

NOVIEMBRE, UN MES PREVISIBLE DENTRO DE LO IMPREVISIBLE DE ESTOS TIEMPOS.

Poco o casi nada de una manera notable ha cambiado respecto a meses anteriores, y aunque sí ha sido un mes donde hemos tenido pequeños cambios en muchos aspectos (y estos han sido continuos), podemos decir que dentro de la "anormal" nueva normalidad hemos podido ver y prever con antelación dichos cambios... así que podemos decir... **¡un mes según lo previsto!**

Era previsible la dificultad de conseguir nuevos negocios, nuevos pedidos, cobros regulares, poner en marcha nuevos proyectos, pero pese a esa dificultad que conocíamos de antemano podemos decir que hemos cumplido con los objetivos de más corto plazo, ya que estos no siendo nada ambiciosos. Son como entendemos que deben de ser en estos tiempos: **REALISTAS**.

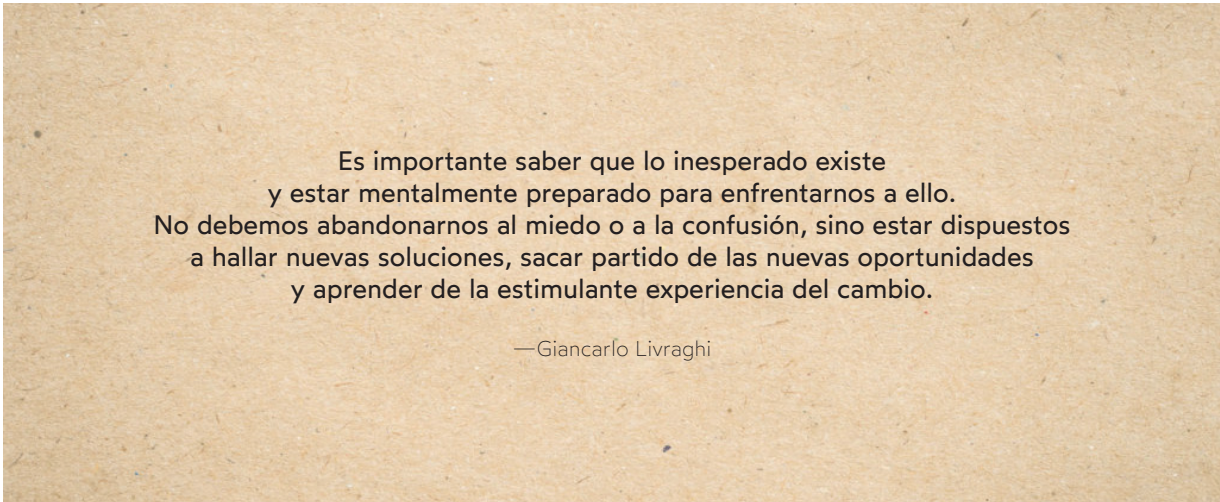
Mantenerse con solvencia financiera, atender a los pagos, que el flujo de pedidos sea lo más continuo y regular posible, que los márgenes también sean lo más aceptables posible, hacer que los proyectos en gestión no se detengan, mantenernos activos y organizados, etc, etc,...objetivos de mínimos y objetivos lógicos para sobrevivir y con los que poder garantizar las mejores condiciones para continuar evolucionando.

No obstante no vamos a descuidarnos, debemos estar muy atentos, hoy no se puede dar nada por hecho, sabemos que las cosas cambian de un momento a otro, por eso debemos prestar atención a cualquier cuestión que podamos prever que nos traerá dificultades, con esta actitud personal debemos de ser firmes, es mejor dar la voz de alarma a tiempo que luego lamentarnos diciendo "lo sabía", "ya me parecía a mí", o "lo que ha pasado era muy posible".

Una organización prevenida y en guardia es una organización que sabrá "maniobrar" en el momento que tenga que hacerlo; muchas de las malas situaciones que vemos en nuestros "vecinos", no solo eran previsibles, sino que eran atajables con un primer movimiento por parte de las personas que trataban el asunto de inicio.

Precavidos, previsores, atentos, y sobre todo, activos: esa es la actitud que debe marcar las próximas semanas, el próximo mes y el fin de año.

Con relax, disfrutad de la lectura del número de este mes.



