

RAMONA HÖNL

Producción de chapa en Japón: cortar el césped como si fueras en un karts

Cuando la tradición artesanal japonesa se combina con el saber hacer de la fabricación industrial, el resultado son productos capaces de conquistar el mercado mundial. Los vehículos especiales maniobrables de Canycom son un claro ejemplo. Se reconocen fácilmente por su diseño singular y se desplazan con seguridad por terrenos difíciles. Atraviesan obras de construcción americanas con la misma facilidad que viñedos italianos. Allí donde no hay carreteras anchas, consiguen que las cosas se muevan.

Los vehículos especiales de Canycom son populares en más de 50 países de todo el mundo. Hay razones sólidas para ello: una funcionalidad bien planificada y una calidad de fabricación elevada garantizan el avance, por difícil que sea el terreno. "Cuidamos hasta el último detalle para que el trabajo, que de otro modo sería estresante y agotador, resulte divertido", afirma Hitoshi Kaneyuki, jefe sénior y miembro del consejo de administración. La historia de la familia empresaria es larga: su árbol genealógico se remonta a veinte generaciones. A principios del siglo XIV, un antepasado de los Kaneyukis fabricaba hojas para espadas de samurái, las llamadas hojas katana. El maestro herrero fabricaba armas y obras de arte al mismo tiempo, a veces durante semanas de minucioso trabajo manual. En la empresa mediana Canycom, las espadas samurái ya no juegan ningún papel. Lo que ha quedado, sin embargo, es una conciencia inspiradora: hacer las cosas a la perfección.

Yoshimitsu Kaneyuki, que sustituyó a su padre en las operaciones diarias en 2015, cita otro factor de éxito de Canycom, además de la fiabilidad y la robustez: una buena dosis de diversión. "El carácter lúdico hace que el trabajo, que de otro modo sería tedioso, resulte agradable, y ese podría ser el argumento de compra más importante para nuestros clientes", afirma el CEO. La palabra japonesa para esto es "asobigokoro", que significa literalmente "abordar algo de manera lúdica". Este principio recorre como un hilo rojo toda la gama de productos Canycom.



En Canycom, la tradición artesanal japonesa se combina con el saber hacer de la fabricación industrial.

Masao, el cortacésped con asiento

Quizá el ejemplo más llamativo sea "Masao", el cortacésped industrial con asiento de la empresa. A primera vista, parece un kart. Para Hitoshi Kaneyuki, es un fenómeno fácilmente explicable. "Antes, segar el césped y las plantas era un trabajo duro. Pensaba constantemente en cómo convertirlo en algo divertido. Hoy en día, nuestras segadoras maniobrables convierten este trabajo en un auténtico placer. Y sin darte cuenta, ya está todo hecho. A veces incluso se buscan lugares donde todavía haya césped para poder continuar. También lo noto en mí", dice el jefe sénior.

Normalmente, los clientes tienen requisitos muy diferentes para los productos de Canycom. En la recolección de frutas y hortalizas, por ejemplo, se utilizan vehículos con carrocerías de baja altura. Los agricultores los utilizan para desplazarse con rapidez entre arbustos y árboles sin rozar las ramas ni dañar los frutos. La carga y descarga se realiza sin obstáculos. En la silvicultura, por otra parte, los trabajadores forestales a menudo quieren atar y transportar troncos de árboles talados en terrenos escarpados e inaccesibles. Confían en los transportadores de madera de Canycom, que impresionan por su maniobrabilidad y robustez. "Hasta los años setenta, en Japón se utilizaban sobre todo caballos o ganado vacuno para el transporte. Fue entonces cuando iniciamos una primera fase de mecanización", recuerda Hitoshi Kaneyuki. Canycom conquistó las industrias forestal y de la construcción y se expandió a los mercados extranjeros. Europa y Estados Unidos se consideran regiones importantes para el crecimiento internacional. Allí, los vehículos de orugas de goma, los transportadores compactos y los cortacéspedes con asiento son especialmente demandados. Con ellos, Canycom generó unas ventas de 7100 millones de yenes (unos 51 millones de euros) en 2021, el 40 % de ellas realizadas fuera de Japón. El aumento anual se mantiene estable entre el seis y el siete por ciento.



A primera vista, los cortacéspedes con asiento de Canycom parecen karts. Son un éxito en ventas, sobre todo en Europa y Estados Unidos.



La mayoría de los componentes de los vehículos de Canycom son diseñados y fabricados por los 280 empleados.

