



S. Spitz GmbH
Historia de éxito



Spitz, productor de alimentos austriaco, disfruta de una calidad de los códigos mejorada y costos reducidos gracias a las soluciones de codificado de Videojet

Desde 1857, el interés por la tradición y el compromiso inquebrantable con la calidad son las piedras angulares sobre las que Spitz ha basado su experiencia en el campo de la producción y el marketing de productos alimenticios.

Con productos como Jagertee, Spitz Frizzante u Orange Punch; productos horneados, mermeladas de frutas o mayonesas, esta empresa de 700 empleados no solo es una de las "marcas más fiables" del mercado doméstico austriaco, sino que exporta sus productos desde hace tiempo a un número cada vez mayor de países de todo el mundo y con un éxito creciente.

Este productor austriaco del sector de la alimentación eligió las soluciones de codificado de Videojet Technologies por su alta fiabilidad y porque ofrecen un codificado de la máxima calidad, además de por su concepto de funcionamiento y servicio integrados.



"De las fases de diseño e instalación al suministro postventa, Videojet nos ha proporcionado asistencia y asesoría de primer nivel".

Günter Heimbuchner,
jefe de logística y adquisiciones técnicas, S. Spitz



Las unidades de negocio centrales de Spitz representan perfectamente la orientación de marca de la empresa. Su portafolio de "Bebidas" incluye tanto bebidas alcohólicas como zumos de frutas, refrescos, bebidas isotónicas y bebidas para niños. La gama de "Productos de confitería y horneados" incluye tanto productos recién horneados como de larga duración. La división "Dulce y ácido" incluye una variedad aún mayor de productos. Esta categoría engloba tanto jaleas, mermeladas y aperitivos de frutas, como mostazas, ketchup, mayonesas y salsas para ensaladas. Recientemente, el segmento de productos alimenticios de Spitz generó un volumen de negocios de alrededor de 250 millones de euros, con una cuota de exportación ligeramente inferior al 50 por ciento.

Dada la cantidad y gran variedad de productos que ofrece Spitz, los costos de etiquetado y envasado de la empresa son muy elevados. El número de operaciones de impresión recientes en todas las divisiones (con los valores máximos alcanzados en las divisiones de bebidas y productos de panadería) fue de 800 a 900 millones de códigos al año.

Especialmente en el delicado segmento de la alimentación, tanto la calidad del código como la trazabilidad completa de los productos asociada son de suma importancia. En consecuencia, las impresoras y sus interfaces, junto con las líneas de producto correspondientes, deben diseñarse de la forma más eficiente posible. En este sentido, en los últimos tiempos Spitz había tenido dificultades para cumplir sus propios elevados estándares.

Sobre todo, esto se debió a la antigüedad y composición de sus equipos de impresión que, en su mayoría, llevaban más de diez años en uso. Últimamente, utilizaban cerca de diez tipos de dispositivos de etiquetado diferentes en las instalaciones de producción. Esta situación general estaba frenando la satisfacción de otras demandas actuales en términos de especificación y equipos técnicos. Además, los requisitos de servicio y mantenimiento de la empresa ya no se correspondían con su ideal de flujo de procesos perfectamente organizado.

Las razones para realinear y volver a equipar el área de codificado se hicieron más patentes en 2012 y 2013. La necesidad hizo cada vez más urgente la reducción de la complejidad de todo el sistema y los esfuerzos dedicados a tareas de servicios y mantenimiento, cada vez mayores. Los requisitos para el nuevo concepto de codificado surgieron finalmente de la situación existente, muy poco satisfactoria, y de las nuevas oportunidades técnicas (por ejemplo, la mejora de la red en términos de la Industria 4.0).

Para Spitz, esto supuso lo siguiente:

1. La nueva generación de impresoras debía estar tecnológicamente actualizada con las últimas innovaciones. Esto afectaba no solo a la calidad de la impresora y la impresión, sino también al consumo de los dispositivos (que debía ser lo más reducido posible), así como a sus funciones técnicas, conectadas en red de forma óptima.
2. Idealmente, la nueva gama de dispositivos de etiquetado, de acuerdo con los tipos y modelos de impresoras, debía estar compuesta de tal modo que cubriera el espectro completo de requisitos de codificado de los productos de Spitz con un alto nivel de calidad.



