

LA FÀBRICA COM A AVANTATGE COMPETITIU

Àrea de
Producció

Àrea de
Direcció

Àrea de Calidad
y Medio Ambiente

Malgrat que l'activitat transformadora és la part més important en la generació de valor afegit, moltes organitzacions no li donen la importància estratègica i operacional que per lògica li correspondria.

Tot el contrari del cas japonès, el qual ha esdevingut un exemple paradigmàtic de tots conegut. Efectivament, des de les dècades dels 70 i 80, les companyies japoneses de diversos sectors com la metal·lúrgia, l'automòbil, l'electrònica de consum, maquinària,... sense disposar dels millors dissenys, o el millor marketing, o la millor comercialització, s'han convertit en líders mundials gràcies a la seva fabricació competitiva pel que fa a la qualitat, els costos i el servei ofert.

Aquestes companyies, en particular Toyota, han creat escola en quant a filosofia i praxis de l'activitat transformadora. Avui dia, tothom parla del "Lean Manufacturing" com a compendi d'excel·lència industrial. Aquestes empreses han demostrat, en definitiva, que per la seva forma de treballar tenen un avantatge competitiu que ha acabat superant altres debilitats, que, d'altra banda, cada cop són menors per l'efecte arrossegament que comporten un gran producte i un excel·lent servei.

¿Com pot una fàbrica ser un avantatge competitiu?

Com a premissa de partida ineludible, la competitivitat de l'activitat industrial ha de convertir-se en objectiu estratègic de primer ordre per a la direcció de l'empresa, i, en conseqüència, se li han d'assignar els recursos i la dedicació necessaris.

Una fàbrica ha de gaudir d'una organització adequada, madura, equilibrada, lleugera, eficient i coordinada. Ha de sustentar-se en un ambient laboral adequat, amb lideratges reals, no imposats, amb persones motivades, informades, formades, ben dirigides i amb una orientació clara envers la qualitat total en totes les seves activitats, siguin productives o no.

Òbviament, amb una organització adequada i recursos suficients, tota la plantilla coneix per endavant la situació actual i el destí, és a dir, l'objectiu perseguit en termes d'eficàcia i eficiència industrials. El Pla Estratègic de l'empresa es constitueix en la fulla de ruta que conté i empara el Pla Mestre Industrial, i aquest pla és la principal eina de gestió a la fàbrica i la millor via de diàleg amb la Direcció.

Una fàbrica ha de ser capaç d'implementar les tècniques que sota el paraigües del "Lean Manufacturing" han anat aplicant i explicant les companyies japoneses. Evidentment, depenent de cada cas particular, algunes tècniques tenen major impacte que d'altres, encara que alguns dels conceptes són universals:

Área de
Producción

Área de
Dirección

Área de Calidad
y Medio Ambiente

- MILLORA CONTÍNUA
- PER QUÈ? ÉS LA MILLOR PREGUNTA, REITERA-LA TANT COM FACI FALTA; SI NO SAPS, INVESTIGA, EXPERIMENTA.
- L'INVENTARI AMAGA PROBLEMES.
- MANAGEMENT VISUAL.
- PRODUEIX PER A LA DEMANDA, NO PER AL MAGATZEM.
- SIMPLIFICA ELS FLUXOS (LEAD TIME); LA LOGÍSTICA NOMÉS AMAGA PROBLEMES.
- TREBALLA EN EQUIP: COMUNICA I INFORMA, NO NOMÉS ALS COL·LEGUES DE LA FÀBRICA, SINÓ TAMBÉ ALS TEUS COMERCIALS, ENGINYERS DE PRODUCTE I ALTRES.

SER COMPETITIU NO ÉS DIFÍCIL: ÉS UNA QÜESTIÓ DE PRIORITAT

Per a més informació o sol·licitar una visita sense compromís, empleni el full de contacte, **faci clic aquí**. Si desitja conèixer altres serveis d' AEQ **faci clic aquí**.