

Begira

 **ULMA**

Junio 2003
Nº3

Políticas y Estrategias Generales:
Una visión de futuro para un Grupo en movimiento



Toti Martínez de Lezea:
best-seller histórico

Balance 2002:
objetivos cumplidos



destacamos en...

sumario

8



14



3 Hablemos de...

Balance Económico y Balance Social.

4 Noticias y Actualidad:

ULMA Handling Systems obtiene el certificado ISO 9001:2000 acreditado por LRQA.

Inaugurada la nueva sede de la filial de ULMA Packaging en EE.UU.

ULMA Agrícola ha realizado una instalación en la selva de Chiapas en México.

Nueva Home de acceso a las páginas Web de los Negocios y nueva dirección Web en Internet para el Grupo ULMA.



16

10 La Charla:

Toti Martínez de Lezea.

12 Hagamos balance:

Bien a pesar de las dificultades.

14 Reportaje:

¡Grupo ULMA; Políticas Generales para todos!.

16 Conozcamos nuestros Negocios:

ULMA Carretillas Elevadoras; sobre ruedas.

18 El Grupo ULMA en el mundo:

Nuestra filial en Venezuela.

19 Noticias Saludables

¡Cuidemos nuestros ojos!

20 La otra mirada:

Eusebi Aldanondo.

22 ¿Qué piensas?

23 40 Años Juntos

24 Agenda y Sugerencias



23

BEGIRA

EQUIPO DE COLABORADORES:
Nora Altube, Roberto Mendi, Paloma del Valle, Nerea Zallo,
Peio Bengoetxea, Edurne Unzueta, J.M. Aguriondo

Junio de 2003
Edición: Grupo ULMA
Diseño: AZK Taldea
Imprenta: ELKAR S. Coop.

Grupo ULMA S. Coop.
Ps. Otadui, 3 - Apdo. 13. 20560 OÑATI
Tel.: 943 034900 Fax: 943 780917
e-mail: begira@ulma.es



Balance Económico y Balance Social

Ha transcurrido un año desde que se presentó esta revista BEGIRA con una importante misión en el Grupo ULMA; la de constituirse en una de las herramientas de comunicación y de cohesión en el Grupo.

En primer lugar, y tras este primer ciclo anual, parece que nuestra revista cumple con parte de los objetivos, pero tenemos que perseguir la mejora de la misma y ésta es la razón por la que junto con este número, lanzamos un cuestionario que nos permita conocer más la opinión de nuestro colectivo – objeto de la revista – y a partir de la misma proceder a su mejora. Por lo tanto, os animamos a que participéis en la misma.

En otro orden de cosas, y tras la ronda de Asambleas Generales ya celebradas, el año 2002 ha pasado a ser historia y el mismo lo hemos superado con satisfacción y con nota en líneas generales, más teniendo en cuenta la incertidumbre que rodeó al ejercicio.

En este número presentamos un pequeño Balance de lo que ha sido el mismo, tanto en lo económico como en lo social. Estamos habituados por nuestro desarrollo histórico al balance económico anual a través de las propias Asambleas o las charlas informativas, en las que se da a conocer su

**José Luis
Madinagoitia**

Presidente del
Grupo ULMA



evolución anual, problemas que van apareciendo, tendencias, etc.

El apartado económico, es un aspecto básico y prioritario en cualquier modelo de empresa, pero no olvidemos el apartado social, en cuyo balance tenemos que ir adentrándonos progresivamente y analizando los logros y nuestra evolución.

Hay muchos aspectos del Balance Social que no podemos olvidarnos, ya que nuestra esencia cooperativa, como sociedad de personas, nos compromete a ello. Aspectos como los de:

- Calidad y continuidad del empleo generado
- Seguridad y Salud en el trabajo
- Formación y Promoción Interna
- Participación de las personas en la toma de decisiones en la gestión
- La integración de la mujer
- Cobertura sanitaria
- Las relaciones salariales
- El cuidado del Medio Ambiente
- El proceder ético de una Organización
- La colaboración con el entorno

y otros muchos, deben servir de profunda reflexión para ver si estamos cumpliendo con lo que decimos en nuestra MISIÓN:

"Perseguimos un proyecto empresarial de Grupo basado en las Personas y su desarrollo integral, que a través de la continua satis-

facción de los clientes, del personal del grupo, de los colaboradores externos y nuestro entorno social, posibilite..."

y en los VALORES del Grupo, entre los que figura el Compromiso Social, por el que nos comprometemos a:

"...contribuir al desarrollo económico, social y cultural de la sociedad, ... propiciando el desarrollo de una sociedad más libre, justa y solidaria."