Nueva nave de producción en Ukiha

El diseño, el desarrollo y la producción se realizan tradicionalmente en la sede central de Ukiha. La ciudad, de 30 000 habitantes, está situada en la prefectura sureña de Fukuoka, a poco menos de dos horas en avión de Tokio. La topografía y el clima se asemejan a los de Suiza, y a los entendidos les gusta llamar a la región la cámara frutícola de Japón. El año pasado, Canycom construyó allí una nueva nave de producción para satisfacer la creciente demanda. En julio de 2021 comenzó la construcción de las líneas de producción, exclusivamente con máquinas y sistemas de TRUMPF. Cambiar de proveedor de equipamiento no ocurre todos los días en Japón. TRUMPF instaló en Canycom la máquina de corte por láser 2D TruLaser 3030 fiber en combinación con el sistema de clasificación automatizado SortMaster, la máquina combinada de punzonado y corte por láser TruMatic 6000 fiber, prensas plegadoras como la TruBend 5130 y 7036 y el sistema de plegado TruBend Center 5030. TRUMPF suministró algunas de las máquinas a Japón por primera vez; de hecho, deberían haber viajado a Ukiha técnicos de Alemania para el montaje, pero, debido a las restricciones de desplazamiento impuestas por COVID-19, no fue posible y toda la consulta de montaje tuvo que hacerse de forma remota. Para ello, los expertos de TRUMPF se conectaron a las máquinas a distancia y las configuraron. Gracias a la estrecha colaboración entre la sede central de TRUMPF en Alemania y la empresa nacional en Japón, todo salió según lo previsto. Todos el equipamiento están en funcionamiento y Canycom está satisfecha. "Hemos hecho una buena elección al escoger TRUMPF", confirma el CEO Yoshimitsu Kaneyuki.

Las primeras reflexiones de Canycom sobre apostar exclusivamente por la tecnología de TRUMPF en la nueva planta de producción se remontan a 2017. Se mantuvieron varios contactos con TRUMPF Japón, conversaciones de asesoramiento, visitas in situ y conversaciones con expertos. Pasaron dos años antes de que Canycom se decidiera a hacer el pedido.
El cambio fue muy meditado. "Nos hemos dado cuenta de que para TRUMPF nuestros deseos y exigencias son lo primero. En Canycom, el cliente también es nuestra prioridad. Este enfoque común nos convenció para apostar en el futuro por las máquinas TRUMPF en nuestra producción", explica Yoshimitsu Kaneyuki. Los resultados superan con creces sus expectativas.



La planificación del layout de la nueva nave de producción y la disposición de las máquinas TRUMPF redujeron el tiempo de producción un 40 %.



El jefe sénior Hitoshi Kaneyuki es considerado la cara de Canycom. Lleva casi 50 años dando forma al negocio familiar.

Alta flexibilidad, bajos intervalos

La planificación del layout de la nueva nave de producción, la disposición de las máquinas de TRUMPF y el perfecto flujo de material en la logística hablan por sí solos. El rendimiento de las piezas es mayor que nunca, y el proceso de punzonado y plegado se realiza nueve horas más rápido que antes gracias a los ángulos medidos por láser y a los cambios de utillaje totalmente automáticos. El tiempo de producción se ha reducido un 40 %. La tecnología TRUMPF garantiza precisión y eficacia en la producción. Además, y esto es especialmente importante para Yoshimitsu Kaneyuki, la fábrica de Canycom en Ukiha puede ahora ejecutar programas de producción con muchas variantes en pequeñas cantidades. La flexibilidad es alta, los intervalos bajos. "Esto aumentará de nuevo nuestra rentabilidad de forma bastante considerable". Desde principios de año, la nueva fábrica de Ukiha funciona a pleno rendimiento con maquinaria TRUMPF. En una superficie de 12 000 metros cuadrados, Canycom fabrica principalmente volquetes para la construcción y carretillas motorizadas para los mercados extranjeros. También está previsto construir un nuevo almacén de recambios. Esto hace tangible el crecimiento dinámico de Canycom.

El carácter lúdico hace que el trabajo, que de otro modo sería tedioso, resulte agradable, y ese podría ser el argumento de compra más importante para nuestros clientes.

Yoshimitsu Kaneyuki, presidente de Canycom Inc.

La mezcla perfecta de componentes

Canycom diseña y fabrica la mayoría de las piezas del vehículo, pero también recurre a socios externos para componentes como motores y orugas de goma que requieren conocimientos especializados. "Trabajar con los mejores proveedores nos permite ofrecer a nuestros clientes productos que superan sus expectativas", afirma el CEO Yoshimitsu Kaneyuki. Al mismo tiempo, Canycom mantiene la filosofía de gestión japonesa de "go to Gemba". Sobre todo, los ingenieros están siempre que pueden en el "lugar de acción" (Gemba) y acuden allí donde se crea el valor añadido de sus clientes: en campos, plantaciones y bosques. Por otra parte, los equipos de ventas realizan periódicamente entrevistas en vídeo, recopilan retroalimentación y sugerencias de mejora de los usuarios, así como críticas y quejas. Esto inspira a Canycom para reflejar una y otra vez las necesidades de los clientes y adaptar la gama de productos exactamente a ellas.

"Se trata de fabricar productos no para las masas anónimas, sino para personas de carne y hueso", explica Hitoshi Kaneyuki. Está convencido: los equipos de desarrollo necesitan experimentar de primera mano cómo los clientes utilizan sus productos "en la vida real". Este enfoque puede dar lugar a ideas y soluciones totalmente nuevas, una filosofía clave que Canycom y TRUMPF comparten incondicionalmente. La proximidad al cliente no es el único punto en el que coinciden Canycom y TRUMPF. Ambas empresas saben lo que hace falta para que el resultado final sea el adecuado: un socio que escuche atentamente, impulse los temas adecuados y ayude con una aplicación no burocrática. Como en la nueva nave industrial Enka no Mori Ukiha.



RAMONA HÖNL

PORTAVOZ DE MÁQUINAS-HERRAMIENTA