

RENAULT NISSAN PURCHASING ORGANIZATION (RNPO)

Logan by **renault**



Odile Desforges
Directora Gerente
de RNPO

Renault-Nissan Purchasing Organization (RNPO) fue creada en abril de 2001 para asegurar el más alto nivel de competitividad posible a las compras de la Alianza, en términos de calidad, de coste y de plazos y para administrar las relaciones con los proveedores a escala mundial. RNPO es la primera coempresa de la Alianza (joint-venture) y representa en su creación cerca del 30% de las compras anuales globales de Renault y de Nissan. A finales de 2002, el porcentaje inicial pasó a 43%, (compras anuales de 21,5 millardos de dólares). Desde enero de 2004, con el aumento a un nivel de 33 millardos de dólares al año, RNPO representa el 70% de las compras de la Alianza.

Odile Desforges, Usted es en la actualidad la Directora Gerente de RNPO. ¿Cuál ha sido su recorrido profesional?

Odile Desforges: “Ingeniero de la Escuela Central de París, comencé mi carrera en el Instituto de investigación de transportes. Me uní al grupo Renault en 1981, como encargada de estudios en la dirección de la planificación automovil, posteriormente como ingeniero producto. En 1986 entré en la dirección de compras, como jefe de sección equipamientos exteriores, antes de convertirme en Directora de compras equipamiento de carrocería sucesivamente en 1992, dentro del GIE Renault Volvo Car Purchasing, luego en la dirección de la compras Renault en 1994. En marzo de 1999, tomé las funciones de Directora General Adjunta del grupo Renault VI-Mack, encargado de 3P (Product Planning, Product Develop-



ment, Purchasing Project). En enero de 2001, mi perímetro se amplía convirtiéndome en Presidenta de la Business Unit 3P del grupo AB Volvo. Desde el 1 de marzo de 2003 soy Directora de Compras de Renault y Directora General de la estructura común de compra Renault-Nissan Purchasing Organization (RNPO) y miembro del Comité de Dirección de Renault, a las órdenes de Louis Schweitzer, Director Gerente.”

productivas de Europa. Beneficiando de estructuras comerciales e industriales integradas al conjunto de su dispositivo europeo, Renault apuesta sobre el potencial de crecimiento que ofrecen los países de Europa central. En esta nueva fase, el grupo cuenta con proseguir su desarrollo por medio de la consolidación de la marca Renault y el éxito de Logan, el nuevo vehículo de Dacia.”

Logan en algunos elementos

El coche de 5 000 euros, Logan, representa una verdadera hazaña técnica e industrial. Es una berlina con 5 verdaderas plazas, un gran maletero y los motores Renault K 1.4 l y 1.6 de gasolina. Los objetivos de venta de Logan de ahora al 2010 se elevan a 700 000 unidades.

Para acompañar este ambicioso objetivo, el Grupo Norbert Dentressangle aporta su experiencia de ejecución para las operaciones complejas e integradas de recogida de piezas de recambio que suministran los fabricantes de componentes.

Proyecto para 2006:

- instalación de un tercer equipo de producción en la planta de Pitesti (Rumanía)
- distribución en Europa occidental prevista a partir de mediados de 2005.

“Desde enero de 2004, RNPO representa el 70% de las compras de la Alianza.”

ment, Purchasing Project). En enero de 2001, mi perímetro se amplía convirtiéndome en Presidenta de la Business Unit 3P del grupo AB Volvo. Desde el 1 de marzo de 2003 soy Directora de Compras de Renault y Directora General de la estructura común de compra Renault-Nissan Purchasing Organization (RNPO) y miembro del Comité de Dirección de Renault, a las órdenes de Louis Schweitzer, Director Gerente.”

¿Cuál es la estrategia de Renault para desarrollar la marca en los países del este?

“Primera marca en Europa occidental, Renault ha subido en algunos años al rango de segunda marca, incluyendo todo tipo de vehículos, del mercado automovil en Europa central. Una red eficaz y una política marketing adaptada son la base de este éxito, marcado por un crecimiento de 50% de las ventas desde hace 5 años. En el plano industrial, la planta Revoz de Novo Mesto en Eslovenia, de la que Renault es accionista mayoritario desde 1991, es hoy una de las más eficaces del constructor y figura entre las más

¿Cómo han integrado la competencia transporte del Grupo Norbert Dentressangle en su proceso logístico interno en los países del este?

Odile Desforges: “Norbert Dentressangle ha sabido posicionarse desde muy temprano en los países de Europa del este. Su conocimiento de estos países interesó a Renault que buscaba a desarrollar en estos países sus flujos para aprovisionar sus plantas locales (Eslovenia, Rumanía, Rusia) o para traer piezas producidas por sus fabricantes de equipos a las plantas de Europa occidental.

Así, el grupo europeo fue seleccionado para los flujos de piezas entre Rumanía y Rusia, pero también en Polonia para administrar un centro de groupage local y traer estas piezas a Francia. Es un socio sólido para la Alianza, tanto en el plano financiero como en el plano técnico. Su flota propia, sus competencias en ingeniería de los flujos, su apego a la calidad así como al desarrollo sostenible impulsaron a Renault a seleccionarlo en los países del este.”

¿Cuál es el acompañamiento del Grupo Norbert Dentressangle en el desarrollo de Logan en los países emergentes?

Odile Desforges: “El grupo ha sido seleccionado por Renault para el transporte de las piezas de Logan entre nuestro centro de exportación de Pitesti (Rumanía) y nuestra planta de montaje de Moscú (Rusia).

En cambio, las expediciones a Irán, Marruecos, Colombia y China se efectuarán por vía marítima, no obstante, Renault podría estar interesado por las competencias de Norbert Dentressangle para el transporte de piezas en el interior de estos países emergentes, si hay una implantación local.”

