

GH'NEWS

ENERO 2020

N.º 20



MÉXICO. UNA TRAVESÍA DE 20 AÑOS / SEMINARIO AMÉRICA EN QUERÉTARO / CELEBRACIÓN 20 ANIVERSARIO / PERE GARCÍA VENTURA Director General de GH MÉXICO

El Universo de George "NUEVOS HORIZONTES" _ **CARLOS AGUIRRE** Director de la Unidad de Negocio Soluciones Estándar del Grupo GH _ **ÚLTIMOS PROYECTOS DESTACABLES**

GH OLEA Y STARTUP CONTEST _ **JUAN BOYERO** Gerente de Mantenimiento Central, Ingeniería, Energía y Generación de Gerdau Metaldom en República Dominicana

04 MÉXICO

p.4
UNA TRAVESÍA DE
20 AÑOS

p.8
SEMINARIO AMÉRICA
EN QUERÉTARO
CELEBRACIÓN
DEL 20 ANIVERSARIO

p.12
ENTREVISTA
PERE GARCÍA VENTURA
Director General de
GH MÉXICO

16 COMIC
"NUEVOS HORIZONTES"

18 ENTREVISTA
CARLOS AGUIRRE
Director de la Unidad de
Negocio Soluciones Estándar
del Grupo GH.

22 ÚLTIMOS PROYECTOS
DESTACABLES

26 GH OLEA Y
STARTUP CONTEST

28 ENTREVISTA
JUAN BOYERO
Gerente de Mantenimiento
Central, Ingeniería, Energía
y Generación de GERDAU
METALDOM en República
Dominicana



MAYORÍA DE EDAD

Jose Antonio Guerra
CEO del Grupo GH

**“NO ES MOMENTO DE
AUTOCOMPLACENCIA,
NI DE RELAJAR
NUESTRAS EXPECTATIVAS
Y EXIGENCIAS”**

Parece que fue ayer cuando celebrábamos el décimo aniversario. Y, sin embargo, hemos recorrido también el decimoquinto y ahora, casi sin darnos cuenta, estamos de lleno en el vigésimo.

Los verdaderos protagonistas de esta celebración son todos los componentes de GH México y nos gustaría ponerlo en valor. Parece que celebrar 20 años es fácil y que entra dentro de una rutina. Está claro que no es así: podemos asegurar que no es así. México es la segunda filial más antigua del Grupo tras la que creamos en Francia en el año 92.

Haciendo un símil con los hijos: los vemos crecer con orgullo y, en este caso, tenemos a GH México que ha llegado a la mayoría de edad, con la importancia que éste tiene. Nos queda ahora la tarea de consolidar y confirmar a nuestra marca como una referencia en el mercado mexicano.

Pero, siguiendo el símil de los hijos, el llegar a la mayoría de edad no significa que hemos llegado a la meta. Es justo todo

lo contrario, es un nuevo punto de salida para conseguir la consolidación. No es momento de la autocomplacencia, ni de relajar nuestras expectativas y exigencias. Solo manteniendo una actitud de superación constante y de

honestidad con nuestros clientes nos mantendremos fuertes y seremos respetados.

Estamos orgullosos de todo lo que se ha logrado en México hasta el momento y comprometidos para dar todo el apoyo que se necesite para seguir siendo una empresa de referencia como hasta la fecha.

No nos olvidamos de agradecer sinceramente el esfuerzo y dedicación de todas las personas de GH México que han trabajado con tanta ilusión y eficacia desde los orígenes de la empresa en 1.999.

Es una satisfacción comprobar el magnífico grupo de personas que compone el proyecto de GH en México y que comenzó hace, ahora, veinte años.



MÉXICO.

Una travesía de 20 años.



El territorio mexicano tiene una superficie de 1.964.375 km², (España tiene alrededor de 500.000 km²), por lo que es el decimotercer país más extenso del mundo y el tercero más grande de América Latina. Limita al norte con los Estados Unidos de América a lo largo de una frontera de 3.155 km, mientras que al sur tiene una frontera de 958 km con Guatemala y 276 km con Belice. Las costas del país limitan al oeste con el océano Pacífico y al este con el golfo de México y el mar Caribe, sumando 9.330 km de costa.

México es el undécimo país más poblado del mundo, con una población estimada de 125 millones de personas en 2018. La mayoría de ellas tiene como lengua materna el español, lo que le convierte en el país con mayor número de hispanohablantes.

Según la Organización Mundial del Turismo, México es el principal destino turístico de América Latina y el sexto más visitado en el mundo.

En términos macroeconómicos, por producto interno bruto (PIB) es la decimocuarta economía mundial y la undécima por paridad del poder adquisitivo (PPA); en escala regional, es la segunda economía de América Latina y la cuarta del continente.

El PIB per cápita en 2018, fue de 8.312 euros (España 25.900 euros), con el que se sitúa en el puesto 71 del ranking mundial.

La economía de México está basada en el mercado libre orientado a las exportaciones. El producto interior bruto supera el billón de dólares, convirtiendo a la economía mexicana en la 13.^a más grande del mundo (aunque en 2001 había sido la novena).

México mantiene la inflación y las tasas de interés a mínimos históricos y ha logrado que se incremente el ingreso per cápita, a pesar de que existen grandes brechas entre ricos y pobres, entre los estados del norte y los del sur, y entre la población urbana y rural. Algunos de los retos para México siguen siendo mejorar las infraestructuras, modernizar el sistema tributario y las leyes laborales, así como reducir la desigualdad del ingreso.





1998

CARNAVAL.

España y su mercado atravesaban por una prolongada época de crecimiento desconocida hasta entonces en los registros que medían los flujos de los ciclos económicos. El mercado nacional era un dinosaurio hambriento que devoraba todo lo que se producía y que permitía a las empresas crecer y consolidar sus balances con ventas sostenidas y constantes. GH no era una excepción. Pero voces internas cada vez más conscientes, dudaban de aquel carnaval que parecía no tener fin.

La dirección de GH tomó la difícil decisión de mirar hacia los mercados exteriores en el apogeo de aquella ola gigante que cegaba cualquier visión realista del futuro. Decidió sembrar en otros jardines porque el que estaba en el patio de casa rebosaba de exuberancia y colorido. Pocos entendieron esa decisión en aquel momento. Solo el tiempo aclaró las cosas: el carnaval pronto tocaría a su fin.



1999

EQUIPAJE CON UN SOLO TRAJE.

En 1999, se decidió que México era un destino natural que había que explorar. Era un mercado con un gran potencial, con más de cien millones de habitantes, unos lazos culturales que nos unían tanto en lo bueno como en lo malo, y un país con la frontera más larga con el gigante del norte.

Y allí se fue GH. Juan Mari Azcona, una especie de llanero solitario curtido en mil batallas, aceptó el reto y se cogió una simple maleta llena de ilusión como equipaje.

Comenzamos en Puebla por un acuerdo con una empresa española que suministraba sus productos a una importante planta de automoción del Estado de Puebla. La idea era utilizar su red comercial para ir introduciendo nuestros productos en el mercado.

Comenzamos en un "garaje de Puebla" que adecuamos para producir nuestras primeras grúas. Pedro Esnaola fue un apoyo fundamental de Juan Mari en esos primeros, tortuosos, e ilusionantes primeros pasos.

El acuerdo con la empresa española duró lo que duran los matrimonios de conveniencia. Pero GH aprendió varias cosas: había un mercado importante que conquistar, éramos competitivos y que la semilla que entonces plantamos, podría ser una flor prometedora.

Decidimos seguir el camino solos y en eso nos empeñamos durante el siguiente lustro.



2004

NUESTRO "QUERIDO GARAJE".

