



Entrevista



## Lamborghini: retos de la cadena de suministro, perspectivas de futuro y el caso ejemplar del proveedor ucraniano Leoni

Entrevista con Silvano Michieli, Chief Procurement Officer de Lamborghini

*Sant'Agata Bolognese, 20 de junio de 2022* – Desde 2020, las cadenas de suministro mundiales han tenido que enfrentarse a circunstancias políticas, sociales y económicas excepcionales por culpa de la pandemia, la escasez de semiconductores y la guerra entre Rusia y Ucrania. La capacidad de adaptación de Lamborghini hizo que la compañía mantuviera su solidez, ya que no solo se enfrentó a estos retos, sino que logró resultados récord en los apartados de ventas y financiero. ¿Qué estrategia adoptó Lamborghini para garantizar la continuidad de su producción? ¿Qué enfoque está adoptando para prepararse para el futuro? Estos fueron los temas tratados con Silvano Michieli, Chief Procurement Officer de Automobili Lamborghini, junto con la ejemplar cooperación con el proveedor ucraniano Leoni.

### **¿Cómo se ha adaptado Lamborghini a los retos de la cadena de suministro que plantea la actual situación geopolítica?**

*"Primero el Covid, luego el problema de los semiconductores, sin olvidar el conflicto en Ucrania y las políticas proteccionistas: en este contexto, Lamborghini ha tomado medidas de limitación de riesgos y ha asegurado su cadena de suministro. Una de las principales iniciativas que hemos tomado en este sentido ha sido la de estrechar aún más los lazos con algunos de nuestros proveedores estratégicos, pasando de una relación "Proveedor-Cliente" más tradicional a una más parecida a una asociación. Al mismo tiempo, revisamos nuestros procesos para adoptar un enfoque más proactivo y analítico. Esto nos permitirá anticiparnos a cualquier nuevo problema del sector. Ahora más que nunca, creemos que es esencial adoptar un enfoque de resolución de problemas en un entorno internacional que presentará cada vez más retos y dificultades".*

En cuanto a la guerra en Ucrania, Lamborghini mantiene un contacto estrecho con sus proveedores en el país mediante un grupo de trabajo de emergencia creado por el Grupo Volkswagen que se encarga de garantizar que el flujo de suministros siga siendo constante. Una de las historias que ha surgido en este sentido es la cooperación con Leoni, compañía encargada de fabricar el cableado del Huracán en el oeste del país.

*"El personal de Leoni está teniendo que hacer enormes sacrificios para mantener los procesos de fabricación en marcha y así seguir impulsando la capacidad de producción de su país. El tiempo que pasan trabajando se intercala con periodos de toque de queda en los que tienen que refugiarse en las zonas subterráneas de la planta de producción. Están demostrando un gran valor, devoción por su trabajo y amor por su país, y Lamborghini les está enormemente agradecido".*

### **Si la actividad de producción de Leoni se paraliza, ¿cómo lo gestionarán?**

*"Nuestro enfoque está basado en la idea de duplicar en lugar de reasignar, aplicando una estrategia de "producción doble". Gracias a nuestra ayuda, nuestros proveedores con sede en Ucrania están trabajando para que algunas de sus plantas en Europa puedan contar con la misma capacidad de producción. Esto significa que la relación con nuestros proveedores no cambiará. Continuarán con su trabajo de producción en la fábrica de Ucrania mientras nosotros*



Entrevista



*trabajamos en el proceso de duplicación de la planta fuera de la zona del conflicto. Aunque esperamos que no ocurra, estaremos preparados si la guerra vuelve a paralizar la producción en Ucrania. Es una forma de mostrar nuestra confianza y gratitud al personal de nuestra cadena de suministro en Ucrania, que se esfuerza por mantener la producción en marcha cada día".*

Todo ello demuestra hasta qué punto Lamborghini considera y trata a sus proveedores como socios en sus proyectos. A veces, los papeles se invierten: la compañía de Sant'Agata Bolognese actúa a menudo como "consultora" en la adquisición de materias primas como el carbono y los microchips. Sin embargo, para ser seleccionados como proveedores autorizados, los posibles socios deben pasar por un proceso de evaluación bastante estricto.

