

MAYO, EL MES DE LA CONSOLIDACIÓN DE LA “NUEVA REALIDAD” Y DE LA “ESCALADA” HACIA LA RECUPERACIÓN DE NUESTRO NEGOCIO.

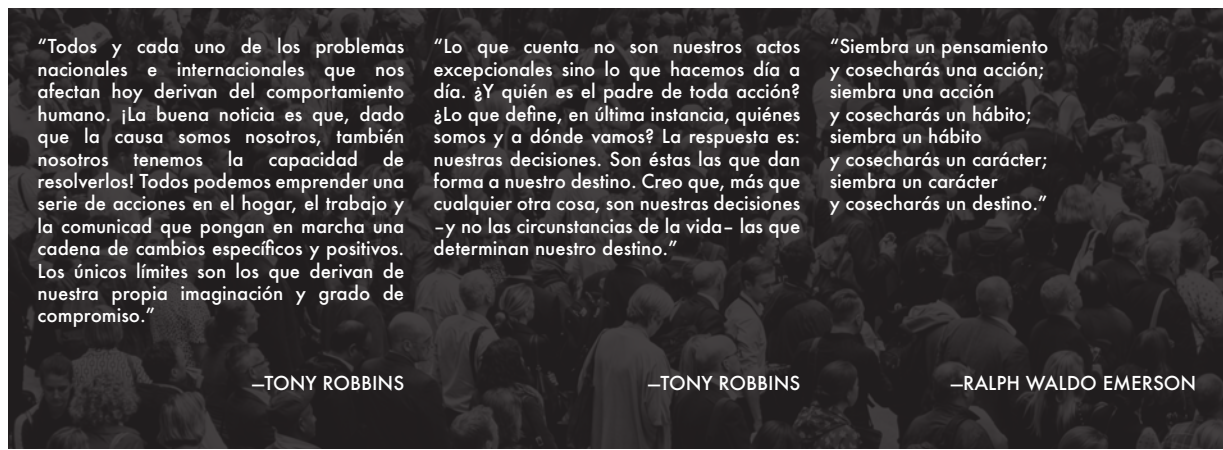
Este mes ha sido en todos los aspectos un mes donde se han definido (aunque de una manera muy vaga) los cambios de tendencias en los mercados y en la política de adaptación de las empresas a la bien llamada “**nueva realidad**”. En este escenario de cambio se ve claramente quién ha hecho los deberes, y por tanto quién conseguirá tener una posición más fuerte.

En GAES hemos hecho y sobre todo seguimos haciendo lo que hay que hacer, por eso hoy estamos en una buena disposición para abordar el futuro con cierta garantía. Ahora bien, no debemos mirar hacia delante sin detenernos un momento a mirar con perspectiva hacia atrás, debemos pararnos a reflexionar sobre los conceptos clave (para potenciar nuestras fortalezas) que han hecho que lleguemos hasta aquí, para estar a pesar de todo tan bien como hoy estamos. Las claves de nuestro éxito son sin duda unas cuantas pero a pesar de no ser muchas, son muy claras.

El mantener **nuestro ADN y cultura del esfuerzo y compromiso de servicio** son algunas de estas claves, y por eso debe ser una labor de todos y cada uno de nosotros preservar estas y más, teniendo en cuenta que nuestra empresa cuenta cada vez con más personas provenientes de otras culturas empresariales. Lejos de ser esto algo que debamos vigilar, sin duda se está haciendo cada vez mejor en nuestra empresa. Como muchas otras cosas en la vida, está basado en las personas que nos encontramos en el camino: estamos siendo muy prudentes con quién se suma al grupo. Buscamos en estas incorporaciones **buenas personas con ganas de aportar, con compromiso de respeto incondicional** (por encima de todo) a nuestros valores, formas de hacer e historia. Nos ha ido bien, y ese “crisol” está sumando valor, nos está ayudando a creernos lo que somos y lo que podemos conseguir cuando cada uno desempeña su papel fijándose en aportar todo lo que pueda. Esto por supuesto es fundamental para conseguir crear todavía mejores condiciones de futuro... sin más ambición, ya que la humildad como valor intrínseco también nos ha traído está aquí así que, por supuesto no la abandonaremos, pero sin que ello nos lleve al sentido de inferioridad que a veces nos lleva a iniciar proyectos con cierta timidez.

Nuestras creencias y las acciones consecuentes y comedidas esto es lo que podrá configurar “**nuestra nueva realidad.**”

Esperamos que disfrutéis del contenido y de las conclusiones que saquéis del Newsletter de este mes.