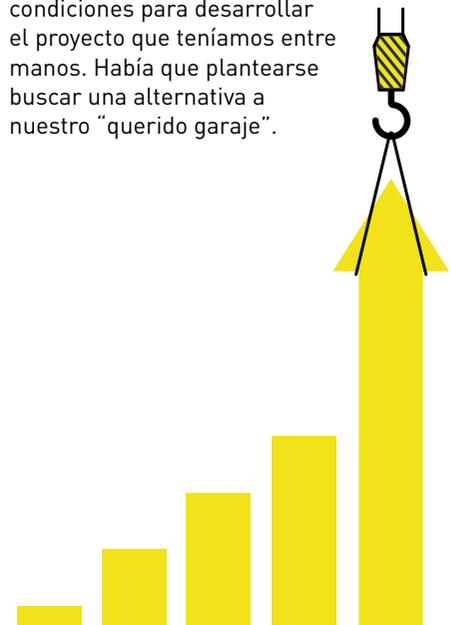
Los cinco años que siguieron fueron de una actividad frenética: montar el equipo de personas para gestionar la empresa, organizar la red de ventas, seleccionar a los fabricantes locales especializados de vigas cajón.

Fue una lucha titánica. España seguía en su carnaval y el proyecto de México comenzaba a pedir recursos, ayuda y, sobre todo, asumir los compromisos con los magníficos clientes que incorporábamos a nuestra cartera.

El apoyo de central fue decisivo, aunque el jardín del patio interior todavía era una locomotora desbocada.

Personas como Marcos Acea también fueron decisivas para que el proyecto fuera consolidándose y tomando forma.

El garaje en el que estábamos instalados ya no tenía las condiciones para desarrollar el proyecto que teníamos entre manos. Había que plantearse buscar una alternativa a nuestro "querido garaje".



2005

BUSCADOR DE TESOROS.



Estaba claro: había que construir una nueva fábrica. Y así aplicamos el protocolo “Vicente Guerra” para buscar la ubicación ideal de la planta en el país.

Vicente bajaba del avión tras doce horas de un cansino viaje, y pedía ir directamente a la librería del aeropuerto para escudriñar y comprar todos los mapas, planos y documentación posible para analizar la distribución geográfica del país, la orografía y hasta la orientación del sol, que estudiaba con detenimiento.

Cuando ya tenía todo procesado en su cabeza, con una síntesis increíble de toda la información, nos proponía salir a batir la zona cual buscador de tesoros perdidos.

Así, se eligió Querétaro como ubicación ideal de la planta futura de GH. En Querétaro, Vicente acotó una zona de 30 km² y allí batíamos el terreno a unos 10 km por hora, sin bajarnos del coche. De repente, pedía parar bruscamente en un lado de la carretera. Nos bajábamos y, bajo un sol de justicia, Vicente desplegaba todos sus mapas en el capó del coche para mirarlos, remirarlos, otear el horizonte y finalmente, tomar una decisión. Todos observábamos la escena con curiosidad y un indisimulado escepticismo.

Pero, al cabo de un tiempo, Vicente entraba en ebullición, comenzaba a moverse nervioso y alzando su mano con el dedo índice desplegado, lo posaba violentamente sobre una parte del plano que se desplegaba en el capó del coche: *“Ya está. Lo tengo. El terreno que necesitamos, tiene que estar aquí”* (su dedo ocupaba un escaso km²).

En ese km² estaba el terreno que queríamos para poner la planta. Parecía el ejercicio de un chamán en busca del tesoro. Pero su tecnología es imbatible.

2006

EN LOS REGISTROS DE LA HISTORIA DE MÉXICO.

“Fraccionamiento Agroindustrial La Cruz, municipio de El Marqués”. La suerte estaba echada. Allí había un terreno de 4 hectáreas. Tan perfecto como abandonado (había una planta procesadora para comida de mascotas) por las sucesivas quiebras de sus dos dueños anteriores, pero con una ubicación inmejorable.

Solo había un problema. No estaba en venta y había que esperar a una futura subasta del gobierno que pudiera adjudicar el terreno cuando la nueva ley de subastas y quiebras de México estuviera disponible y aprobada por el parlamento mexicano. Y en ello estaban.

Esperamos, movimos todos los papeles posibles, y algo desmoralizados porque todos estos temas que dependen del gobierno suelen demorarse mucho tiempo.

Pero un año después, Juan Mari Azcona llamó para anunciaros que la nueva ley se había aprobado y que este terreno sería el primero que se sometería a la mencionada ley. Fuimos a la subasta y allí competimos con inversores nacionales e internacionales. Al final, nos lo adjudicamos y así pasamos a la historia de los registros legislativos de México.



2007

MUDANZA.

Tras casi dos años de construcción y peleas con todos los gremios del estado, finalmente, la planta de GH en México era una realidad. E hicimos la mudanza.

Trescientos kilómetros separaban nuestro “querido garaje” de Puebla de las modernas instalaciones de Querétaro. Casi todo el equipo vino con nosotros y tan solo unas pocas bajas (totalmente comprensibles), no nos acompañaron en el viaje.

Comenzaba la etapa moderna de GH en México.

Pero habíamos descuidado un poco las ventas y tuvimos que apretar los dientes. Juan Mari peleó como un titán y no podemos olvidar en esa época la contribución que Alfonso Roldán y Esther Eizaguirre hicieron en esos difíciles momentos.





• México •

2008

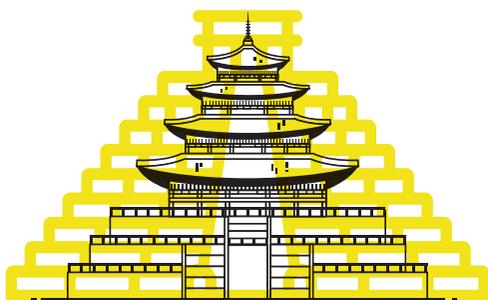
UNA HISTORIA DE COREA.

En 2008 comenzó la historia moderna de GH en México, Juan Mari Azcona dio paso en la Dirección General a Pere García Ventura, que desde entonces la ejerce con eficacia.

En el momento en el que Pere llegó a México tuvo que cerrar un importante pedido que no podíamos centrar en agotadoras negociaciones durante los últimos meses. Se trataba de equipar una importante planta de un cliente coreano que se implantaba en México con un ambicioso plan.

Sacamos adelante el proyecto. Fue el punto de inflexión entre la etapa inicial y la nueva etapa de nuestro proyecto en México. Estas son las cosas que propician un cambio, que encienden la chispa del cambio. Por eso, en esta cronología no podía faltar esta historia de "Corea en México"

Por cierto, el carnaval acabó abruptamente en España en este mismo año. Pero nuestra siembra en México estaba preparada para tomar el relevo.



2009

DÉCIMO ANIVERSARIO.

Celebramos el décimo aniversario. Pere y su equipo pusieron GH a velocidad de crucero: nuevos proyectos, clientes de primera línea, proyectos de éxito...

La empresa se fue saneando en su apartado financiero y se fue consolidando como proyecto autónomo en el conjunto del mercado mexicano. Ya empezábamos a ser alguien en el sector de las grúas viajeras en el conjunto del país.

Al décimo aniversario le siguió el decimo quinto y luego ha venido el vigésimo que este número celebra.

En este hito de la cronología de nuestro proyecto en México no podemos olvidarnos de la iniciativa de sembrar en otro jardín tan cercano y tan lejano como los prejuicios describen. Bien aprendida la lección que nos dio el Carnaval en España, Pere decidió abrir la expansión a Centroamérica. Y ahí estamos, diez años después. Los resultados son el único argumento que podemos esgrimir. El jardín promete.



2019

VEINTE AÑOS EN MÉXICO.

