

productos se podrán comprar a través de Internet, queremos ofrecer soluciones para alcanzar una productividad mayor”.

Para ello, trabajan con grupos de personas que se encargan de industrias específicas: automóvil, energía, aeronáutico. “Walter ha sido una de las primeras empresas que empezó a trabajar titanio a finales de los años 80. Hemos desarrollado junto con British Aerospace y tres universidades de tres continentes diferentes productos y materiales para mecanizar este material. Y este uso del titanio lo queremos aplicar también a otros sectores. En automoción estamos trabajando con diamante que es una tecnología muy moderna para lo cual compramos una empresa en Alemania con más de 20 años de experiencia en este campo y hoy en día estos productos forman parte del programa de Walter”.

Objetivo ambicioso

Walter ha conseguido en productos

Walter doblar la facturación en cinco años. En 2007 se produjo el impacto positivo de la fusión pero “nuestro proyecto es llegar a facturar mil millones de euros. Hay dos razones principales. Una es la dimensión, ya que en el mundo de las herramientas el volumen permite controlar los costes. Walter es la única empresa del sector que solo fabrica en Alemania (98% de los productos en catálogo) por lo que lo único que podemos hacer para controlar los costes es automatizar la producción para que necesitamos volumen. La segunda razón es que ese volumen de ventas nos permitirá operar en el mercado de una forma innovadora y protagonista.

Para Walter el futuro no es fabricar en un país de bajo costo, el futuro es calidad, el futuro es innovación, automatización”.

Alto índice de innovación

Actualmente Walter factura el 52% con productos que tiene menos de cin-

co años de vida. “Eso significa que cada cinco años más de la mitad del catálogo (25.000 productos) se sustituyen por otros nuevos.

Esto es un índice de innovación brutal. Se habla de porcentaje de inversiones en I+D en comparación con lo que la empresa factura. Para Walter ese índice no es muy relevante. La forma más importante de medir la innovación es el índice de innovación, no medir el dinero invertido, sino los resultados de esa inversión y cuanto mayor es este índice mejor funciona la empresa. En Walter este valor, en los últimos cinco años, siempre ha estado por encima del 50%”.

Tras esta presentación de la estrategia distintos técnicos de la firma pasaron a presentar distintas novedades de productos en torneado, fresado, taladrado con placa intercambiable, taladrado integral, roscado. La jornada terminó con una comida “en familia” en el propio Palacio Euskalduna.

ÚLTIMA HORA

Intermaher cierra el año con una jornada de puertas abiertas y un viaje a la planta de Mazak en Japón

Intermaher ha querido cerrar este año 2008 con dos actos especiales con sus clientes. Sin duda, han sido dos iniciativas que incrementarán la cifra de ventas de la firma alavesa este año y el siguiente.

Exitosas jornadas de puertas abiertas

223 clientes asistieron a las Jornadas de Puertas Abiertas que Intermaher organizó en las instalaciones de su Centro Tecnológico del 11 al 14 de noviembre. Fueron muchos los clientes interesados en la maquinaria expuesta (Integrex, Variaxis, HCNexus...). Este hecho propició que durante las propias jornadas se cerraran operaciones de venta de maquinaria por valor de 725.0000 euros. Por ello, Roberto Hernando, gerente de Intermaher, se mostraba “muy contento con la participación y con el nivel de negocio alcanzado. Además, esperamos que en breve muchos de los contactos interesantes que se han llevado a cabo fructifiquen en nuevas operaciones, y teniendo en cuenta la actual coyuntura económica, es todo un éxito”.

Las jornadas contaron con la presencia de Tsukasa Takamatsu, subdirector general, y de Edmund Parkes, gerente de Nacional Distributors, de Mazak Europa

Viaje al centro de la tecnología

Por otra, y unos pocos días después, del 17 al 23 de no-



viembre clientes de diferentes empresas visitaron las instalaciones productivas de la empresa Mazak en Japón, acompañados de una delegación de Intermaher.

Estas empresas han podido conocer las cuatro fábricas productivas de Mazak en Japón y de ahondar en la cultura japonesa.

Éstos viajes anuales, que los japoneses denominan MIMTAs, se realizan con el objetivo de que los clientes conozcan de primera mano las fábricas en las que se desarrollan las soluciones tecnológicas de Mazak, líder mundial en fabricación de máquinas-herramienta de arranque de viruta.

Además, han tenido la oportunidad de acercarse a la cultura japonesa, acompañados de toda la familia Yamazaki, propietaria de Mazak, que les ha acompañado en las visitas turísticas y demás ceremonias típicas del país asiático.