“Todos y cada uno de los problemas nacionales e internacionales que nos afectan hoy derivan del comportamiento humano. ¡La buena noticia es que, dado que la causa somos nosotros, también nosotros tenemos la capacidad de resolverlos! Todos podemos emprender una serie de acciones en el hogar, el trabajo y la comunidad que pongan en marcha una cadena de cambios específicos y positivos. Los únicos límites son los que derivan de nuestra propia imaginación y grado de compromiso.”

—TONY ROBBINS

“Lo que cuenta no son nuestros actos excepcionales sino lo que hacemos día a día. ¿Y quién es el padre de toda acción? ¿Lo que define, en última instancia, quiénes somos y a dónde vamos? La respuesta es: nuestras decisiones. Son éstas las que dan forma a nuestro destino. Creo que, más que cualquier otra cosa, son nuestras decisiones –y no las circunstancias de la vida– las que determinan nuestro destino.”

—TONY ROBBINS

“Siembra un pensamiento y cosecharás una acción; siembra una acción y cosecharás un hábito; siembra un hábito y cosecharás un carácter; siembra un carácter y cosecharás un destino.”

—RALPH WALDO EMERSON



Nuestro equipo



Ander Esteban Martínez (Winnie)

CENTRAL

- > Winnie es donostiarra de corazón, aunque por amor, vive actualmente en Irún.
- > Es responsable de la zona de recepción de material en el almacén central.
- > Cinéfilo empedernido, tiene una gran colección de películas.
- > Tan grande por dentro como por fuera, como él mismo dice: "yo tal vez, no sepa todas las nomenclaturas de los rodamientos, pero dame 80 kilos y dime dónde quieres que los ponga."
- > Sus compañeros lo tienen muy claro: Buena persona, buen compañero y excelente trabajador. "Se ahoga en un vaso de agua, pero en cuanto se lo recuerdas, se da cuenta que sabe nadar como el que mejor."



José Luis Sánchez

GAES NAWERS

- > Es de Tomelloso, un pueblo manchego de la provincia de Ciudad Real (tierra de Don Quijote de la Mancha).
- > Estudió Instalaciones Electrotécnicas, lleva doce años trabajando en el sector. En 2008 se incorporó a Navarro Navarro Comp. Ind., hasta el año 2013, cuando se unió al Grupo Gaes en la delegación de Gaes & Nawers Motion.
- > Sus aficiones son: hacer deporte, el fitness, el campo, disfrutar de un buen vino con los amigos y familia los fines de semana y sobre todo viajar por cada rincón de España.
- > Su email es: comercial6@gaesnawers.com



Javier Alonso

ASTURIAS

- > Natural de Sestao (Bizkaia), lleva catorce años trabajando en GAES.
- > Como buen bizkaino, le gusta el fútbol (es del Athletic de Bilbao), la música (principalmente el rock nacional aunque escucha de todo) y hacer senderismo.
- > Dato curioso: pese a ser vasco, es 50% burgalés y 50% cordobés, vive en una villa marinera en Candás (Asturias), y está casado con una gallega que es su compañera de vida durante los últimos 17 años.
- > Su email es: javi.oviedo@gaessa.com

Nuestra empresa

Noticias de nuestra empresa en Mayo:

ALINAR & SOLTECNA

Son muchas las empresas de muy diversos ámbitos profesionales que se acercan cada día a ALINAR (Asociación de Industrias Agroalimentarias de Navarra, La Rioja y Aragón) para poder presentar sus servicios y acercarlos a sus socios. Con el fin de presentar empresas referentes en determinados servicios o suministros a los socios de Alinar, **han desarrollado la figura del partner-colaborador** anual. Gracias al trabajo conjunto de SOLTECNA y José Antonio Alcubierre, ahora en Alinar (y sus publicaciones) se conoce al Grupo GAES como: "Una empresa que basa sus actividades en el sector de la alimentación dando soporte tanto en el diseño como en el cálculo de elementos para los fabricantes de maquinaria, como colaborando con los departamentos de mantenimiento en la búsqueda de mejoras y soluciones de valor, nos ponemos a disposición de todos los asociados, con la seguridad de poder aportarles el beneficio del conocimiento y llegando a ellos como partner de Alinar, la cual les facilita unas condiciones excepcionales."



KOYO

La incorporación de KOYO a nuestro catálogo de productos llega no para sumar una marca más, sino para mejorar nuestra oferta y prácticas. Desechamos el seguir vendiendo a nuestros clientes productos con dudosas garantías tanto de calidad como de continuidad: el hecho de sumar a KOYO en nuestro portfolio de productos nos hará ganar consistencia en nuestra oferta de productos y solidez a nuestra imagen.