Es precisamente lo que hoy celebramos. Esta es la historia que nos recuerda los "veinte años de travesía" y que hemos titulado también como una "cronología inanimada" porque tan solo hemos recordado las fechas y las historias ligadas a las mismas en una foto fija que han jalonado a la historia de GH en México.

Lo que verdaderamente le ha dado sentido a todo este proyecto es la historia de cada una de las personas que han hecho posible esta cronología inanimada: Toda nuestra plantilla en México y los que desde España han dado lo mejor de sí mismos para que este proyecto sea una realidad.

Esa no es una historia inanimada porque les pertenece a las personas. Y esa historia la contaremos en el próximo número del "GH NEWS" especial, con motivo del trigésimo aniversario.



SEMINARIO AMÉRICA Y 20 ANIVERSARIO DE GH.

Coincidiendo con la celebración del 20 aniversario de GH México, se desarrolló el Seminario AMERICA, en el que participan todos los responsables de nuestras filiales productivas y comerciales en el continente americano (desde Canadá a Argentina), así como los distribuidores que cubren los mercados en los que GH no está presente directamente.

En este Seminario, que se celebra cada dos años en un país diferente, se comparten las nuevas estrategias, las innovaciones tanto en producto como en estrategia, y además se exponen y definen los objetivos para los próximos años.

Para GH, el continente americano en su conjunto es una apuesta estratégica que no admite matices y por eso, más de cuarenta personas se dieron cita en el encuentro.

Tras exponer sus ideas y estrategias las cinco unidades de negocio, los responsables de los mercados también explicaron sus datos, situación actual y perspectivas de futuro.

Finalmente se produjo un debate centrado en cuatro bloques temáticos diferentes de los principales retos que tiene planteado GH, en el que ordenadamente todos expusieron sus ideas y áreas de mejora.

Como colofón a todo este evento de dos días intensos de trabajo conjunto, el grupo de personas que atendieron a este seminario, se incorporaron a las celebraciones que tuvieron lugar el viernes en una cena de celebración del 20 aniversario y otras actividades que se desarrollaron el sábado, en las que participaron todos los trabajadores, colaboradores y personas ligadas a nuestra empresa en México.



LOS PARTICIPANTES DEL SEMINARIO AMÉRICA 2019 PUDIERON VISITAR LAS INSTALACIONES DE GH MÉXICO Y COMPROBAR "IN SITU" LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.



Los actos de celebración del 20 aniversario de GH México incluyeron a toda la plantilla de la empresa y tuvo como acto central una cena que conmemoró la efeméride y que estuvo lleno de sorpresas para todos los asistentes.

Tras estos actos de confraternización y de reafirmación de un colectivo que ha sido capaz de transitar con éxito por la historia de GH en el país azteca, se sucedieron otros actos tradicionales de mezcla de culturas y disputas "amigables", como el partido de fútbol que enfrentaba a GH México & GH RESTO DEL MUNDO, en donde el equipo local dio buena cuenta de la selección de GH. Pero lo importante fue el magnífico ambiente que presidió el encuentro y la positiva atmosfera que rodeó a todos los actos.

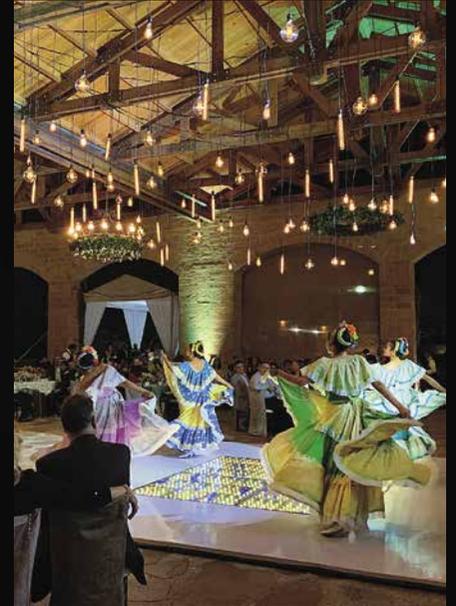
Foto de familia de todos los asistentes en las instalaciones de la fábrica.





Hubo tiempo para la confraternización cuando el seminario América 2019 se fundió con las celebraciones del 20 aniversario de GH MEXICO, que incluyó a todas las personas que componen el equipo de GH en México.





■
**"ACTIVIDADES
DIVERSAS EN
TORNO A UN
SOLO OBJETIVO:
SOMOS EQUIPO".**
■

Pere García Ventura

Director General de GH MÉXICO

Legó en un vuelo desviado que tuvo que hacer una escala técnica en Cancún. La entrada no podía ser más prometedora. Como un auténtico novato que busca su destino, su mochila estaba cargada de sueños e ilusiones: **“imagínate, un vendedor en Barcelona, que asume de la noche a la mañana la Gerencia General de GH México...suponía para mí un reto brutal y un cambio inimaginable”**, nos cuenta pausado, seguro y no sin cierta mirada de melancólica retrospectiva.

Pere García Ventura lleva ya once años al frente del proyecto de GH en México: **“vine para dos años y he tenido que organizar el décimo aniversario, el decimoquinto y ahora el vigésimo. Ya soy parte del paisaje”**.

Pere nunca deja indiferente a nadie. El representa mejor que nadie la esencia de la asunción de retos profesionales mezclados con la justa dosis de los personales que han hecho crecer a GH. Polémico, porque no entiende de las posiciones de lo políticamente correcto y fiel a sus ideas, aunque generen debates; esos debates que enriquecen a las organizaciones.

En el vigésimo aniversario del proyecto que comenzó en un modesto “garaje” de Puebla las impresiones de Pere García Ventura son imprescindibles para entender la posición de GH en el mercado mexicano. Un mercado atrapado por la situación de incertidumbre política, pero **“prometedor. Aquí esta todo por hacer, aunque atravesamos momentos difíciles en la actual coyuntura política”**



HEMOS COLOCADO A GH EN EL MAPA DE LOS FABRICANTES DE GRUAS EN MÉXICO.



■
“ASUMIR LA GERENCIA GENERAL DE GH MÉXICO FUE PARA MI UN RETO BRUTAL Y UN CAMBIO INIMAGINABLE”.
 ■



Llegaste hace 11 años para estar dos. ¿Cómo definirías tu “aventura” mexicana?

Vine para dos años y he tenido que organizar el décimo aniversario, el decimoquinto y ahora el vigésimo. Ya soy parte del paisaje.

Por otro lado, imagínate, un vendedor de Barcelona, que de repente asume la Gerencia General del proyecto de GH en México. Para mí aquello fue un reto brutal, una responsabilidad fabulosa y un mundo desconocido.

MOMENTOS DIFÍCILES EN UN MERCADO DE GRAN POTENCIAL.

¿Cómo ves, desde tu perspectiva, el mercado mexicano actual?

Si me lo preguntas hace 11 años o simplemente hace uno, te diría que el mercado mexicano es un mercado fabuloso, con grandes oportunidades y con casi todo por hacer. Pero, si te tengo que contestar con la situación que atravesamos en este momento, debo decir que estamos en un momento difícil, el más complicado desde que yo estoy aquí, por la incertidumbre política tras las últimas elecciones. Las inversiones están paradas

y todos los sectores están sufriendo el parón de la economía. Grandes empresas de referencia en México están parando la producción por la falta de trabajo.

Yo confío en que esta es una situación transitoria, pero no puedo ocultar la realidad que tenemos. Sin embargo, en el medio y largo plazo sigo siendo optimista por los grandes desafíos que tiene que enfrentar la economía mexicana y que deberán ser resueltos.

Este año cumplís 20 años desde el inicio de las actividades de GH en México; ¿Cuáles consideras que han sido tus retos resueltos y cuáles son los que te quedan pendientes?

