

## La segunda edición de The Car Lab forma a profesionales del sector en los retos de la transformación digital

- ‘The Car Lab’ está dirigido a directivos de empresas de automoción en un programa exclusivo de formación.
- IE Exponential Learning, la unidad de Executive Education de IE University, ha desarrollado el programa surgido a iniciativa de ANFAC para dar respuesta a los cambios tecnológicos que se enfrenta el sector.

*Madrid, 30 de septiembre de 2019.-* Por segundo año consecutivo, Anfac, Faconauto y Ganvam han unido fuerzas en colaboración con IE University para el desarrollo de la segunda edición del programa de formación ejecutiva, “The Car Lab”.

Una de las necesidades detectadas por el sector en sus estrategias a medio plazo es la importancia urgente de formar profesionales en las nuevas competencias que la industria de la automoción requerirá en el proceso de transformación que atraviesa, sobre todo en nuevas tecnologías y digitalización. En este sentido, este programa formativo pretende dar respuesta a las necesidades de los directivos de las marcas automovilísticas en España y facilitarles las herramientas necesarias con las que enfrentarse a la transformación digital y a los nuevos retos de la industria.

El programa formativo pionero en España se ha desarrollado siguiendo una estructura basada en horizontes de transformación y creación. Ha sido elaborado por el IE Exponential Learning, la unidad de Executive Education de IE University y ha contado con la participación en su desarrollo de las asociaciones para reflejar la realidad, necesidades y desafíos del sector en el diseño de la agenda de los contenidos del curso y lograr dar respuesta a estos retos que marca la nueva movilidad.

Durante el desarrollo del programa, se incidirá en los tres principales retos que supone la transformación digital: los nuevos modelos de relación con los clientes, modelos de movilidad y modelos de negocio. La primera edición celebrada en 2018 contó con la participación de 30



directivos procedentes del sector, recibiendo una alta puntuación en las evaluaciones finales de los profesionales asistentes.

Según **Mario Armero, vicepresidente ejecutivo de ANFAC**, *“estamos en un momento clave del sector de la automoción, en donde enfrentamos la transformación hacia una movilidad inteligente, eficiente, asequible y accesible, donde las nuevas tecnologías tienen un peso específico y estos perfiles profesionales serán clave y han de ser potenciados. Para ello, desde ANFAC, queremos contribuir aportando esta formación, que proporcionará las herramientas necesarias a los directivos de nuestro sector para que avancen en este cambio, promoviendo la competitividad de nuestras empresas. De este modo, contribuiremos a mantener el peso de España como líder en la producción europea de vehículos y su atractivo para el desarrollo de los vehículos del futuro”*

Para **Marta Blázquez, vicepresidenta de Faconauto**, *“Como patronal debemos dar opciones y facilitar las herramientas formativas más punteadas y de alta calidad a los concesionarios para que puedan tomar decisiones en este momento de transformación que vive el negocio. No se trata solo formar a los cargos directivos a través de proyectos tan importantes como “The Car Lab”, sino que Faconauto apuesta por extenderla especialmente al resto de los departamentos de los concesionarios. Ya estamos trabajando en lo que será muy pronto la Universidad Faconauto, que tendrá una estrategia formativa muy clara que dará respuesta a las necesidades del sector, inmerso en la búsqueda y capacitación de nuevos perfiles profesionales.*

Según la **directora general de GANVAM, Ana Sánchez**, *“somos conscientes de que es necesaria una activa y estrecha colaboración del sector automoción con las instituciones académicas para formar profesionales que realmente sepan responder a lo que el mercado está imponiendo hoy día. De ahí, nuestra implicación en programas de este tipo. No es ninguna novedad que la transformación digital obliga a tener perfiles expertos en big data que no solo sepan impulsar nuevos servicios relacionados con la movilidad sino también acercarlos a un nuevo perfil de comprador y de conductor que, cada vez más, lo que busca es asesoramiento tecnológico y experiencias personalizadas. Esto implica dar un vuelco a la formación que se estaba ofreciendo hasta la fecha para ayudar a las redes de distribución a adaptarse a este nuevo escenario”.*