De izquierda a derecha: Markus Pihan, Günter Heimbuchner, Hubert Doppelhofer, Bernhard Halbartschlager, Martin Dvorak





3. La idea era permitir a los operadores, en la medida de lo posible, realizar ellos mismos tareas de mantenimiento y trabajos de reparación (sencillos) en el contexto de las operaciones de impresión, ahorrando así un tiempo valioso de los técnicos.

4. Lo que importaba era la rapidez y facilidad de intercambio y sustitución de las impresoras en cualquier situación. En Spitz, las líneas de producción funcionan en algunos casos en turnos diferentes. Esto debía también tenerse en cuenta a la hora de sustituir las impresoras.

5. En general, un suministro óptimo en las áreas de servicio y mantenimiento era de gran importancia para Spitz. En este sentido, el factor principal era lograr la mayor disponibilidad posible de todo el equipo, es decir, reducir al máximo las restricciones causadas por los dispositivos de codificado, su sustitución o reparación.

6. A pesar de la alta especificación de los tipos y modelos de impresora instalados, la estandarización máxima de las interfaces de usuario debía facilitar en la mayor medida posible el funcionamiento de los diferentes dispositivos de codificado.

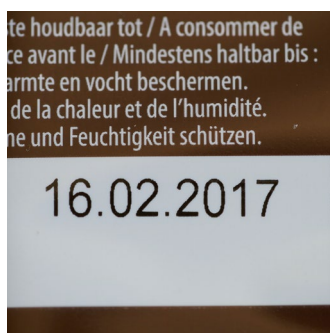
Los requisitos de un concepto de funcionamiento estandarizado fueron de gran importancia a la hora de valorar las ofertas presentadas para el nuevo concepto de codificado. Günter Heimbuchner, jefe de logística y adquisiciones técnicas de Spitz, explica: "Por nuestra experiencia, sabíamos que las unidades de codificado únicas diseñadas en función de las características particulares de una línea no eran la opción más rentable. En lugar de eso, lo que necesitábamos era un concepto integral que cubriera todos los requisitos de los productos y nos permitiera trabajar con flexibilidad y satisfacer las demandas futuras".

No menos importante era la elección del concepto adecuado, es decir, "la posibilidad de lograr sinergias con un sistema de funcionamiento satisfactorio y alineado de forma óptima, además de reducir los costos en toda la línea de producción. El ahorro en costos y tiempo a medio y largo plazo era para nosotros más importante a la hora de seleccionar nuestro futuro socio que buscar los precios de compra e instalación de los equipos más bajos posibles", afirma Heimbuchner justificando la elección de su empresa.

"Solo la combinación de alta calidad y disponibilidad nos reportaría ventajas competitivas a largo plazo", continúa Heimbuchner.

**"Tenemos exactamente lo que queríamos:
mayor calidad de codificado de nuestros productos
y una reducción a largo plazo de esfuerzo, costos y tiempo".**

Günter Heimbuchner,
jefe de logística y adquisiciones técnicas, S. Spitz



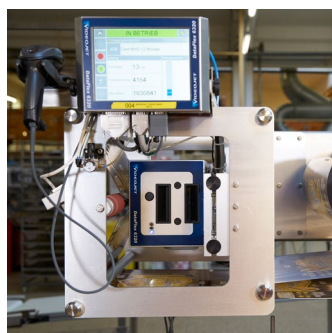
El criterio principal de un "concepto general uniforme" finalmente inclinó la balanza hacia Videojet.

"Nos convenció en particular el concepto de funcionamiento estandarizado que utilizaba Videojet para conectar distintos tipos de impresoras", afirma Heimbuchner.

Tanto si se trata de impresoras de inyección de tinta continua (CIJ), de inyección de tinta térmica (TIJ), por transferencia térmica o láser: "Una vez entendidas las directrices del operador, los conocimientos pueden aplicarse fácilmente a cualquier otra impresora Videojet o Wolke. Teniendo en cuenta que la ubicación de nuestros empleados en la línea de producción cambia con frecuencia, esto supone una gran ventaja".

El requisito previo para aprovechar al máximo las ventajas de un concepto de funcionamiento estandarizado es una gama de productos diferenciada que se adapte perfectamente a las diversas especificaciones de los clientes. En el caso de S. Spitz, esta gama de productos apta para todas las divisiones constaba de 58 dispositivos, centrados fundamentalmente en las divisiones de "Productos horneados" y "Bebidas". Videojet también demostró ser un socio convincente en este aspecto.