Los retos que yo he resuelto se corresponden con la etapa que me ha tocado gestionar. Diría que el principal ha sido dar el impulso que el proyecto requería para consolidar nuestra posición en México.

Pero cuando llegué, la empresa tenía una deuda importante porque se acababa de hacer la fábrica en Querétaro y el proyecto necesitaba financiación.

Para mí, devolver esa deuda a GH y sanear la empresa fue una obsesión. Crear un equipo estable de profesionales en los que descansara el proyecto fue el segundo y

■
“ATRAVESAMOS EL MOMENTO MÁS DIFÍCIL DESDE QUE LLEGUÉ POR LA INCERTIDUMBRE POLÍTICA, A PESAR DEL GRAN POTENCIAL QUE TIENE EL PAÍS”.
 ■

**“EL GRAN RETO
PENDIENTE
ES AUMENTAR
LAS VENTAS Y
CONSOLIDAR
UNA BUENA RED
COMERCIAL”.**

**LOS PROYECTOS MÁS IMPORTANTES
SON LOS QUE HAN CAMBIADO LA
DINÁMICA Y LA ESTRATEGIA EN GH.**



finalmente, aumentar las ventas para poner a GH en el mapa de los fabricantes de grúas en México.

Creo que estos retos están realizados y en los pendientes, debo asumir que me gustaría incrementar las ventas y consolidar una red de ventas estable, fiel y eficaz.

¿Cómo consideras que es la posición de GH en el mercado mexicano?

Ya me he referido a ello. Hoy GH está en el mapa de los fabricantes de Grúas de referencia en México. Estamos entre las dos marcas más importantes de grúas en el mercado mexicano y tenemos, creo, un prestigio bien ganado por la calidad del producto, la atención a los clientes y por la versatilidad en las soluciones que podemos ofrecer a los mismos.

Desde tu posición actual, ¿Cuál el proyecto que más te ha marcado desde que llegaste a México?

Si tengo que elegir algunos proyectos que me han marcado, empezaría diciendo que la primera venta importante tras mi llegada a los coreanos de SPECO fue muy especial porque supuso un punto de inflexión en la dinámica de la empresa.

Otro proyecto del que me siento especialmente orgulloso es la venta de grúas en ACEROS DE GUATEMALA, en donde pude cambiar la opinión del cliente sobre un pedido ya casi consolidado para otro fabricante, logrando inclinarlo finalmente para GH. Este proyecto era la puesta de largo de GH en el mercado de Centroamérica y el Caribe que queríamos desarrollar desde aquí. ACEROS DE GUATEMALA nos aumentó la autoestima.

Otros proyectos como el de ALSTOM en Amarillo (Texas), en donde se tuvo que hacer toda la negociación en Virginia, nos confirmó las posibilidades que GH tenía en el mercado de Estados Unidos.

Todas estas impresiones sobre nuestro potencial en el mercado americano fueron definitivamente confirmadas con un importante pedido de grúas estándar en NATIONAL OIL VARCO (Mexicali). Este también creo que es un proyecto destacable.

Destacaría a venta que se hizo en INCA (hoy GERDAU METALDOM), en República Dominicana fue muy especial porque tuvimos que convencer a este cliente de nuestras capacidades y competitividad, luchando frente a otro potente competidor

que era el ganador, y porque suponía nuestra confirmación en el mercado caribeño. Hoy GERDAU METALDOM es un gran cliente nuestro.

No podría dejar de destacar también nuestra importante penetración en CATERPILLAR, una multinacional americana muy exigente, que es un cliente excepcional con unos estándares de calidad muy elevados.

Tampoco nos podemos olvidar de la inestimable ayuda de un cliente mexicano que fue nuestra punta de lanza en los primeros momentos: Calixto Pérez (de origen leonés), que con su empresa de distribución de hierro, FERREBARNIEDO no solo confió en nuestras grúas, sino en el nuevo concepto que le proponía GH. El fue nuestro mejor anuncio.

Sería injusto no citar a PEÑOLES, una de las mayores empresas mineras de América, que es un cliente de referencia y que nos ha proporcionado el reto de entrar con fuerza en el sector minero.

Como puedes ver, todos estos proyectos están ligados a “momentos e hitos” concretos que han confirmado estrategias de crecimiento y de diversificación.



• México •



¿Nos podrías dar una definición de cómo ves GH desde tu atalaya mexicana?

Hay un cambio en marcha, inevitable y creo que ineludible. La empresa ha hecho una reflexión estratégica y tenemos una nueva organización con la dirección más delegada en cinco Unidades de Negocio. Todos los cambios generan resistencia y necesitan perseverancia.

¿Alguna pregunta que no te hayamos hecho nunca (ni siquiera en esta entrevista), y que te hubiera gustado responder?

Es difícil responder a esta pregunta, pero no puedo dejar de ser sincero porque entonces esta entrevista estaría trufada. A veces, echo en falta renovar ese reto brutal que sentí cuando llegué.

Es bueno para todos, es bueno para GH y quizás la conclusión es que quedan muchas cosas por hacer y alcanzar, pero todos nosotros somos piezas de GH que debemos dar lo mejor de nosotros mismos en todas las circunstancias.

TRABAJO, TRABAJO Y TRABAJO.

**“LOS CAMBIOS
GENERAN
RESISTENCIA
Y NECESITAN
PERSEVERANCIA”.**

Tu historia personal y profesional en GH es una historia peculiar desde tus orígenes en Barcelona como comercial. ¿Algún consejo para las nuevas generaciones que se asoman a un proyecto como el de GH?

Aquí debo ser claro, y parafraseando a Antxon Monzón: Trabajo, trabajo y trabajo. Quizás también, y con la debida modestia, les diría que no dejen de soñar y pensar que el potencial para abordar nuevos desafíos solo depende de uno mismo.

¿Retos personales pendientes?

No puedo distinguir mis retos personales, de los profesionales. Me ratifico: aumentar las ventas.

¿Cómo ha vivido tu equipo la celebración del 20 aniversario de la presencia de GH en México?

Mira, una de las cosas que más me enorgullece es que he logrado hacer un equipo de dirección estable. Casi todos me acompañan desde mis comienzos aquí. Yo me he apoyado en ellos para la gestión de la empresa y lo bueno es que esta empresa puede funcionar perfectamente sin personalismos por el buen trabajo en equipo que hemos construido.

El resto de la gente, de nuestros trabajadores, ven con satisfacción que vamos cumpliendo aniversarios y que el proyecto de GH es una oportunidad laboral y profesional en sus vidas.



NUEVOS HORIZONTES

El Universo
de
**GEORGE
H.B.**



GEORGE, APASIONADO DE LOS VIAJES Y DE LOS GRANDES LÍDERES DE LAS GESTAS HISTÓRICAS, ESTÁ RECREANDO LA TRAVESÍA DEL GRAN MARINO VASCO JUAN SEBASTIÁN ELCANO. NACIDO A POCOS KILÓMETROS DE BEASAIN, CUINA DE GH CRANES, ELCANO FUE EL PRIMER NAVEGANTE QUE COMPLETÓ LA VUELTA AL MUNDO.

ESTE PIONERO REPRESENTA EL CARÁCTER DEL EMPRENDEDOR QUE, SUPERANDO TODOS LOS OBSTÁCULOS, CONSIGUE SUS OBJETIVOS A BASE DE FE Y CORAJE. POR ESO, GEORGE NO PUEDE EVITAR ENCONTRAR UN GRAN PARALELISMO ENTRE SU VIAJE Y LA HISTORIA DE GH.

EL 20 DE SEPTIEMBRE DE 1519 PARTE DE ESPAÑA LA EXPEDICIÓN DE MAGALLANES Y ELCANO.