Todo ello nos debe de mover a analizar nuestra evolución, cuestionarnos permanentemente y a plantear acciones de mejora, que nos lleven en el tiempo al logro del compromiso adquirido.

En este ejercicio 2003, entre otros aspectos, hemos adquirido el compromiso de desarrollar y poner en marcha una Gestión Sistemática de Evaluación de la Satisfacción de las Personas y pronto nos encontraremos con la exposición de las razones que nos mueven a este proyecto y de la metodología que aplicaremos para el mismo, así como con la colaboración individual en la encuesta que se nos va a pedir para el mismo. Os animamos a una participación, que como nos podemos suponer, será la base de la mejora, ya que "lo que no se conoce no se mide y lo que no se mide no se mejora"

ULMA Agrícola ha desarrollado un nuevo automatismo para el Control Climático del Cultivo en Invernadero



■ Atendiendo a la demanda del mercado y con el propósito de conseguir la más completa automatización de todos los elementos que interactúan en el control climático de una planta productiva agrícola, ULMA ha diseñado un nuevo automatismo, desarrollando tanto el hardware de la tarjeta electrónica, como los programas para el control climático.

Esta tarjeta electrónica está diseñada para el control de todos los complementos del invernadero (calefacción de aire, pantalla térmica, aerotermos,...) , además de las aireaciones (cenitales y laterales) y una estación meteorológica completa (anemómetro, veleta, pluviómetro, luxómetro y piranómetro) teniendo la posibilidad de establecer un sistema de supervisión mediante PC.



ULMA Construcción y ULMA Hormigón Polímero presentes en la feria de Construmat '03.

A finales del pasado mes de Mayo se celebró en Barcelona una edición más de la feria de referencia para el sector de la construcción en España; Construmat. Como siempre, fieles a su cita, acudieron ULMA Construcción y ULMA Hormigón Polímero con stands de 421 metros y 108 metros respectivamente. ULMA Construcción desplegó una imagen de potencia a través de la exposición de sus Enconfrados y Andamios, mientras que ULMA Hormigón Polímero puso de manifiesto la Calidad de sus Prefabricados para Canalización y Edificación. Construmat reúne bianualmente a todos los agentes y participantes en la construcción y es punto de encuentro de todas las empresas del sector donde presentan sus novedades en cuanto a productos, sistemas y servicios.

ULMA Handling Systems obtiene el certificado ISO 9001:2000 acreditado por LLOYD'S.



ULMA Handling Systems ha obtenido el certificado de Gestión de Calidad ISO 9001:2000, acreditado por la empresa LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE (LRQA). Este reconocimiento garantiza que el sistema de gestión de la calidad implantado en ULMA y sustentado en la mejora continua de sus procesos y productos es acorde a los requisitos exigidos por la ISO.

El certificado concedido en el mes de marzo refuerza la orientación que mantiene ULMA Handling Systems para satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes. De esta forma, ULMA Handling Systems refuerza su reconocimiento internacional y consolida su posición competitiva en un mercado cada vez más exigente.

La orientación de la empresa hacia el cliente, la mejora continua y una organización por procesos, son los tres requisitos fundamentales que deben cumplir las empresas para obtener la norma ISO 9001:2000. Para cumplir con estas exigencias ULMA Handling Systems ha aunado esfuerzos de todas las personas y gracias a ellos se ha conseguido tal reconocimiento.



Inaugurada la nueva sede de la filial de ULMA Packaging en EE.UU.

