

La maquinaria para la madera y la competitividad.

UNA EMPRESA ES COMPETITIVA SI

HACE LAS COSAS MEJOR Y CON

MENOS COSTE QUE LAS DEMÁS. Y

LAS DEMÁS NO SON LAS

EMPRESAS DE LA LOCALIDAD, NI

DEL MISMO PAÍS, SON TODAS.

Si observamos las inestabilidad económica que están sufriendo prácticamente todos los países, veremos que una de las causas de esta inestabilidad es precisamente la adaptación que supone el cambio de economía de mercados cerrados a una economía sin trabas.

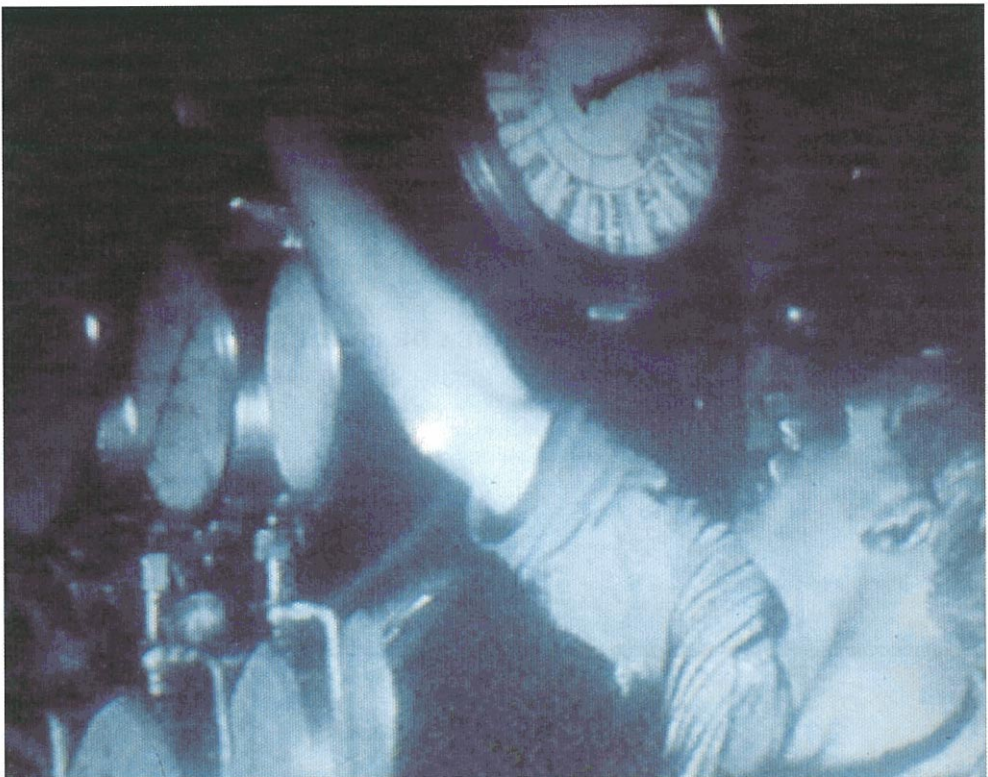
La competitividad supone la eficiencia de la empresa en todas sus actividades, en la compra de las materias primas, en la fabricación, en la comercialización, en la financiación, en suma en todos sus actos. Hay que saber poner el producto en manos de cualquier cliente con el precio más atractivo, la mejor calidad y en el menor tiempo.

En los mercados abiertos, hacia los cuales vamos irremisiblemente, la competencia irá tamizando las empresas y sólo perdurarán las que alcancen mayores cotas de eficiencia.

Uno de los aspectos que más participa en la desviación de este objetivo es la dotación de maquinaria de las empresas.

Cada empresa, en función de su nicho de mercado, tiene que diseñar su proceso de fabricación y tiene que dotarse de la maquinaria óptima compatible con su tamaño, el producto, el proceso y el mercado.