**¿Cómo se eligen los proveedores de Lamborghini? ¿Cuáles son los indicadores y requisitos que se exigen?**

*"Damos gran importancia a la evaluación de la estabilidad financiera y la sostenibilidad de nuestros proveedores y sus cadenas de suministro. Aunque hay que tener en cuenta el aspecto económico, tenemos que enfrentarnos a importantes tensiones financieras provocadas por las crisis mundiales que hemos vivido en los últimos años. Además de los márgenes, ahora también miramos con lupa la solidez de nuestros proveedores. El carácter cada vez más asociativo de las relaciones que solemos establecer les permite conocer nuestras necesidades desde el principio y optimizar los términos de plazos y costes de los futuros suministros. Además de la estabilidad financiera, también prestamos mucha atención a los resultados del desarrollo y las innovaciones, la calidad y la logística para tener una garantía de calidad en las entregas".*

Una de las claves del éxito y del gran nivel de la estrategia de compras de Lamborghini es el equilibrio entre grandes proveedores perfectamente organizados y con conexiones con el Grupo Volkswagen, que pueden aportar tecnologías o componentes específicos, y una serie de proveedores más pequeños pero altamente especializados que pueden proporcionar productos específicos para los sistemas de fabricación exclusivos de Lamborghini.

**Lamborghini forma parte del Grupo Volkswagen, ¿cuáles son los mayores beneficios que esto aporta a la cadena de suministro?**

*"Formar parte de un grupo como Volkswagen tiene grandes ventajas y se demuestra en situaciones como la escasez de semiconductores. Lamborghini tiene uno de los márgenes de contribución más altos del grupo, por lo que se le da prioridad a la hora de recibir suministros. Además, el grupo nos da acceso a una serie de tecnologías que desempeñan un papel crucial en nuestra evolución. Hablamos de tecnología que normalmente no estaría al alcance de una pequeña compañía como la nuestra. Nos da acceso exclusivo a soluciones innovadoras así como a una clara ventaja competitiva respecto a nuestra competencia".*

Uno de los retos actuales que nos plantea nuestra perspectiva de futuro es el siguiente: Lamborghini está reorganizando la gestión de su stock a lo largo de su cadena de suministro porque es consciente de que, en el futuro, el mayor riesgo de irregularidad en los suministros se producirá con los materiales y componentes básicos, que son elementos fundamentales en todo el ciclo de producción.

**La globalización tal y como la conocemos va a cambiar. Muchos economistas e historiadores hablan de un declive de la globalización y del inicio de una tendencia hacia la desglobalización. ¿Cuál es su punto de vista al respecto?**



## Entrevista

*"Creo que fenómenos como la globalización son irreversibles. Una gran cantidad de zonas geográficas contribuyen a los ciclos de producción de los artículos que se fabrican hoy en día. En mi opinión, el concepto de desglobalización es una idea utópica y poco inteligente. Soy más bien partidario de replantear los procesos y perspectivas de abastecimiento actuales, que en cualquier caso están sufriendo una evolución natural en la industria debido a las nuevas circunstancias".*

Fotos y vídeos: [media.lamborghini.com](https://media.lamborghini.com)

Más información en Automobili Lamborghini: [www.lamborghini.com](https://www.lamborghini.com)



### Automobili Lamborghini S.p.A. Regional Offices

Europe, Middle East & Africa  
(EMEA)

Emanuele Camerini  
T +39 342 567 5842

[emanuele.camerini@lamborghini.com](mailto:emanuele.camerini@lamborghini.com)

PR Agency for Spain and Portugal  
(Boosters Group)

Pablo Gómez  
T +34 606 42 95 59

[pgomez@boosters.es](mailto:pgomez@boosters.es)

### Headquarters

Head of Communication  
Tim Bravo

T +39 051 9597611

Brand & Corporate Communication  
Clara Magnanini

T +39 051 9597611

[clara.magnanini@lamborghini.com](mailto:clara.magnanini@lamborghini.com)

Product & Brand Extension Communication  
Rita Passerini

T +39 051 9597611

[rita.passerini@lamborghini.com](mailto:rita.passerini@lamborghini.com)

Motorsport Communication  
Francesco Colla

T +39 051 2156850

[extern.francesco.colla@lamborghini.com](mailto:extern.francesco.colla@lamborghini.com)

Polo Storico & Heritage  
Massimo Delbò

T +39 3331619942

[massimo@delbo.us](mailto:massimo@delbo.us)