El pasado mes de Marzo se inauguraron las nuevas oficinas y almacenes que la filial de Packaging tiene actualmente en Atlanta. Al acto acudieron el Gerente del Negocio, Mikel Zabala, varios de sus directivos, así como el Presidente y Director General del Grupo ULMA, José Luis Madinagoitia y Txomin García respectivamente, quienes estuvieron acompañados en todo momento por los Directores de la filial; Bill Chastain y Harvey Fine. En la imagen, vista de la nave y momento protocolario del corte de la cinta.



CIMABOX apuesta por ULMA Carretillas Elevadoras.

La empresa de Barcelona Cimabox especializada en el diseño, fabricación y comercialización de productos de ofimática ha confiado en la asesoría logística de ULMA Carretillas Elevadoras. Cimabox ha adquirido recientemente un equipo totalmente adaptado a sus necesidades de almacenamiento y manipulación de producto tras el estudio personalizado realizado por el departamento comercial y de producto de ULMA Carretillas Elevadoras. La carretilla especial Hi Racker tipo combi de preparación de pedidos con operario montado de la marca alemana Dambach, tiene una capacidad de elevación de unos 5 metros y permite una considerable reducción del espacio al necesitar para su óptimo funcionamiento unas dimensiones de pasillo mínimas, pasando en este caso de un pasillo de 3 m a 1,70m. A la ventaja del ahorro de espacio que ofrece la carretilla especial combi Dambach, se suman la ergonomía, la reducción de los costes de mantenimiento y el mejor aprovechamiento de la energía con el consecuente aumento de la rentabilidad y la eficacia.



Nuevo Centro de Mecanizado para ULMA Forja

ULMA Forja ha puesto en marcha una línea integral para el mecanizado y la manipulación de Bridas hasta un máximo de un diámetro exterior de 482 mm., compuesta de una cinta de entrada, con almacén de bridas para 15-20 min. de autonomía, donde se preposiciona la pieza para el cabezal de carga, una unidad de torneado para el mecanizado de la primera parte de la brida con cabezal invertido (superior) tipo Pick-up con plato de garras de diámetro de 510 mm y

motor de 30 Kw. El nuevo Centro dispone de una unidad de torneado vertical para la segunda operación de torneado, una unidad de taladrado y otra para el avellanado y descarga de la brida. Esta deja la brida en la unidad de sellado, dispositivo de giro y fricción, permite grabar todas las especificaciones a las que obligan las normas de las Bridas. El centro de trabajo cuenta, además, con una instalación automática para el pintado por inversión de la brida.



ULMA Agrícola ha realizado una instalación en la selva de Chiapas en México

■ La instalación realizada por ULMA Agrícola consta de 4 módulos de invernadero Multicapilla de 2.000 metros cuadrados cada uno que se dedicarán a la producción de Anturios. Esta es una planta tropical que precisa de un control de la radiación solar durante la producción, por lo que el invernadero fue equipado con un sistema de pantalla térmica aluminizada.

La primera campaña ha supuesto un notable incremento de la producción del 300% y una mejora en la calidad de la flor en comparación a la producida al aire libre en la zona. Chiapas Flowers es una empresa dedicada a la producción de plantas tropicales, situada en las montañas de la Selva de Chiapas, México, a 2100 mts de altura sobre el nivel del mar.



Mayo; mes de asambleas. A lo largo del pasado mes de Mayo se celebraron, como todos los años por estas épocas, las asambleas de nuestras cooperativas. La primera en celebrarse fue la de ULMA Hormigón Polímero en la Casa de Cultura, después se celebró en el Instituto de ULMA Manutención, seguimos con la de ULMA C y E en el Frontón del Polideportivo de Oñati, y por último se celebró la asamblea de ULMA Forja, también en la casa de Cultura. El día 27 de Junio se celebrará la Asamblea General del Grupo ULMA. En la imagen, momento de la asamblea de ULMA C y E.



ULMA Packaging en Hispack. ULMA Packaging presentó el pasado mes de Marzo en Hispack 2003, Salón Internacional del Embalaje, toda su gama de soluciones de envasado con sorprendentes novedades para el sector del Packaging en todas sus líneas de Negocio. En la imagen, el impresionante aspecto del stand de más 400 metros que ULMA Packaging presentó en dicha feria en Barcelona.