EN 1958, BUSCANDO UN FUTURO MEJOR, Y LLENOS DE ILUSIÓN PESE A LOS TIEMPOS DIFÍCILES, LA FAMILIA GUERRA COMIENZA UN VIAJE LLAMADO GH CRANES

LA EXPEDICIÓN SE ENFRENTA A UN DURO INVIERNO CRUZANDO EL ATLÁNTICO.



SIN CONOCER MUY BIEN CUÁL SERÍA SU DESTINO, EL EQUIPO DE GH SE DEJÓ LLEVAR POR LOS VIENTOS DE SU ESPÍRITU DE SUPERACIÓN

AL FINAL DEL AÑO, LA FLOTILLA ALCANZA RÍO DE JANEIRO.



PRONTO DESCUBRIMOS QUE, COMO ELCANO, PARA LLEGAR A BUEN PUERTO DEBÍAMOS HACER LAS COSAS BIEN Y CON AUDACIA, PARA NO DEPENDER DE NADIE MÁS QUE DE NOSOTROS MISMOS

ESFORZADAMENTE, CONSIGUEN ENCONTRAR LA SALIDA A UN LABERINTO DE FIORDOS E ISLAS, ATRAVESANDO EL PASO QUE HOY CONOCEMOS COMO ESTRECHO DE MAGALLANES.



A BASE DE TRABAJO, SORTEAMOS LAS TEMPESTADES DE LOS CICLOS Y LAS CRISIS ECONÓMICAS, Y AFRONTAMOS EL DESAFÍO DE LA APERTURA INTERNACIONAL

CRUZANDO POR PRIMERA VEZ UN OCEANO AL QUE BALTIZAN "PACÍFICO", LA EXPEDICIÓN ALCANZA LAS ISLAS FILIPINAS.



CRECIMOS CON HUMILDAD PARA ESTAR ALERTA SOBRE POSIBLES DIFICULTADES Y CON INSTINTO DE PIONEROS, PARA ABRIR HORIZONTES Y PROPONER NOSotros NUEVOS RETOS EMPRESARIALES

CUANDO MAGALLANES CAE ABATIDO POR LOS INDÍGENAS, ELCANO ES NOMBRADO COMANDANTE DE LA EXPEDICIÓN.



PORQUE SABÍAMOS QUE SOLO MEDIANTE EL LIDERAZGO, SÓLO SIENDO LOS PRIMEROS, PODRÍAMOS CUMPLIR NUESTROS SUEÑOS

Carlos Aguirre

Director de la Unidad de Negocio SOLUCIONES ESTÁNDAR del Grupo GH.

Solo la Unidad de Negocio Soluciones Estándar (UNEG ESTÁNDAR) quedaba para completar el recorrido del GH NEWS por la nueva organización que GH ha aprobado para afrontar los retos de futuro.

Al frente de la mencionada unidad se ha nombrado a Carlos Aguirre, Ingeniero preciso y ordenado, que ha recorrido todos los meandros de la empresa antes de asumir esta responsabilidad.

Si primero fue la promoción y expansión geográfica de los productos de GH en el departamento de exportación, luego asumió la responsabilidad de pilotar la filial de GH en Polonia, INTERTECH, en su etapa más incipiente. Posteriormente, y ante la complejidad que comenzaba a tener la actividad de GH, fue nombrado Director de Desarrollo Corporativo para apoyar a las filiales de GH en el mundo y para racionalizar todos los procesos de estos negocios en el exterior.

Finalmente, ha asumido la difícil tarea de estructurar la Unidad de Negocio Soluciones Estándar, en donde descansa la base de buena parte del negocio global de GH. **“Para nosotros es importante actuar allá donde tenemos una implantación estable”**, nos dice con rotundidad.

La visión poliédrica de Carlos nos da las claves de muchos de los retos que tiene planteados GH y de los desafíos a los que deberemos dar respuesta para continuar jugando en el tablero de los grandes del sector.



“

NUESTRO OBJETIVO ES ESTAR ENTRE LAS TRES PRIMERAS MARCAS EN AQUELLOS MERCADOS EN LOS QUE ESTAMOS IMPLANTADOS.



“UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE NUESTRO NEGOCIO ES LA DIVERSIFICACIÓN DE SECTORES DE ACTIVIDAD Y MERCADOS GEOGRÁFICOS”.

TRABAJO DIRECTO CON LOS CLIENTES USUARIOS DE LAS GRÚAS.

¿Podrías explicarnos cuál es el contenido principal que aborda la UNEG ESTÁNDAR?

Impulsamos el desarrollo del negocio de las grúas y otras soluciones estandarizadas (pórticos, carretones, etc). Recogemos la actividad más tradicional de GH, y la transformamos a la nueva realidad del mercado.

Trabajamos directamente con los clientes usuarios de las grúas. Les asesoramos en la definición de la máquina, y les damos una solución llave-en-mano hasta la puesta en marcha y certificación. Contamos para ello con equipos locales muy cualificados en las diferentes implantaciones.

El equipo de gestión global lo componemos 3 personas, y los equipos locales suman 325 personas repartidas en los diferentes países.

¿Qué retos principales enfrentas en esta nueva responsabilidad para la UNEG ESTÁNDAR?

El principal es seguir asegurando la satisfacción de los clientes, esa es nuestra guía.

Para ello, debemos afrontar con éxito retos como:

- Conjugar lo global con lo local: nuestra visión y estándares son globales, pero a la vez debemos adaptar nuestro producto y forma de trabajar a cada mercado y cliente. Podemos hablar de personalización masiva.
- Conjugar lo tradicional con lo innovador: somos pioneros en incorporar nuevos desarrollos a nuestros productos, y a la vez estamos orgullosos de la tradición de 60 años y los valores que siguen caracterizando a esta empresa.

Todo ello manteniendo nuestra competitividad en precios y plazos.

Así avanzaremos en nuestro objetivo de estar en el top3 en todos los mercados en los que estemos implantados.

CONSTRUCCIONES METÁLICAS, FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y COMPONENTES DE AUTOMOCIÓN.

¿Qué mercados y sectores son los que destacarías como más interesantes para GH en tu unidad de negocio?

Una de las características de nuestro negocio es la diversificación de sectores de actividad y mercados geográficos. Ello tiene la ventaja de reducir el impacto de los ciclos económicos, pero a la vez introduce mucha complejidad a la hora de gestionar el negocio.

Los sectores más importantes para nosotros son: construcciones metálicas, fabricación de maquinaria y componentes para automoción.

¿Que áreas geográficas te parecen más estratégicas para la UNEG ESTÁNDAR?

Para nosotros es importante actuar allá donde tenemos una implantación estable. Eso nos permite asegurar la calidad y el nivel de servicio al cliente, manteniendo unos costes competitivos.

Actualmente operamos en 13 países de Europa, América y Asia.

En España y Portugal somos líderes de mercado desde hace años. En Brasil, Francia, México y Polonia ya estamos en posiciones de top3 o muy cerca, aunque todavía tenemos un potencial de crecimiento importante. Y en países como Chequia, China, Colombia, EEUU, India, Perú, Thailandia todavía nuestra presencia es incipiente.

A corto plazo seguiremos enfocados en mejorar nuestra posición en estos mercados, aunque estamos abiertos a estudiar posibilidades de implantación en otros.

“IMPULSAMOS EL DESARROLLO DEL NEGOCIO DE LAS GRÚAS Y OTRAS SOLUCIONES ESTANDARIZADAS”.

“ESTAMOS ABIERTOS A ESTUDIAR POSIBILIDADES DE IMPLANTACIÓN EN OTROS MERCADOS EN LOS QUE NO TENEMOS PRESENCIA”.



