

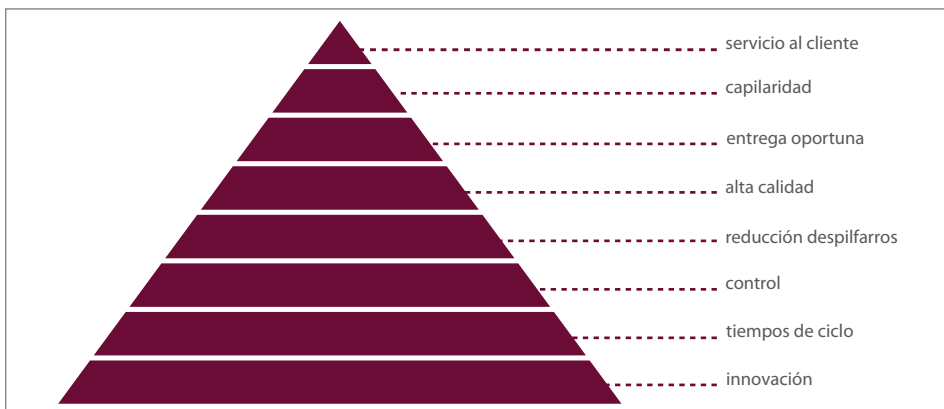
<p>1 Editorial Gestión para la Calidad, Control y (QCA): el Método Marzoli</p>	<p>2 Nuevos Mercados Caballos de pura sangre para lograr grandes cosas</p>	<p>3 Marzoli en el mundo La presencia de Marzoli en Pakistán</p>
<p>4 Marzoli en el mundo Marzoli en el creciente mercado indio</p>	<p>5 Ficha Técnica Innovación y patentes: soluciones no quimeras</p>	<p>6 Del mundo Marzoli... El algodón: un flor precioso</p>

1 **Gestión para la Calidad, Control y (QCA): el Método Marzoli.** El cliente nos pone a prueba y nosotros respondemos con profesionalidad y eficiencia.

Cuando las viejas certezas de los modelos tradicionales de desarrollo y management se han “desmoronado” frente a los nuevos problemas de estabilización y crecimiento en los mercados de referencia, una gestión moderna y eficaz de la empresa, en un ambiente competitivo altamente turbulento, no puede prescindir de la adopción de nuevos sistemas de gobierno que puedan apoyar a los empresarios en la dirección ordenada, planificada, eficiente y eficaz de las empresas.

La gestión de una empresa como **Marzoli** ha impuesto la necesidad de estrategias en constante cambio que aseguren el dinamismo y la flexibilidad al paso con los mercados y las tendencias, así como la maximización continua de las performances económica, financiera, operativa y de mercado. Las dimensiones operacionales que **Marzoli** ha innovado son:

- aumentar la cobertura de mercado para aumentar los volúmenes de ventas;
- fidelizar a los clientes existentes;
- contener los costos de estructura y de producto;
- Diseño y fabricación de productos para satisfacer al máximo a los clientes, aprovechando plenamente su demanda;
- reducir el tiempo de diseño e introducción en el mercado de nuevos productos;
- aumentar la capacidad de la organización para responder a los cambios del mercado;
- tener procesos productivos y de decisión que puedan utilizar con la máxima ef-



ciencia, eficacia y “fiabilidad” los recursos materiales, financieros y humanos;

- reducir el tiempo de ciclo / proceso;
- reducir los defectos, los errores y los despilfarros;
- ayudar al cliente de manera capilar.


En resumen, trabajar sobre: **INNOVACIÓN, TIEMPOS DE CICLO, CONTROL, DESPILFARROS, CALIDAD, CAPILARIDAD, SERVICIO AL CLIENTE.** Marzoli ha sido capaz de gestionar cada uno de estos cambios que han afectado horizontalmente a toda la estructura empresarial. Por último, un enfoque innovador que integra los sistemas tradicionales de gestión de calidad y de control de gestión, puede ayudar a las empresas a alcanzar estos objetivos, conteniendo los costos, tiempos y recursos, y sin trámites burocráticos innecesarios. Los valores que fueron la base de un crecimiento lento, pero de éxito **Marzoli** dependen del “**Sistema Marzoli**”, creado por la sinergia de ambos enfoques de particular