Es importante saber que lo inesperado existe
y estar mentalmente preparado para enfrentarnos a ello.
No debemos abandonarnos al miedo o a la confusión, sino estar dispuestos
a hallar nuevas soluciones, sacar partido de las nuevas oportunidades
y aprender de la estimulante experiencia del cambio.

—Giancarlo Livraghi

Nuestro equipo



Oskar Delgado

VIMECA

- > Oskar nació en Bilbao en 1973 y tiene dos hijos: Markos (16) y Sara (10), fruto de su anterior matrimonio.
- > Lleva trabajando en el sector del suministro industrial desde 1996. Comenzó en INDARBELT (ya extinta), hasta que fue absorbida por Rodamientos FEYC (en diciembre de 2019) y pasó a formar parte de la empresa absorbente. Seis meses después lo incluyeron en el ERE.
- > En su etapa en INDARBELT recibió formación complementaria en comercio internacional, auditoría interna, contabilidad, análisis económico financiero y otros trainings especializados en transmisión de potencia, impartidos por diversos fabricantes y proveedores.
- > Sus aficiones incluyen los rallies, la pintura, la fotografía, y sobre todo, tras una buena comida, pasar la tarde echando partidas a juegos de mesa con sus amigos (aunque dice que no es un friki...)
- > Su email es: oskar.delgado@gaessa.com



Cristina Aguado

NAWERS MOTION

- > Aunque Cristina es de Socuéllamos (un pueblo a 22 kms de Tomelloso), actualmente reside en Tomelloso con su pareja. Se suponía que iban a casarse en mayo de este año, y aunque finalmente pudieron casarse en julio por el juzgado, esperan poder realizar la celebración oficial en 2021.
- > Tras sacar el título de Administración y Finanzas, realizó unas prácticas en una asesoría donde, tras ser contratada, trabajó como contable durante nueve años. Debido a la crisis y las reducciones de jornada, entró en el departamento de contabilidad de una bodega de su localidad, y poco después la trasladaron al departamento de compras. En 2017 empezó en GAES NAWERS MOTION.
- > Sus hobbies incluyen la fotografía (especialmente las puestas de sol), el cine, la lectura y viajar siempre que puede. También le encantan los animales, y se mueve mucho en el tema de nutrición y alimentación saludable como estilo de vida.
- > Su email es: comercial1@gaesnawers.com



Juanjo López

ASTURIAS

- > Juanjo es de Pola de Laviana, en Asturias.
- > Previamente fue maestro industrial en electricidad, y trabajó en un taller de instalaciones eléctricas. Después empezó a trabajar en GAES, S.A., como auxiliar informático en Administración. Lleva treinta y seis años trabajando en GAES, desde hace diez es su mayor hobby y donde espera jubilarse.
- > Sus otras aficiones principales son el tiro con arco y salir a caminar con su "esposa".
- > Su email es: juanjo.oviedo@gaessa.com

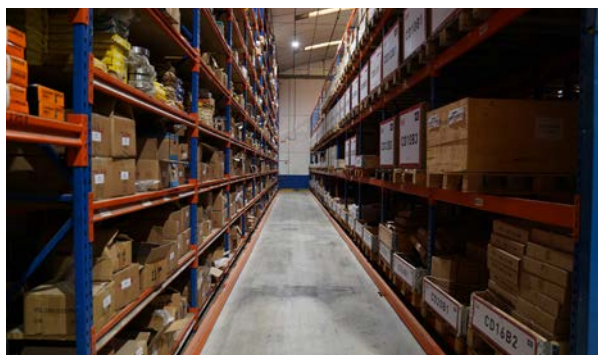
Nuestra empresa

REORGANIZACIÓN DEL ALMACÉN CENTRAL

Estos últimos meses en Central hemos realizado una importante reorganización del almacén. El principal encargado de esta tarea ha sido **Andre Keguep**.

Nacido en Camerún y actual residente de Rentería, Andre es una persona trabajadora, metódica y ordenada. Nada mejor para acometer la ardua tarea de reorganizar nuestro almacén.

Apasionado del deporte y la vida sana, le encanta ir al gimnasio. Tiene músculos, de los que la mayoría de los mortales desconocemos de su existencia.





