluquerías y varias salas para madres con bebés. Un amplio sistema de claraboyas difunde luz natural en el interior, y una red de pasillos interiores decorado a modo de jardín. El recinto incluye una pista de pruebas de 1,8 millas (2,9 km) de longitud, espacio adicional para oficinas, el centro de ingeniería de calidad y el Museo Walter P. Chrysler.

La nueva Chrysler, con sede en Auburn Hills, Michigan (EE.UU.) fabrica vehículos y productos de las marcas Chrysler, Jeep®, Dodge y Mopar®. El volumen de ventas total en todo el mundo ascendió en 2006 a 2,7 millones de vehículos. Las ventas fuera de Norteamérica alcanzaron el máximo del último decenio, con un incremento del 15 % con respecto al año 2005. Un año después de establecer un nuevo récord en el lanzamiento de modelos (Chrysler introdujo 10 vehículos completamente nuevos en 2006), la empresa tiene previsto ampliar esta ventaja con ocho nuevos productos durante el año 2007. Su gama de productos incluye algunos de los vehículos más emblemáticos en todo el mundo, incluyendo el Chrysler 300, el Jeep Commander y el Dodge Charger. La Chrysler Foundation, la rama filantrópica de la compañía, destinó 23,6 millones de dólares a donativos durante 2006. Chrysler es una unidad de la Cerberus Capital Management.

- ### -