

Sirma.



SECTOR AGUA Y BEBIDAS

Sirma
Sirmagrup
Bursa, Turquía
>> estiro-sopladora
SMI SR 4HC



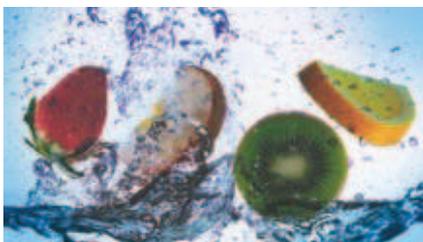
Arriba: la puesta de sol sobre el lago de Sapanca, localidad donde brota el manantial del agua Sirma

■ SIRMAGRUP: UN POCO DE HISTORIA

A pesar de los recientes orígenes, el grupo SIRMA ha puesto en marcha un rápido proceso de expansión, incrementando sus capacidades productivas e invirtiendo en instalaciones tecnológicas. La primera planta productiva "Buron Tum Gida" fue construida en Bursa en 1991, donde se dio comienzo a la producción del agua comercializada con el nombre "SIRMA" y donde actualmente se efectúa el embalaje del producto en vidrio "Sirma soda". Otras líneas productivas dedicadas al embotellado de agua se encuentran en Sapanca, donde radica la sede de la sociedad "Kaynak Sulari ve Turizm". Posteriormente, en 2002 fue constituida la sociedad Grup Soda Ve Mesrubat Paz para el embalaje en botellas de vidrio del producto "Soda a la fruta", constituyendo así una fuerte base para el desarrollo del grupo. En 2008, de hecho, se acabará una nueva planta de 15000 m² cercana a la actual que se encuentra en Sapanca. En Sapanca, desde el monte Kartepe a 1800 m de altura, fluye un agua con un gusto y características naturales: el agua Sirma. Embotellada por máquinas completamente automáticas, se distribuye en toda Turquía y en el extranjero, a fin de que quien quiera pueda beneficiarse de sus excelentes calidades.

■ El mercado de las bebidas

Los consumos de agua mineral crecen continuamente y se preve un ulterior incremento producido por los mismos factores que han determinado el éxito actual: en primer lugar la posibilidad de poder disponer limitadamente de agua corriente de buena calidad organoléptica, además de las intensas actividades de marketing llevadas a cabo por los más grandes grupos industriales y de la tendencia general hacia estilos alimenticios que priorizan el consumo saludable-natural. También el segmento de las aguas "adicionadas", es decir aromatizadas o enriquecidas de valiosos ingredientes para la salud como las vitaminas, oxígeno, extractos de hierbas, etc, está viviendo una fase de amplia difusión. Desde hace unos años, el consumo de aguas naturales está ganando terreno respecto al de las gasificadas, a pesar de que obtengan discretos resultados también las aguas levemente gasificadas o efervescentes naturales. Las aguas naturales, de hecho, basan su fuerza en la capacidad de juntar las exigencias saludables - que están teniendo mucho éxito - con aquéllas más "lujosas" que pertenecen al gusto. El PET representa el material empleado por la mayoría de las empresas, mientras el vidrio - seriamente en desventaja por los costes y las cargas de gestión que dependen de la utilización del envase a retornar - es aún utilizado para las entregas a domicilio, aunque siga descendiendo.



■ Algunos números

SIRMA - Planta de Bursa

- 15.000** m²: el área de producción
- 90.000** : el número de botellas por hora
- 5**: el número de botellas
- 20**: los tipos de embalaje
- 10**: los tipos de producto
- 21**: los gustos

KAYNAK SULAN VE TURISM - Planta de Sapanca

- 20.000** m²: el área de producción
- 90.000**: el número de botellas por hora
- 7**: los tipos de producto



■ El Beverage en Turquía

Este proceso de continua expansión ha involucrado también a Turquía, que a lo largo de los últimos 15 años ha vivido un desarrollo "magmático" que la ha trasformado en un país abierto a los intercambios con el extranjero, más cercano a los modelos occidentales y con un nivel de vida cada vez más alto. La apertura del país hacia el exterior ha calificado a Turquía como un interlocutor de confianza en el panorama internacional, donde los operadores italianos se encuentran en una posición de ventaja ya que Italia no está considerada sólo un "partner" comercial de primera línea, sino también un modelo cultural y de desarrollo a imitar, capaz de suministrar la tecnología que sirve para mejorar la producción local y internacional.