importancia que podrían definir dos pilares reales de éxito. El primero es el Sistema de Producción **Marzoli** (MPS), que tiene su base en la caza para eliminar los despilfarros y en la organización de la actividad optimizando los flujos de trabajo haciéndolos tan continuos como sea posible. Este método de organización de la producción, tiene la más conocida aplicación en la técnica del “Just in Time”, la famosa “lean manufacturing”, que coordina los tiempos de necesidad real de los materiales y que **Marzoli** utiliza desde los años 80. El segundo elemento, pero no menos importante, es la Calidad Total, un enfoque que ha afectado a la estructura interna, a través de la participación de todo el personal, prestando gran atención a la satisfacción de las necesidades del cliente. La satisfacción del cliente es la medida de análisis de la consecución de los objetivos y el objetivo último de la organización y **Marzoli** se encuentra en esta dimensión.

Ferias y simposios en el mundo



ITMA Barcelona
22 - 29 Septiembre 2011
Feria
Fira de Barcelona -
Spain



Texmac India 2011
16 - 19 mar 2011
2ª feria internacional
de máquinas textiles

2 Caballos de pura sangre para lograr grandes cosas

Dario Poma: nuevo "area manager" de Norte/Sudamérica, Magreb e Italia.

Desde simple técnico mecánico a gerente de área de América del Norte y del Sur y más allá.

Se graduó en el "Istituto Tecnico Commerciale L. Einaudi Chiari" como experto de negocio y Corresponsal de Lenguas Extranjeras y entró en **Marzoli** en 1996. Durante el primer año ha conocido la empresa, desarrollando una variedad de funciones en diferentes departamentos de **Marzoli**.

En 1998 asumió el papel de técnico mecánico a cargo del montaje y puesta en marcha de la maquinaria, papel desempeñado hasta el año 2005. De 2005 a 2009 dirigió la sala experimental, donde se desarrollan y prueban las nuevas máquinas **Marzoli**. Desde 2009, se convirtió en gerente de área para la India, Bangladesh y el Medio Oriente hasta enero de 2011, que marcó su transición hacia el papel de gerente de área, pero para la América del Norte y del Sur, la región del Magreb, Italia y la Península Ibérica, testigo que le ha sido entregado por el veterano saliente Tullio Metelli.



Dario Poma

Stefano Bordoni: sales manager

Del ITC de Palazzolo a los Estados Unidos

En 1992 obtuvo el Diplomado en Electrónica y Telecomunicaciones en el ITIS **Marzoli** de Palazzolo sull'Oglio y ya en ese año comenzó su carrera en **Marzoli**: comenzando en el departamento técnico como director de proyectos electrónicos de la Continua RST1 (hardware y software), ha asumido posteriormente el papel de Area Manager para la India, América del Norte, Rusia y las ex repúblicas soviéticas. Por esta razón fue trasladado a **Marzoli Int.** y ha residido en los Estados Unidos durante cuatro años, donde fue responsable de commissioning, after sales, spare parts para América del Norte.

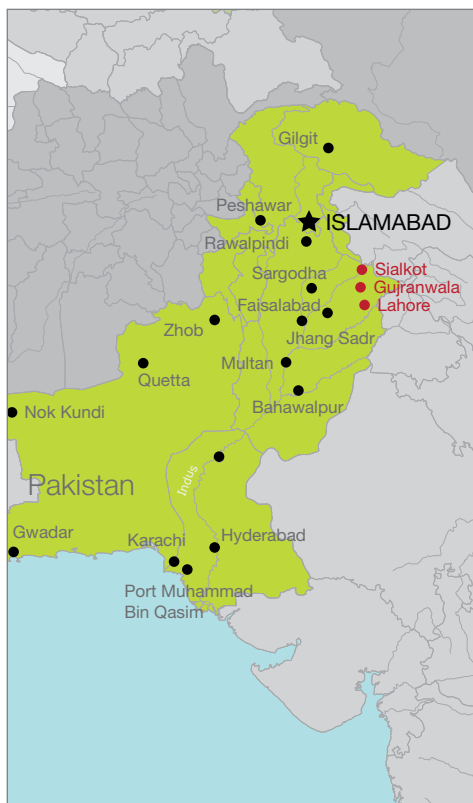
A partir de 2010 asumió la responsabilidad del Area Manager en el Lejano Oriente, con especial atención al mercado de la India, donde **Marzoli** está invirtiendo en un servicio pre y post-venta de alto nivel.