LA INDUSTRIA 4.0 Y LA RELACIÓN CON EL CLIENTE.

¿Cómo definirías el futuro al que nos tenemos que enfrentarnos ya en un sector tan maduro como el de fabricación de las grúas?

A corto y medio plazo, no vemos el riesgo de que desaparezcan las grúas estándar de las aplicaciones actuales.

Prevedemos que la cultura del “bajo-coste” siga impregnado nuestro sector. Mientras que la estrategia de GH es la de dar mayor valor al cliente. Por ello es muy importante ajustarnos a las necesidades exactas del cliente, y poner en valor nuestros atributos distintivos.

Esperamos cambios en el modelo de propiedad. Si bien nuestras máquinas son personalizadas y de larga vida útil, se irán popularizando otros modelos como el renting y el pago por uso.

La Industria 4.0 es una realidad ya. Pero no sólo en las tecnologías de producto o de fabricación. También en nuestra relación con el cliente: cada vez más los clientes quieren acceder en cualquier lugar y momento a toda la información de la máquina que van a recibir, o que ya están usando en su planta. Por ello estamos poniendo mucho énfasis en la digitalización de nuestros procesos de negocio. Es un reto costoso y culturalmente incomprensible muchas veces, pero que nos permite ser más competitivos, decidir más ágilmente, y darle al cliente la visibilidad que esté demandando.

¿Qué dos o tres proyectos concretos destacarías de los últimos doce meses?

Resulta difícil elegir entre miles de proyectos ejecutados o en marcha, aunque podemos destacar varios.

Aeris Energy Brasil. Empresa fabricante de palas para aerogeneradores. Desde 2012 les hemos entregado las grúas para las sucesivas ampliaciones. Actualmente estamos finalizando un proyecto con 12 grúas, con la particularidad de que 6 de ellas tienen luces superiores a 45 metros.

Guardian Glass en Polonia. Empresa fabricante de vidrios planos. Allá por 2002 fue nuestro primer cliente en Polonia, y han confiado una vez más en nosotros para la siguiente ampliación con 7 grúas de capacidades entre 3 y 12ton. También se han reformado 4 grúas existentes para mejorar sus prestaciones y alargar su utilización.

Grupo Cosentino. Empresa fabricante de superficies innovadoras, con marcas líderes como Silestone, Dekton y Sensa. Para las instalaciones de España hemos entregado últimamente 9 grúas nuevas entre 5 y 8 ton, y 6 carretones. Asimismo, hemos reformado 18 grúas existentes para adaptarlas a los requerimientos actuales. Para los centros de servicio en EEUU (California, Colorado, Florida y Texas), hemos entregado en los últimos meses un total de 11 grúas nuevas con sus caminos de rodadura.

“LA INDUSTRIA 4.0 ES UNA REALIDAD YA Y POR ELLO ESTAMOS PONIENDO MUCHO ÉNFASIS EN LA DIGITALIZACIÓN DE NUESTROS PROCESOS DE NEGOCIO”.

■
"PREVEEMOS QUE
LA CULTURA DEL
"BAJO-COSTE" SIGA
IMPREGNANDO
NUESTRO SECTOR".
■

CRECIMIENTO EN EL SECTOR DE LA MOVILIDAD ELÉCTRICA.

¿Cuáles crees que van a ser los sectores más dinámicos en los próximos años para tu Unidad de Negocio?

Es difícil hacer predicciones, pero en vista de las tendencias globales de urbanización de la población y descarbonización, esperamos un gran desarrollo en el sector de movilidad eléctrica, tanto de personas como de mercancías.

Lo anterior, sumado a los avances en la conducción autónoma, también afectará a nuestros clientes del sector automoción.

Otros sectores que pueden ganar peso son la producción de edificios prefabricados, y fabricación de equipos relacionados con electrificación de baja y alta tensión.

¿Cómo le convencerías a un cliente que necesita una grúa para que se decante por una de GH y no de la competencia?

Eligiendo GH va a conseguir:

- Asesoramiento para comprar la solución que realmente necesita.
- Un producto de calidad: fiable, seguro y duradero.
- Tecnología que va a impulsar su productividad: variadores estándar, sobrevelocidad en bajas cargas, monitorización de funcionamiento, ...
- Garantía de disponibilidad: mantenimiento y recambios disponibles localmente.
- Empresa sólida de 60 años que estará respaldando el producto durante toda su vida.
- Y todo ello a un precio muy competitivo.



■
"ACTUALMENTE
OPERAMOS EN 13
PAÍSES DE EUROPA,
AMÉRICA Y ASIA".
■

NEWS



GREENALIA

*Planta Biomasa
España*

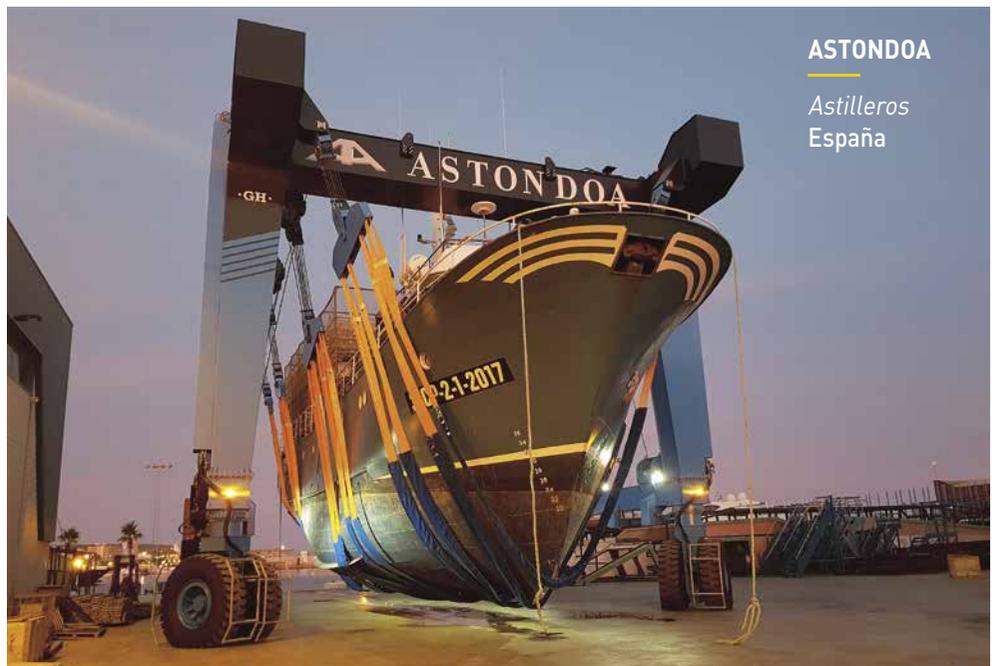
EN LAS SIGIENTES
PÁGINAS INCLUI-
MOS LOS PROYEC-
TOS MÁS DESTAC-
ADOS DE LOS
ÚLTIMOS MESES.