"Nuestro criterio era conseguir el codificado correcto para cada producto", afirma Heimbuchner, "lo que más nos preocupaba en este contexto era la elección de la mejor tecnología para cada aplicación".



En la práctica, esto significó que la empresa siguió utilizando la tecnología de inyección de tinta continua (tecnología de todos sus anteriores equipos) allí donde ofrecía un rendimiento óptimo, como en la impresión de latas y botellas. Por otra parte, para la impresión de envases de cartón, se integraron a la línea impresoras de inyección de tinta térmica Wolke de Videojet. Lo mismo ocurrió con las impresoras por transferencia térmica, capaces de producir códigos de barras nítidos especialmente en el área de productos horneados, por ejemplo, para el codificado de bolsas. Para requisitos muy particulares, lo mejor fue optar por una impresora láser, que se empleó para el etiquetado (en blanco) de tapas y tapones negros.

Las ventajas de esta gama de impresoras para aplicaciones específicas se hicieron patentes poco después de la instalación paso a paso de los equipos entre la primavera y el otoño de 2015. Según Heimbuchner, la calidad de codificado fue alta de forma uniforme. Desde entonces, no se ha producido ninguna costosa retirada de productos debida a una calidad de impresión deficiente. En términos de calidad, S. Spitz se benefició especialmente de la migración de la tecnología de inyección de tinta continua a TIJ y TTO.

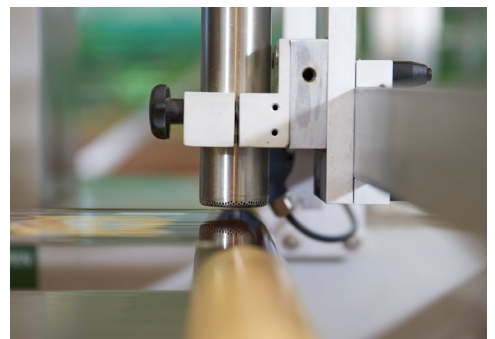
Sorprendentemente, a pesar de la amplia gama de tipos de impresoras, también disminuyó la complejidad relacionada con el software, pues los diseños de codificado se redujeron de 100 a 70.

A la vez que la calidad de impresión, también mejoró la eficiencia de los procesos de etiquetado gracias a la adopción del nuevo concepto. Los tiempos de parada se redujeron a valores mínimos y mejoró la disponibilidad de las instalaciones de producción.

Por otro lado, también se reasignaron las competencias en el área de servicio y mantenimiento. La base para esta medida fue la completa liberación de tareas en esta área gracias al concepto de "paquete con pocos cuidados en todos los sentidos", que S. Spitz había asegurado para sí misma en el contexto de un contrato con opción a compra por siete años con Videojet. Además de la implementación de dispositivos, incluía servicios adicionales, además del suministro de consumibles. Esta fue una de las causas de la reducción de las horas de servicio ya durante el primer año de uso. El intervalo de revisiones se amplió de 4500 a 14 000 horas de funcionamiento. Hasta la fecha, no se ha dedicado una sola hora de un técnico a trabajos de reparación y mantenimiento.

"Por el momento", comenta Günter Heimbuchner, "la confianza depositada en los dispositivos Videojet y Wolke ha dado sus frutos. De las fases de diseño e instalación al suministro postventa, Videojet ha proporcionado asistencia y asesoría de primer nivel. Los empleados de servicio que trabajan con nosotros son muy competentes y demuestran gran motivación.

Por lo tanto, estamos gratamente impresionados por los resultados: el concepto, basado en una disponibilidad máxima de las impresoras, ha repercutido directamente en la disponibilidad de las instalaciones en general", afirma Heimbuchner. "Tenemos exactamente lo que queríamos: mayor calidad de codificado de nuestros productos y una reducción a largo plazo de esfuerzo, costos y tiempo".



Teléfono: **54 11 4768-6638**
Correo electrónico:
mktargentina@videojet.com
Sitio web: www.videojet.com

Videojet Argentina S.R.L.
Calle 122 (ex. Gral. Roca) 4785, Villa Ballester
(CP1653) Buenos Aires, Argentina

© 2016 Videojet Technologies México — Todos los derechos reservados.

La política de Videojet Technologies México se basa en la mejora constante de los productos. Nos reservamos el derecho a modificar el diseño o las especificaciones sin previo aviso.