Nuestro sector y mercados

Nuestro sector, como muchos otros, sufre la crisis global en la que el dichoso COVID 19 ha sumido al planeta. No obstante, al ser el nuestro un mercado multisectorial, podemos decir que en cierto modo no se resiente tanto como otros. Como dato, debemos partir de que **las ventas en la distribución de elementos mecánicos está sufriendo una caída media del 15 % respecto al pasado año**, que por cierto fue bastante bueno.

Las previsiones mientras no llegue una vacuna (hoy en día solo se ve esta como la única solución a la salida de la crisis sanitaria) no son muy halagüeñas, ya que no hay visos de que sectores más o menos tradicionales puedan desligarse de la situación mediante diversificación, cambio de tendencia o innovación.

Eso por supuesto no quiere decir que no haya oportunidades, solo es cuestión de estar muy atentos tal y como ya mencionábamos en el inicio de esta publicación. Junto con la atención hay que tener el convencimiento y la actitud para abordar retos y cambios: **en el Grupo GAES estamos dispuestos y cada vez más preparados para salir adelante de la manera más sólida posible.**

Mientras tanto, la evolución del sector de momento da la razón a nuestra estrategia de especialización frente a los generalistas, así que seguiremos impulsando esta línea. En los próximos meses os informaremos de novedades.

Respecto a nuestros proveedores, vemos y entendemos el cierto nerviosismo por cifrar y cerrar el año con la mínima diferencia respecto a años anteriores.

Esto supone una oportunidad y una amenaza, que en cierta medida depende de nosotros. En cualquier caso, todos y cada uno **debemos tomar acción lo antes posible para “acercar posturas”** con las estrategias e intereses de las marcas, esto respecto a las variables bajo nuestra influencia, respecto a las que están fuera de esta, nada podremos hacer salvo entender las situaciones que se pueden devenir de ese nerviosismo u oportunismo que seguro que traerán cambios que debemos de poner de nuestra parte.

Por último, debemos decir de nuestros más cercanos competidores, que se mantienen especialmente activos en actividad comercial haciendo lo posible por llegar a los clientes tanto presencial como virtualmente.

De lo que puede ser ciertamente preocupante no solo es que algunos de ellos estaban bastante inactivos y ahora se empiezan a mover, sino que lo hacen con propuestas de precios absolutamente fuera de lo técnicamente sostenible. Nosotros nos debemos de mantener en la línea de precios sostenibles ya que sabemos que tenemos fondo para “aguantar” y que es cuestión de tiempo. Ahora eso sí, debemos agudizar el ingenio para no perder ni un solo cliente. **¡Estar atentos y solicitar cualquier cosa que creáis que pueda ayudar a impedir una pérdida de posición en nuestros clientes!**



Artículo para ti

Empresas genuinas

Lecciones de vida

Debía ser a mediados de los años noventa que fui a visitar a Juan Soto, entonces director de Hewlett Packard en España, para pedirle en nombre de la universidad si podían ayudarnos a crear una escuela audiovisual con unas donaciones. En poco tiempo, y como el que no quiere la cosa, Juan Soto me regaló algunas lecciones que me han acompañado toda la vida. Me explicó que estaba muy satisfecho por qué sus principales empresas competidoras en España, tenían al frente un directivo formado en HP y que eso era enormemente positivo. Los conocía y sabía que eran muy buenos directivos, que conocían mucho a HP y que eso era una garantía para que la propia HP no se durmiera en los laureles. Pero de lo que estaba más orgulloso era que HP era el sitio dónde el talento del sector se formaba. Fue la primera vez que escuché que era bueno que las empresas compitieran y colaboraran al mismo tiempo. Aquel día intuí que la cultura corporativa, el principal intangible de una empresa, era algo muy importante.

Hay empresas que cuando las conoces transmiten algo genuino, muy difícil de imitar. Otras empresas en cambio solamente proyectan sus narrativas vacías. Resultan empresas que saltan de moda en moda básicamente para no moverse de dónde se instalaron. Son empresas que no quieren que nadie les pueda decir que no están al tanto de cualquier nueva tendencia. Pero, puertas a dentro, mantienen unas formas de gestión obsoletas que entienden la empresa más como una estructura imprescindible para el negocio que como una comunidad de personas. Ganar dinero es una cosa y hacer empresa es otra. Todo es respetable, pero no es lo mismo. Hacer empresa es construir una comunidad con sentido que necesita indefectiblemente dar beneficios para subsistir pero que vas más allá de una cuenta de resultados. Desde luego, hay muchos ejemplos de emprendedores que empezaron haciendo solamente negocios y han acabado consolidando empresas genuinas. Como sociedad deberíamos admirar mucho más a los que hacen empresa que a los que hacen solamente dinero.