Si analizamos los sectores de los países de nuestro entorno, que serán con los que antes nos encontraremos, vemos que debemos realizar un esfuerzo inversor en maquinaria para alcanzar los mismos niveles de productividad. Cada empresa tendrá que mirarse hacia dentro y diagnosticarse, comparando sus productos con los que nos vienen de



otros países. Sin entrar en aspectos organizativos, de diseño o ingeniería de producto, vamos a fijarnos en la maquinaria. Las nuevas tecnologías, electrónica e informática, han entrado con fuerza en nuestra maquinaria; las nuevas máquinas permiten una mejor calidad y una mayor productividad de las personas que atienden las líneas, liberando a éstas de trabajos muchas veces penosos. Por otra parte las casas suministradoras de maquinaria han aumentado su oferta, desarrollando maquinaria muy específica para algunas fases del proceso, pero a la vez muy versátil para poderlas incorporar a células flexibles. Todo esto complica la toma de decisiones cuando el empresario lleva a cabo la inversión. Cuantas veces vemos que se instalan máquinas con prestaciones muy superiores a las necesarias, o con capacidades que nunca se saturarán. Cuantas veces antes de incorporar una máquina al proceso es conveniente revisar éste, o rediseñar el producto, o simplemente buscar un nuevo producto.

El empresario medio de nuestro sector se ve incapacitado en numerosas ocasiones a asimilar esta complicación, y toma decisiones equivocadas que traen como consecuencia una pérdida de competitividad.

COMO AYUDA DEL EMPRESARIO, AITIM VA PONER A SU DISPOSICIÓN UN EQUIPO DE ESPECIALISTAS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA DE SUS LÍNEAS DE FABRICACIÓN, DIAGNOSTICANDO LOS PUNTOS DÉBILES Y AYUDANDO A QUE LA ELECCIÓN DE LA MAQUINARIA SEA LA IDÓNEA PARA REFORZARLOS. QUEREMOS EVITAR QUE POR FALTA DE INFORMACIÓN O POR DISPONER DE UNA INFORMACIÓN SESGADA, EL EMPRESARIO PIERDA COMPETITIVIDAD CUANDO TIENE QUE TOMAR LA DECISIÓN DE INCORPORAR UNA MÁQUINA A SU LÍNEA DE PRODUCCIÓN.



El análisis del ciclo de vida de los productos industriales

LOS ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO SON INVENTARIOS QUE SE REALIZAN PARA CUANTIFICAR LA ENERGÍA, LAS MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZAN PARA FABRICAR ESE PRODUCTO Y QUÉ NIVELES DE RESIDUOS SÓLIDOS, LÍQUIDOS O GASEOSOS SE GENERAN EN CADA FASE DE LA VIDA DEL PRODUCTO.

Este análisis exige medir estos parámetros desde que se extraen las materias primas, en su fabricación y distribución, en su uso, en su posible reutilización o reciclaje y por fin en su desecho final. En un estudio de este tipo no se tienen en cuenta los impactos de segunda generación como puede ser la energía consumida para la fabricación de la maquinaria que se emplea.

Estos estudios son el instrumento necesario para el desarrollo de los programas ecológicos. Para conceder una etiqueta ecológica, y por tanto exhibir ante el consumidor su superioridad ecológica, se han de evaluar los procesos de fabricación de los productos en cuestión, los residuos generados, el consumo de energía necesario para su fabricación, su uso y la cantidad y clase de residuos generados.

Estos estudios además permitirán identificar áreas en las que podrían introducirse mejoras, en términos medioambientales. El desglose de los procesos de producción puede servir también de ayuda en la identificación del uso de recursos escasos, mostrando en qué casos pueden sustituirse por productos más sostenibles.

La sensibilización de los consumidores en muchos de los países europeos está llevando a que las empresas en su propaganda exhiban beneficios ecológicos que en muchos casos están infundados, tanto es así que la Comisión de la CE está empeñada en racionalizar este tipo de propaganda. El argumento comercial de la ecología es muy importante porque lo entienden casi todos los consumidores y la madera tiene mucho que ofrecer. Los productos de la madera emplean materias primas renovables, en su fabricación la energía consumida es relativamente poca, comparativamente con otros productos, su reciclado es posible en muchos casos y, por último, su desecho permite una valorización energética en cuya combustión no se emiten gases tóxicos.

PUEDE SER UNA BUENA BAZA PARA LOS PRODUCTOS DE LA MADERA QUE COMPITEN EN EL MERCADO CON LOS DE OTROS MATERIALES COMO EN EL CASO DE LAS VENTANAS, SUELOS, O DEL CORCHO COMO LOS TAPONES.

