

Economia

PLASTICBAND

Embolicats en la bandera Lean

Fidels a la idea d'evitar processos que no aportin valor, Plasticband augmenta un 25% la capacitat productiva i redueix un 80% l'estoc

03/03/12 02:00 - GRANOLLERS - FRANCESC MUÑOZ

Facturació

3,5M€

Treballadors

30

Any de fundació

1978

En uns mesos, els 1.000 metres quadrats del magatzem de Plasticband, una empresa de maquinària per a embalatge i fleix de Granollers (Vallès Oriental), quedaran reduïts a uns 200, i en la superfície guanyada s'instal·larà una nova línia productiva. El canvi no és menor, sobretot quan se sap que fa només uns anys la direcció revisava pressupostos per construir una nau annexa per incrementar l'espai d'emmagatzemament amb 1.500 metres quadrats addicionals. Dels 2.500 metres que l'empresa pensava que necessitava als 200 del minimagatzem que preparen, va una revolució interna anomenada Lean Management. "El magatzem és un reflex de les nostres ineficiències", subratlla Jordi Guimet, director general i segona generació d'aquesta firma nascuda el 1978.

La filosofia Lean de gestió va néixer a l'automobilística Toyota i es va anar estenent primer a la resta del sector, després al conjunt de la indústria i finalment a qualsevol activitat. Es basa en una obvietat, que malauradament no ho és tant: tots els processos han d'aportar valor al producte; en cas contrari, s'han d'eliminar. Guimet la va descobrir mentre estudiava un màster a l'lese i el 2008 va decidir introduir-la a la seva empresa. "Hem reduït molt els costos sobretot minimitzant el malbaratament; les minves de producció han caigut un 90%", explica. Ser més eficient és també ser més net, perquè la generació de residus ha caigut en picat. Amb una nova organització del treball, també han guanyat en capacitat de resposta: abans muntar una màquina podia suposar deu hores de feina, ara "són unes dues hores", diu Guimet mentre llegeix el full de servei de la planta.

Però el mètode Lean no s'acaba mai i ara volen fer un altre pas, i per això estan reduint el magatzem a la mínima expressió. Han tornat a revisar els processos i han descobert que es poden estalviar un 25% de les hores productives que ara es malbaraten i que dedicaran a muntar les fleixadores de palets Maturi, que incorporen aquest any. És una marca catalana legendària que es va deixar de produir fa una dècada i que Plasticband ha adquirit i adaptat als nous temps (la inversió ha estat de 400.000 euros). "Per afrontar aquest repte haurien hagut de contractar deu treballadors; per ara, amb dos més ben formats i retribuïts farem", diu Guimet. Actualment la plantilla de l'empresa és de 30 treballadors.

EXPORTADORS.

Gràcies a Lean, Plasticband, que exporta el 40% de la seva producció (la meitat fora de la UE), no es planteja deixar de produir a Catalunya. De fet, ho considera un factor de competitivitat i així ho deixa clar en les seves màquines: "Made in Barcelona".

Plasticband va néixer com un fabricant de fleix i plàstic per embalar. Posteriorment va començar a fabricar embaladores i ara incorpora les fleixadores. La producció de maquinàries suposa el 50% de la facturació (d'uns 5 milions) i l'altra meitat són els consumibles, que bàsicament es venen al mercat espanyol, perquè el 90% de les màquines van a l'exterior. La producció de fleix i plàstics es fa íntegrament a la planta de Granollers, però de les màquines subcontracten la producció de les peces i es reserven el disseny i el muntatge, a part de la comercialització, el servei tècnic i el manteniment: "Les tasques que aporten valor afegit", diu Guimet.

Una de les grans apostes de l'empresa és desenvolupar nous productes, i tenen un departament d'R+D amb tres persones.

Les vendes de Plasticband van créixer un 5% el 2011, després de fer-ho un 20% el 2010. Amb la recent incorporació de Maturi -que en aquests moments només representa el 5% de les vendes de màquines-, la direcció confia que la facturació augmentarà un 25% entre els anys 2012 i 2013.

Tweet 0

Recomendar



Canals relacionats

Canal: Empreses

Notícies de ...

Granollers