Ambos Area Managers estarán encantados de acoger a sus clientes en la ITMA 2011 en Barcelona, del 22 al 29 de septiembre de 2011 y de mostrar las nuevas máquinas y las últimas innovaciones mecánicas y tecnológicas.



Stefano Bordoni

3 La presencia de Marzoli en Pakistán IGATEX 2010



Pakistan map

Marzoli no podía faltar en 2010 a la feria más importante de Pakistán: IGATEX, en el Centro de Exposiciones de Lahore del 22 al 24 de octubre de 2010.

Pakistán tiene un papel relevante en el mercado de la maquinaria textil y la industria textil en general: se sitúa entre los 10 primeros países exportadores del sector textil y posee el 7,6% de la capacidad de hilatura de todo Asia.

Justifican la presencia continuada de **Marzoli** en Pakistán las numerosas iniciativas que el gobierno está tomando para fomentar el crecimiento del mercado textil, entre ellos: la financiación para fomentar la inversión en la industria textil de Pakistán y la reducción de los aranceles de importación.

Marzoli conoce desde hace mucho tiempo el potencial que esta nación tiene, pues desde hace muchos años **Marzoli** exporta sus máquinas y su tecnología a Pakistán.

La compañía ha decidido asistir a la feria IGATEX, porque la considera una forma de dar a conocer a los expertos en la industria textil, sus máquinas, y lo más importante, el alto nivel de tecnología y la innovación, los puntos fuertes que hacen que **Marzoli** sea extrema-

damente competitivo en todos los mercados del mundo.

Simposio en la "National Textile University"

Marzoli, con el fin de involucrar a los jóvenes estudiantes en el sector textil del país, ha organizado el 20 de enero de 2011 su primer simposio en la "Universidad Nacional de Textiles" de Faisalabad, en colaboración con la "Spinning Society". Al evento asistieron no sólo los estudiantes, sino también el cuerpo docente y una decena de directores generales de las empresas implicadas en la hilatura de la zona.

El tema principal fue el "**Marzoli** product range". Se ha argumentado y razonado sobre las nuevas perspectivas para el mercado de Oriente Medio y las plantas **Marzoli** de hilados y denim combinados. **Marzoli**, ha demostrado una vez más, ser portador de ideas innovadoras y exitosas, y se ha declarado disponible para otras reuniones de carácter técnico.

4 Marzoli en el creciente mercado indio

Desde que la India se convirtió en una de las principales áreas de interés para el mercado textil, el objetivo principal de Marzoli ha sido intensificar la actividad de la red de ventas y asistencia técnica en este gran mercado en rápido desarrollo.

La gran fuerza de **Marzoli** reside en su capacidad de suministrar principalmente plantas de hilatura automatizadas, una tendencia que aún no está plenamente desarrollada e implementada en el mercado indio y, en consecuencia, podría abrir las puertas a un futuro prometedor para los clientes de la India.

Con el fin de satisfacer la creciente demanda de sus productos, **Marzoli** creó una amplia red de ventas y asistencia en diferentes áreas del subcontinente indio a través de dos agencias de ventas y de asistencia técnica locales (5 vendedores y 4 técnicos) situadas en áreas estratégicas: Ergo G2 Engineers Pvt. Ltd., dirigida por R. Naresh en el Sur, y la Eastern Engineering Company para el Norte y el Centro. Además, el personal técnico de **Marzoli** realiza visitas periódicas para

proporcionar asistencia rápida y asesoramiento en el mercado: cada cliente recibe un apoyo específico para responder a sus necesidades de producción y calidad.

Con el fin de confirmar nuestra presencia en el mercado, los dos directores de área – los Sres. Poma y Bordoni - asistieron a la 66ª Conferencia de la industria textil de la India (Indian Textile Conference) en Bengaluru y otros importantes eventos, como la mayor feria de la India para máquinas textiles y accesorios, que se celebró en Coimbatore.