Nuestro sector y mercados

Como muchos de vosotros sabréis, **Gamet Bearings** cambió de propietarios el año pasado, y el fabricante, **HB Bearings**, pasa a ser el nuevo dueño de la marca. HB Bearings ha aceptado que seamos su canal de distribución en España y Portugal, y nos ha puesto como distribuidores en su **página web**, donde encontraréis la posibilidad de fabricar rodamientos especiales en tiradas muy cortas. Para que estéis al corriente de cómo llevan su traslado, a pesar del COVID-19, en sus propias palabras:

"A medida que avanzamos en el año, la integración de Gamet Bearings en su nueva sede ha avanzado a un ritmo acelerado. La gerencia y el personal de HB han trabajado duro durante los últimos meses para reiniciar la fabricación de Gamet Bearings en el Reino Unido. Esto ahora se ha logrado. La maquinaria de producción de la antigua fábrica de Gamet ahora se ha reubicado en una nueva extensión construida específicamente. HB también compró nueva maquinaria para satisfacer la demanda de producción adicional creada por la adquisición de Gamet Bearings. Se ha empleado personal adicional para ayudar en el buen funcionamiento de esta nueva incorporación a HB Bearings. Ya se han enviado los primeros rodamientos Gamet fabricados por HB en el Reino Unido, y pronto vendrán muchos más. Nos gustaría agradecer a los clientes de Gamet Bearings por su paciencia mientras llevamos a cabo este proceso de adquisición."



© Copyright HB Bearings Ltd 2019

Nuestro sector y mercados

El **DAFO** (acrónimo de **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas, **O**portunidades) como una de las herramientas básicas de análisis refleja lo que podríamos llamar una “radiografía rápida y nítida” de, en este caso (también sirve para la vida en general), modelos empresariales como el de algunos competidores como los que a continuación os presentamos:

- **TECNOPOWER:** El competidor por excelencia, por compartir marcas y por tanto mercados, clientes y por ser el modelo de referencia como especialista al que nosotros también ansiamos llegar. Ellos sin duda, con las dificultades diarias a las que hacen que nos enfrentemos sin seguro quererlo, nos están haciendo ser mejor empresa. Desde luego son un espejo donde mirarse cuando nos llevan ventaja en algunas cosas, y entre otras lecturas podemos concluir que algunas de sus fortalezas son nuestras principales debilidades. Vemos cada vez más claramente qué debemos de hacer para mejorar.

DAFO **TECNOPOWER:**

Análisis D.A.F.O.			
Pueden generar PROBLEMAS		Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS	
INTERNAS	D Debilidades	F Fortalezas	
	1 Crecimiento de estructura en muy poco espacio de tiempo.	1 Estrategia muy definida y adoptada e implementada por todo el equipo.	
	2 Riesgo de pérdida de parte de sus representadas. (relaciones poco sólidas)	2 Enfocados firmemente a los objetivos definidos por la Dirección.	
	3 Alta dependencia de dos representadas.	3 Practicas muy consistentes con metodo de trabajo en equipo bien definido y depurado.	
	4 Cambio en la Dirección de la empresa sin mantener algunos valores basicos.	4 Conocen muy en profundidad su entorno y clientes.	
	5 Trato humano por parte de la Dirección tanto para el personal como para los clientes y proveedores.	5 Representadas mayoritariamente en exclusivas.	
	6 Fuga de personal de valor.	6 Productos con alto valor técnico y margen comercial.	
	7 Concentraciones de facturación.	7 Personal con alto grado de conocimiento técnico.	
	8 Pérdida de imagen de solvencia profesional.	8 Imagen de referente del mercado como empresa especializada.	
	9 Recursos geográficamente muy limitados (áreas muy extensas para cada vendedor)	9 Alto stock y calidad de servicio.	
	10 Un solo accionista/propietario.	10 Orientación a un mercado concreto.	
Procedentes del ENTORNO	A Amenazas	O Oportunidades	
	1 Creciente numero de competidores.	1 Posibilidad de diversificación y de crecimiento con nuevos productos.	
	2 Reducción continua de márgenes por la presión de precios y costos.	2 Posibilidad de incorporar nuevos talentos con experiencia que salen de otras empresas.	
	3 Posibilidad de ser comprada por un grupo industrial.	3 Cambio de modelo a través de inversiones para nuevas implantaciones físicas en otras localidades.	
	4 Fabricantes con venta directa en mercado de Primeros Equipos.	4 Posibles alianzas estrategias con competidores y/o proveedores.	
	5 Aumento de prescripciones de marcas en sus sectores preferentes.	5 Creciente demanda de servicios técnicos.	
	6 Política de su area de ubicación. Enfrentamiento de la sociedad. (Cataluña-España)	6 Nuevos canales de venta. B2B, etc, etc.	
	7 Contracción del mercado de Primer Equipo por falta de inversión.	7 Apertura a nuevos sectores. (recambios)	
	8 Impagos de grandes operaciones/clientes. (fuertes riesgos en algunos proyectos)	8 Ser un estructura ágil y de rápidas tomas de decisiones.	
	9 Posibles alianzas entre competidores.	9 Cierre de alguno de los competidores de menor nivel.	
	10 Cambio de política en alguna de las marcas representadas.	10 Nuevas practicas de comunicación y de relaciones con el mercado y proveedores.	