AERIS ENERGY

*Eólico
Brasil*

ULTIMOS PROYECTOS 2019



ASTONDOA

*Astilleros
España*



BOUYGUES

Obra Civil
Francia

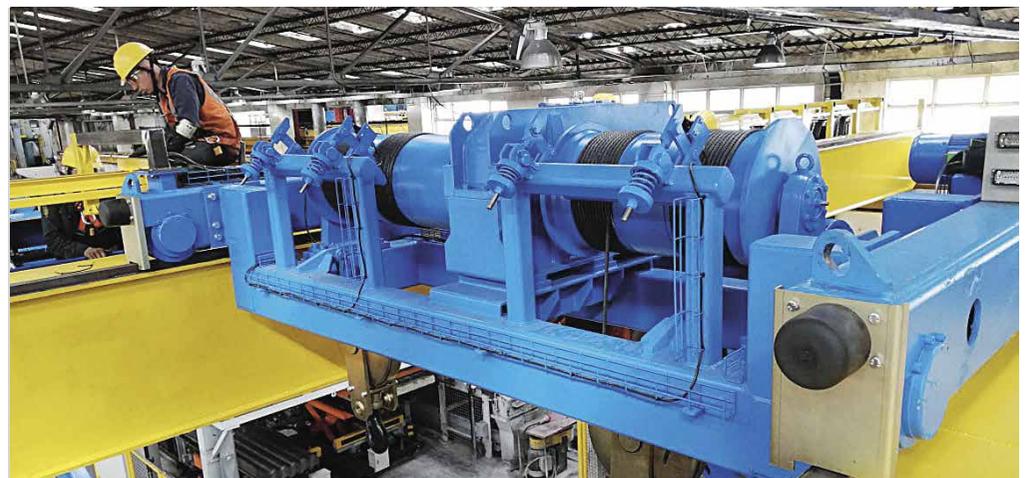
SIDER

Chatarra
Perú



EPM

Hidroeléctrica
Colombia



ETEX

Máquinas de molde
Colombia

NEWS

FILSTONE

*Manipulación piedra
Portugal*



SONELGAZ SPE

*Energía
Argelia*

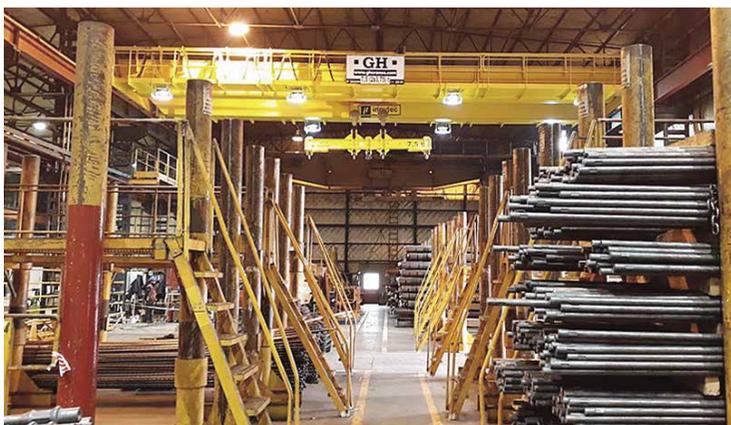


TALGO

*Ferrovioario
España*

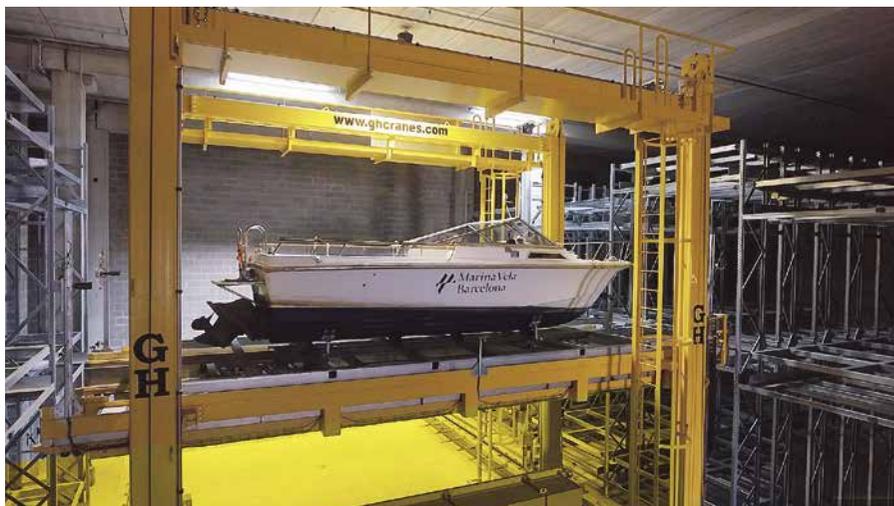
**DRAGADOS
FALTIRON**

Prefabricados
USA



METALMECÁNICA

Siderurgia
Argentina



STORSTROEM

Obra Pública
Dinamarca

MARINA SECA

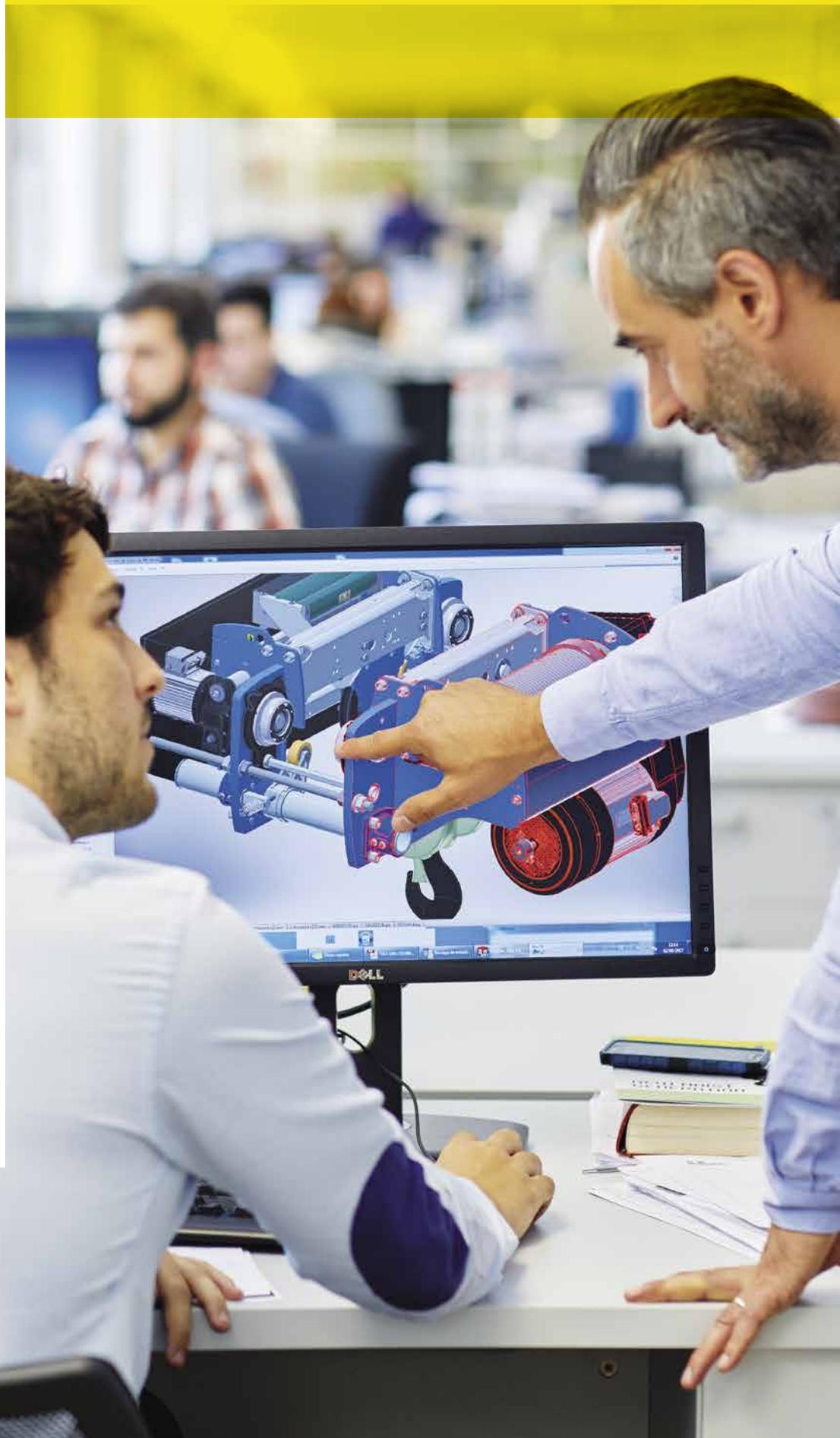
Naútica
Barcelona, Spain

INICIATIVA: PREMIO GH OLEA & STARTUP CONTEST.