Marzoli ha suministrado y suministra máquinas para hilatura en la India (desde la línea de apertura a la continua de anillos) a varios clientes importantes, entre ellos RAYMOND y MAFATLAL (proyecto denim), KPR MILLS, CLC SPENTEX, LOYAL, SUPREME (plantas para peinado y cardado) y otros.

Dado el importante papel que la India también quiere tener en el sector del denim, **Marzoli** pronto introducirá continuas de anillos con características innovadoras y en situadas en el top del desarrollo tecnológico.

5 Innovación y Patentes: Soluciones no Quimeras.

En el nacimiento de un producto industrial, ya sea exitoso o no, casi siempre hay una patente o en todo caso debería haberlo habido, si la idea es innovadora.

Esto se debe a que la patente, en sus diversas formas, es el título legal más importante para defender el desarrollo técnico de un producto; certifica la solución como única e innovadora.

La fuerte propensión a la innovación y los

cambios rápidos de escenario, que caracterizan el contexto económico actual, hacen de las acciones de protección y valoración de la propiedad industrial condiciones indispensables para el fortalecimiento competitivo de las empresas.

Quien quiere ser exitoso debe ofrecer productos y servicios innovadores y garantizar de forma duradera la calidad superior a la media; ofrecer a sus clientes ventajas de producción y asociadas con el uso de sus máquinas.

En este contexto, junto con el proceso de in-

novación emprendido en la mayor parte de su maquinaria, **Marzoli** ha realizado una intensa actividad de protección de sus invenciones. El departamento de I+D de **Marzoli** siempre ha sido un pionero en el desarrollo de ideas y soluciones en beneficio de sus clientes; hoy más que nunca también en las patentes.

La siguiente tabla muestra el número de patentes (familias) depositado en los últimos dos años por **Marzoli**.

Sector	Número de nuevas familias de patentes
Apertura	7
Carda	7
Manuar - Peinadora (manuar, manuar reunidore y peinadora)	18
Mechera y Continua de Anillos	7

6 El algodón: un flor precioso

El procesamiento de la fibra de algodón necesita instalaciones que reduzcan la merma y exalten sus características únicas e inconfundibles.

Desde hace algún tiempo el precio del algodón está en constante aumento. De acuerdo con la Bolsa de Algodón de Bremen, el aumento del año pasado fue de alrededor de 150% y parece no haber alcanzado su techo máximo. En junio de 2010, una libra de algodón costaba unos 100,00 centavos de dólar EE.UU. A finales de enero de 2011 el índice de precios de Bremen anotó 205,15 centavos de dólar. En un año, sin embargo, los precios en Nueva York han subido de 69,53 a 169,39 centavos de dólar.

El aumento en el precio del algodón no se debe sólo a las operaciones especulativas, sino que también está vinculada al contexto de producción, en primer lugar, por supuesto, la relación demanda/oferta en todo el mundo. En ese momento, las existencias de algodón son bajas y no cumplen con la demanda. Después de la recesión de hace dos años, las hilaturas han reanudado su marcha al galope, y la demanda de hilo está volviendo a los niveles anteriores a la gran crisis. Los mercados, sin embargo, deben hacer frente a la

reducción de las existencias chinas, las inundaciones en las plantaciones de Pakistán (la producción disminuirá en alrededor del 15% en este país) y el exceso de lluvias monzónicas en la India y la inestabilidad política en los países África Central. Esta situación está poniendo a las hilaturas de todo el mundo en condiciones de aceptar la oferta del mercado que a menudo no cumple con la demanda de alta calidad. Es evidente que las hilaturas bien equipadas con modernas instalaciones de apertura y mezcla de los algodones, puede tener menos repercusiones negativas de calidad causadas por el uso de algodones no seleccionados. La nueva línea de apertura **Marzoli**, dispone de abridoras de nueva concepción con dos aspas en serie colocadas en diferentes alturas, para aumentar el efecto de la apertura y el cardado y con doble cámara de alimentación para un incremento de la mezcla que garantizan: la normalización, la simplicidad en la gestión, una mejor mezcla, óptima eficiencia de limpieza con un menor índice de desperdicio de fibra, inferior hasta 1% con respecto a las líneas tradicionales.

Marzoli estará encantado de presentar y profundizar en su nueva línea de apertura en la próxima ITMA de Barcelona, del 22 al 29 de septiembre de 2011, en el Hall n. 2 stand n. H2-C216.