La diferencia entre una empresa genuina y una estructura de negocio está en el valor que se otorga a las personas. En una las personas son la base de los proyectos futuros, en la otra, las personas son un coste. Todas necesitan dar resultados para subsistir, pero la forma de encarar el futuro no tiene nada que ver. La empresa genuina busca la perdurabilidad de la comunidad manteniendo una competitividad de largo recorrido que tiene como hilo conductor a las personas. Por el contrario, las estructuras de negocio son siempre coyunturales. Duran lo que dura el negocio. A todo se le llama empresa, pero no tienen nada que ver.



Los líderes inspiradores intentan desarrollar organizaciones genuinas. Únicas. Se inspiran en los mejores, pero crean su propia hoja de ruta. Más que estar pendientes de modas, están muy pendientes de sus clientes y de los que estos necesitarán y no les saben expresar. Las empresas genuinas buscan su consistencia en una cultura corporativa poco ampulosa pero efectiva. Saben que el mundo cambia rápido y que las oportunidades nacen más del tener criterio propio que de la imitación. Cuando piensan en innovación, claro que están pendientes de lo que hace Amazon, Google o Apple, pero tienen su propio radar, se fijan en lo que hacen start up y los competidores y lo que hacen empresas similares en otros sectores para crear valor para sus clientes. Las empresas genuinas saben que innovar es muy duro, que es algo más que decorar los eventos de Hackaton o poner paredes de cristal para los post-it. Si la innovación fuera fácil no sería una diferencia competitiva.

Necesitamos más empresas genuinas y menos empresas imitadoras. Menos síndrome de Silicon Valley, que responde a una cultura y una masa crítica de talento imposible de copiar y más centrarse en caminos propios. Zara nació en un lugar inesperado, trazó un camino propio y nunca lo dejó. Creció sin perder sus modos y valores genuinos. ¿Cómo desde 1808 se ha mantenido y proyectado internacionalmente una empresa de transformación del cobre como La Farga en la comarca de Osona? Simplemente ha sabido mantener una cultura, un modo de hacer las cosas que es propio y lo ha sabido defender. ¿Cómo es posible que en Joensuu, a casi quinientos kilómetros al norte de Helsinki, subsista una de las grandes plantas de maquinaria de John Dere? Sin una gran comunidad profesional detrás les sería imposible sortear las adversidades del clima y un posicionamiento logístico que no les favorece.

(Continúa en página siguiente)

Artículo para ti

Las empresas no son los documentos que las explican. Las empresas son acción. Un ciclo virtuoso y repetido que consiste en vender-producir-cobrar, e innovar para poder repetir el ciclo en el futuro. Las empresas necesitan cada vez más tecnología para ser competitivas, pero se sustentan también en las complicidades inesperadas y los automatismos de la buena voluntad. Las empresas que no pierden la generosidad necesitan menos normas y menos burocracia.

Para algunos las empresas deben funcionar como un reloj, para otros, las empresas son una comunidad que debe saber latir acompasadamente. La empresa no es una máquina, es una comunidad viva que se sobrepone a sus imperfecciones gracias a la actitud y no solamente gracias a la tecnología. Las herramientas ayudan mucho y nos permiten eficiencias increíbles, pero adquieren sentido si son una extensión de la actitud y los conocimientos de las personas.

A tecnología más potente, más importante es la actitud. Las máquinas de inteligencia artificial sabrán hacer algunas cosas mucho mejor que las personas, pero no podrán contextualizar, ni tener creatividad, ni sentido de la generosidad, ni entender la ironía o el matiz, ni las contradicciones, ni los dilemas, ni la motivación, tal y como hacen las personas. Las empresas genuinas tendrán su propio modo de sumar las inteligencias. Los negocios se pueden hacer con máquinas. Las empresas se hacen con personas.