Nota básica: Si desde la autocrítica resumís el apartado de Fortalezas, llegaremos a la conclusión de que somos inconsistentes sobre todo en las prácticas: empezamos algo y en seguida nos distraemos, tenemos poca continuidad con algunas cuestiones claves, junto con la indefinición de las prioridades y por tanto falta de foco, **todo esto no es malo, todos tenemos “pecados” solo hay que reconocerlos y trabajar en la mejora de ellos.**

Otra conclusión: Sabemos que conocer al competidor es vital para el desarrollo de nuestra labor, y en este caso seguro que en nuestro DAFO aparece que no conocemos a este en profundidad como al menos pensamos, tampoco seguro que no del todo conocemos bien a nuestros clientes...da que pensar, pero sobre todo **da para ACTUAR.**

Nuestro sector y mercados

- **Grupo RUBIX:** A pesar de que tenemos muy claro que hoy no es el “enemigo a batir”, ni están en general en la franja de mercado que nos corresponde y queremos, es un grupo siempre a tener muy en cuenta, para lo bueno y lo malo siempre están y hay que vigilar sus acciones.

DAFO RUBIX:

Análisis D.A.F.O. RUBIX				
Pueden generar PROBLEMAS		Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS		
INTERNAS	D	Debilidades	F	Fortalezas
	1	Foco en grandes empresas, dejando a las pymes en segundo plano.	1	Tamaño.
	2	Foco en volumen y cuota a cualquier precio, en decremento de servicio en muchas ocasiones.	2	Cobertura Europea.
	3	Más de 5 compañías muy distintas en España sin integración.	3	Panel de Categorías/Marcas/Proveedores.
	4	Motivación débil de algunos trabajadores (se sienten números más que personas)	4	Precios Competitivos en compras estándar.
	5	"Choque" de culturas y filosofías que generan descontento en algunos de sus clientes mas importantes.	5	Diversificación sectorial.
	6	Costos estructurales muy altos, organización muy pesada.	6	Volumen de compra y por tanto capacidad de negociación con los proveedores.
	7	Poca agilidad en la gestión y en la toma de decisiones.	7	Multitud de puntos de ventas bien situados geográficamente.
	8	Aunque quieran ser y parecer especialistas, son generalistas.	8	Sinergias y volumen de información.
	9	Desinversiones en stocks.	9	Completa gama de soluciones.
	10	Pérdida de profesionales con la consiguiente pérdida de experiencia.	10	Posibilidad de inversiones en adquisiciones e inversiones en stock.
Procedentes del ENTORNO	A	Amenazas	O	Oportunidades
	1	Empresas nacionales que quieran trabajar con proveedores nacionales.	1	Están creando un catálogo electrónico unificado.
	2	Creciente numero de competidores de menor tamaño, de actuación local y de rapida maniobra.	2	Digitalización (EDI, Punch Out, Vending...)
	3	Probable venta a otro fondo de inversión.	3	Insiste: Acceso a mucha información del cliente.
	4	Cambios de tendencias de compra en los mercados. (descentralizaciones)	4	Recursos economicos.
	5	Proveedores muy descontentos con el trato por lo que las condiciones de compra no son las mejores en proyectos.	5	Incorporar nuevas personas de otras sectores/empresas con experiencia y talento.
	6	Pérdida de credibilidad por pérdida de contratos de referencia.	6	Capacidad de negociación en todos los extractos del mercado.
	7	Continuos "ataques" de captación de sus personas de calidad.	7	Crear divisiones independientes y especializadas.
	8	Demanda de especialización de soluciones tecnicas.	8	Compra de empresas de nivel local de difícil continuidad.
	9	Alianzas entre empresas nacionales y familiares.	9	Cambios en las legislaciones que induyen venta de sus gamas de producto.
	10	Propuestas de competidores al mercado que no pueden desarrollar.	10	Alianzas y absorciones entre marcas. (proveedores)