■ Sirmagrup

El grupo Sirma ha hecho disponibles sus productos también para los consumidores internacionales, ganándose un continuo crecimiento en el volumen de las exportaciones de agua. Hoy, con más de 19 diferentes productos, SIRMA se precia de un business consolidado en Turquía y ha elegido un partner italiano para su entrada en el panorama internacional: la sociedad SMI, que desde los principios del 2000 la está acompañando en este desarrollo imparable.



- LA PALABRA AL CLIENTE - El Sr. Erol Karabacak, socio fundador de la empresa Sirma, explica como en la fase de expansión es muy importante elegir un proveedor fiable



La empresa SIRMA desde 1991 está conociendo un periodo de continua expansión. ¿Cuáles han sido los factores de este éxito?

“Ante todo hemos sabido aprovechar las oportunidades del mercado y proponer a los consumidores una serie de productos que pudieran responder a sus expectativas: económicas, de salud y de naturalidad. Además del producto originario de agua, nuestra gama productiva se ha enriquecido siempre más de aguas aromatizadas a la fruta (manzana, limón, frutos tropicales y cereza), de aguas aromatizadas complementadas con vitaminas, y finalmente de una serie de bebidas gaseosas enriquecidas de vitamina C. Los consumos se orientan de hecho siempre más hacia este segmento, que responde a las exigencias

de una alimentación sana. A partir desde 2000 nos hemos enfrentado a una creciente demanda del mercado y en este contexto era fundamental efectuar nuevas inversiones productivas, además de elegir un proveedor que no satisficiera únicamente a nuestras demandas actuales, sino que nos atendiese en este importante desarrollo para responder de manera eficiente a un mercado continuamente en evolución.”

¿Cómo os habéis enfrentado a las crecientes demandas del mercado?

“La única manera para responder a la mayor demanda de los consumidores era invertir nuevamente en las instalaciones productivas. En concreto, los consumidores de agua y soft drinks están cada vez más orientados hacia embalajes alternativos al vidrio: en este contexto, entonces, ha sido necesario instalar una nueva línea para la producción de botellas en PET con un design particularmente innovador. Desde ese momento, hemos empezado a colaborar con la sociedad SMI, introduciendo en nuestra planta de Sapanca la sopladora SR 8 para satisfacer las exigencias productivas de 12.000 botellas/hora. La

sociedad ha sido capaz de satisfacer nuestras demandas y - en seguida - ha puesto a disposición el staff técnico para el desarrollo de las nuevas botellas de 0,33, 0,5 y 1,5 l. Tras este proyecto, que se remonta a 2004, ha empezado nuestra partnership con el grupo SMI, que se ha consolidado definitivamente con la adquisición de la nueva sopladora SR 4HC para la producción de botellas PET de 5 y 10 l y con la instalación de otras máquinas de embalaje secundario en los distintos establecimientos del grupo SIRMA. En conjunto, tanto en la fábrica de Sapanca como en la de Bursa se encuentran operativas una decena de empaquetadoras en film termorretráctil de la serie SK y LSK, que realizan múltiples tipos de embalaje para los productos en PET y vidrio. También para la nueva planta en los alrededores de Sapanca, que se hará operativa justo en 2008,





hemos decidido instalar una nueva SR 4HC para producir las botellas de gran capacidad y una empaquetadora en film termorretráctil de la serie LSK 35F.”

¿Cuáles han sido los factores que han consolidado esta partnership?

“Sin lugar a duda, el contacto con el proveedor. Tras la puesta en marcha de la primera sopladora SR 8, nuestros contactos con SMI no se han limitado a los tradicionales servicios, como el suministro de repuestos y las intervenciones de asistencia técnica, sino que se han transformado en una aproximación orientada a mantener y mejorar continuamente las prestaciones de cada una de

las máquinas, garantizando así las funcionalidades de las instalaciones a lo largo de todo el ciclo de vida. El proveedor se ha acercado a nosotros, poniéndonos a disposición su staff: inicialmente para estudiar nuestras solicitudes y permitir la realización de un producto que respondiera tanto a nuestros requerimientos como a aquéllos del mercado; posteriormente para ponernos en las condiciones de utilizar de la mejor forma lo que habíamos instalado, para obtener la máxima eficiencia posible. Sólo desde esta óptica de colaboración continua se ha creado una partnership que puede durar en el tiempo.”