LA APUESTA DE GH PARA
LIDERAR EL MERCADO DE
LAS GRÚAS INTELIGENTES.

El reciente lanzamiento de la iniciativa **“PREMIO GH OLEA Y STARTUP CONTEST”** en internet, con el desarrollo del contenido de todo el proyecto en una página web independiente, se ha visto completada con varios reportajes en medios de comunicación locales e internacionales, donde se recogen las ideas básicas que han impulsado GH a acometer este proyecto.

La idea de **“Atracción de Talentos”** que GH ha puesto en marcha, ha contado con el apoyo tanto de instituciones locales como de varias universidades, y ha tenido una amplia difusión en varios medios de comunicación.



Esta idea de GH ha sido gestada durante mucho tiempo por el equipo directivo, conscientes de que el reto de futuro de empresas con producto propio y con un grado importante de internacionalización, está en la captación de jóvenes talentos inquietos y con ideas de desarrollo que no encuentran el cauce adecuado en el actual sistema económico de acceso al tejido productivo real.

El premio cuenta con una aportación de 6.000 Euros para la idea ganadora y de 4.000 € para el segundo premio, así como un viaje de los ganadores a una de las filiales que GH tiene en el mundo para conocer la realidad con la que tendrán que enfrentarse en el acceso a la vida real tras su periplo por la Universidad.

La iniciativa de GH tiene además otra vertiente más pegada al terreno con el programa "Startup contest", por el que GH analizará iniciativas que se están gestando en el campo del emprendimiento con líderes que quieren desarrollar una idea en torno a una empresa ya establecida o en proceso de creación para acceder al mercado.

Las áreas que GH ha establecido como prioritarias en ambos campos son: Sistemas de seguridad, automatización y digitalización y análisis de datos, que serán revisadas anualmente en función de las necesidades o de la estrategia de las Unidades de Negocio y de ingeniería e I+D.

En este programa de "Startup contest", los proyectos seleccionados serán evaluados por la empresa y una vez analizados, GH podría adoptar una estrategia diferente: (i) invertir en el proyecto, (ii) buscar un inversor internacional para el desarrollo de la idea y/o (iii), establecer un contrato comercial de relación preferente entre la startup y GH.

La iniciativa cuenta con el apoyo, entre otros, de varias instituciones significativas de prestigio que han sido seleccionadas con una clara estrategia para que todos los ámbitos geográficos y temáticos estén sólidamente representados: Goierri Valley, Diputación Foral de Gipuzkoa, BIC, CMAA (Asociación Americana de Fabricantes de Grúas), TECNUN, UPV/EHU y Universidad de Mondragón.

En este sentido, se ha establecido un plan con las universidades y centros de emprendimiento del País Vasco para la promoción de esta iniciativa con

presentaciones específicas muy dirigidas a la explicación de la idea y la captación de grupos de alumnos con inquietudes para desarrollar sus proyectos fin de carrera.

Se ha visitado también la prestigiosa Universidad de México, famosa por su emprendimiento, del TEC de Monterrey en donde se ha explicado la idea al decano de la Escuela de Ingeniería y Ciencias de la ciudad mexicana.

También se ha visitado en Charlotte, EEUU a la CMAA (Asociación Americana de Fabricantes de Grúas), a los que se les ha explicado el proyecto. La Asociación ha publicado ya en su web la nota de prensa, y va a transmitir la idea a todos sus contactos tanto empresariales, como de medios de comunicación especializados y universidades americanas.

Para ampliar información:

olea.ghcranes.com

**EL RETO DE FUTURO
DE EMPRESAS CON
PRODUCTO PROPIO E
INTERNACIONALIZACIÓN
ESTÁ EN LA CAPTACIÓN
DE JÓVENES TALENTOS
INQUIETOS Y CON IDEAS
DE DESARROLLO.**

¿Cómo calificaría la relación que su empresa ha mantenido durante estos últimos años con GH CRANES & COMPONENTS?

Relación de armonía y confianza, fundamentado principalmente por ser una empresa de fácil acceso, puntualidad en las entregas, calidad y garantía en equipos y servicio, equipos y tecnología de última generación, destacando su ética profesional.

¿Podría decirnos qué consideración le merecen nuestras grúas con respecto a la competencia en cuanto a prestaciones, tecnología, servicio...?

Uno de los principales puntos diferenciadores de la marca GH es el alto nivel de disponibilidad de sus equipos, tomando en cuenta el bajo nivel de fallas, incidiendo en la vida útil que ofrece, por otro lado las prestaciones de carga superiores para grúas del mismo rango y de otras marcas, como tercer diferenciador podemos mencionar el

diseño en función de su geometría y calidad de los componentes, favoreciendo rapidez y seguridad en las maniobras.

Excelente desempeño, prestaciones y tecnología "muy favorables"

También podemos mencionar el soporte técnico y la disponibilidad de repuestos ágil.

¿Cómo ve el desarrollo de la economía dominicana en los próximos meses?

Las perspectivas son favorables, no obstante existen algunos riesgos derivados del contexto internacional, como la guerra comercial de aranceles, tarifas y barreras arancelarias y no arancelarias entre China y Estados Unidos, principal socio comercial del país. Esperamos ambos países puedan alcanzar acuerdos.

Es importante mencionar que para mantener la estabilidad económica en RD deberán de cumplirse los lineamientos presupuestarios y la continuación en la reducción del déficit fiscal.

¿Cuál cree usted que son las principales claves que debe considerar una empresa que fabrica bienes de equipo como la nuestra?

Debe enfocarse en el cliente, no solo brindar productos, también soluciones, cuidar de sus empleados (desarrollo, capacitación, sueldos justos), entregar valor a la cadena de suministro, maximizar la utilización de los recursos, innovación, diversificación e inversión de capital, transformación digital e inteligencia artificial, sistemas flexibles y dinámicos, creando sinergias entre lo tecnológico y lo humano, optimizar el valor tanto económico como social cuidando el Medio Ambiente, llevando a cabo programas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social.

¿Qué consejo nos daría para tener mayor penetración en el mercado dominicano?

Conocer y entender las variables del mercado:

- Detectar las oportunidades de negocio, conocer las peculiaridades del mercado de interés. Empresas potenciales. Perfil de los clientes.
- Conocer el verdadero nivel de influencia de cada área de captación para conseguir la mayor cuota de mercado posible.
- Adaptación a las necesidades del cliente, conocer los procesos. No solo ofrecer equipos, también soluciones, consultorías.
- Posibles Alianzas Estratégicas.
- Competidores y distribuidores principales en el mercado.

UNA DE LAS CLAVES ESTÁ EN ENTREGAR VALOR A LA CADENA DE SUMINISTROS.

JUAN BOYERO

Gerente de Mantenimiento Central, Ingeniería, Energía y Generación de GERDAU METALDOM en República Dominicana



Quando GH MEXICO decidió abordar los mercados exteriores de Centroamérica y el Caribe, GERDAU METALDOM fue el primer cliente. Esta empresa es una de las principales referencias del sector industrial dominicano y desde el primer momento, ha contado con GH para todos sus proyectos. JUAN BOYERO nos describe esta fructífera relación y arroja importantes datos sobre los retos del futuro desde su valiosa perspectiva.