Artículo para ti

Cinco claves para darle sentido a tu trabajo

(y de paso, sentirte mejor)

Trabajar solo por tener una nómina motiva bien poco. Si no somos millonarios, algo que no le sucede a la mayor parte de los mortales, necesitamos dinero para vivir. Pero no debería ser la única razón si queremos encontrarnos bien con lo que hacemos e, incluso, tener una buena salud. **El propósito está relacionado con el «para qué hacemos lo que hacemos».** Y no hace falta que sea algo grandioso, como recorrer el mundo con una ONG para salvar vidas (por supuesto, en este caso, no hay duda). El propósito lo podemos experimentar en nuestro día a día. **No depende del puesto ni de la función, sino de nosotros mismos, del sentido que le demos y del grado de compromiso que tengamos.**

Tal Ben-Shawar y Angus Ridgway en su libro *Ser feliz es decisión tuya*, analizan los tipos de trabajos conforme a nuestro nivel de sentido o compromiso. **El sentido se experimenta cuando existe conexión entre lo que hacemos y nuestros valores**, si creo o no en lo que hago. **El compromiso es la motivación y energía que ponemos.** Conforme a estos dos ejes, podemos ver que existen cuatro opciones:

A la deriva: La peor situación, porque trabajamos sin creer en lo que hacemos ni estamos motivados. Si estamos aquí, es importante hacer algo, porque tiene consecuencias en nuestra felicidad (y la de los que nos rodean).

Soñador: Cuando creemos firmemente en causas como el ecologismo, ayudar a las personas sin recursos... pero hacemos bien poco. Quizá reciclamos, aportamos algo de dinero, pero no tenemos un compromiso firme con ello.

Estancado: Trabajamos duro por responsabilidad, pero no estamos especialmente ilusionados. Esta situación, por cierto, es bastante habitual en las empresas, lo que a la larga produce un desgaste importante.

Alineado con el propósito: ¡El cuadrante ideal! Trabajamos comprometidos y le encontramos un sentido a lo que tenemos entre manos.

¿Qué podemos hacer para trabajar y vivir con un propósito? Sabemos que cambiar de trabajo no siempre es fácil, pero también hemos visto que depende de una decisión personal. Por ello, veamos qué está en nuestras manos para sentirnos mejor con lo que hacemos.

Primero, vale la pena observar el gráfico y ubicarse a uno mismo. **¿En qué cuadrante te encuentras en tu trabajo?** (por cierto, esto se podría aplicar a las relaciones de pareja, aficiones, amigos...).



Segundo, podemos encontrar un propósito en cada pequeña tarea que hagamos. No es necesario buscar algo que cambie el mundo o tener una vocación de por vida. Como dice José Luis Llorente, coautor del libro de *Vitamina X*, existen propósitos vitales, de proyectos o de tareas. Céntrate en el que te resulte más sencillo.

Tercero, el propósito más poderoso está relacionado con los demás, sean clientes, sociedad, familia... Puedo hacer una presentación de resultados, un informe o una llamada a un cliente para que piensen que soy muy bueno y obtener medallas (lo que desgasta a la larga) o porque creo firmemente en ello. Si lo hago por otros, encontraré más fuerza y motivación.

Cuarto, en la medida en que sea posible podemos intentar modificar nuestras tareas para poner más energía en aquellas más gratificantes. No existe ningún trabajo perfecto. Siempre conviven actividades más amables que otras y vale la pena hacer aquellas que no nos gustan de modo eficiente, para disfrutar de las otras.

Quinto, replantearse para qué hacemos lo que hacemos. Puedo pensar que solo hago facturas. Sin embargo, si dedico tiempo a reflexionar en la finalidad última de la empresa o de la organización, como que tengan un mejor servicio los clientes o los ciudadanos, puedo descubrir que contribuyo con mi trabajo a que eso ocurra. De alguna manera supone ganar perspectiva y darle un sentido.

En definitiva, trabajar con un propósito es la situación más motivadora y más satisfactoria para cualquier persona. Algo que ayuda además al sistema inmunológico. Y la buena noticia es que depende de una decisión personal. En la medida en que le demos sentido a lo que hacemos y nos comprometamos con ello, podremos encontrar un propósito en nuestra vida, nuestros proyectos o nuestras metas.