ULMA Hormigón Polímero canaliza las nuevas Pistas del Aeropuerto de Madrid-Barajas

■ ULMA Hormigón Polímero ha conseguido la adjudicación de las obras de canalización para las dos nuevas pistas del Aeropuerto de Barajas y para las Plataformas contiguas dentro del denominado Plan General Barajas.

La actuación de ULMA se centrará en suministrar canal para la recogida de aguas fluviales y Peine y Arquetas para las instalaciones eléctricas de balizamiento de las nuevas pistas. En total serán más de 60.000 metros lineales colocados para drenaje e instalaciones eléctricas.

El suministro será por fases y la ejecución de la obra se realizará en un 80% a lo largo del presente año 2003. El montante de la operación para ULMA Hormigón Polímero alcanzará los 8,5 millones de euros. La calidad del producto ULMA junto a un diseño específico para aeropuertos y un trabajo de prescripción previo en los últimos tiempos ha posibilitado que AENA haya optado por la oferta de ULMA. En la imagen, podemos ver un momento de la colocación de los canales en el Aeropuerto de Madrid-Barajas.



José Antonio Sánchez
Delegado

> "La continuidad de las acciones que hace algunos años comenzamos con las primeras gestiones en el sector aeronáutico -cuyo resultado fue en 1998 la adjudicación de la 3ª Pista del Aeropuerto de Barajas- y las inversiones previstas para años venideros nos hicieron pensar en la conveniencia de potenciar este segmento de mercado. A partir de aquí apostamos por una atención más personalizada, colaboramos en sus proyectos, analizamos sus necesidades e incluso diseñamos nuevos productos que nos diferenciaron de la competencia. Todo esto nos ha llevado a una posición competitiva ventajosa frente a otros fabricantes a la hora de atacar la última y decisiva fase; la adjudicación. Debemos felicitarlos, por tanto, por este importante éxito de ULMA Hormigón Polímero. Un abrazo a todos".



ULMA Construcción participa en la Jornadas de Seguridad en Trabajos de Altura organizadas por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Promovido por el Ministerio de Asuntos Sociales se celebró en San Sebastián el pasado mes de mayo unas jornadas de trabajo bajo el lema "Seguridad en Trabajos de Altura". Los asistentes fueron Inspectores de Trabajo de todas las provincias y comunidades, a los que se impartieron diferentes cursos y charlas en materia de seguridad, normativas, ergonomía, etc.

ULMA Construcción impartió una charla sobre SEGURIDAD EN EL MONTAJE DE ANDAMIO, cuya ponente fue Silvia Staffolani. Los participantes, junto con los organizadores José Subirats de la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social de Las Palmas y Manuel López Carniago de la empresa NECSO, se trasladaron a Oñati para asistir a un montaje in situ y visitar nuestra planta de producción. También se realizó una visita turística en el entorno de nuestra Villa, mostrándoles los monumentos de mayor relevancia.

En el transcurso de la visita se realizaron varios comentarios sobre la organización, no sólo del propio evento, sino también de las medidas preventivas que se toman para la visita de grupos y el registro de los mismos. Todo ello muestra de la concienciación de ULMA en temas de seguridad laboral. En la imagen, un momento de la visita realizada al atrio de la universidad.

ULMA Packaging implanta una herramienta para mejorar las relaciones con el cliente

Desde principios del año pasado ULMA Packaging viene implantando un CRM (Customer Relationship Management) para la gestión de las relaciones con el Cliente. Una estrategia empresarial basada en la aplicación de nuevas tecnologías que tienen como único punto de mira el Cliente.

Esta nueva estrategia de CRM está ayudando a gestionar de forma eficaz todos los aspectos del ciclo de ventas. Estandariza las principales funciones de ventas automatizando actividades tales como la gestión de cuentas y ofertas, la generación automática de presupuestos, la configuración rápida y guiada de productos, la gestión de previsiones de ventas y la elaboración de informes.



La total integración web y una sincronización remota mantienen al equipo de ventas conectado e informado en todo momento bien se encuentren en la oficina o en casa del cliente.

ULMA Packaging comenzó la implantación operativa durante el pasado mes de marzo en dos delegaciones piloto; Norte y Cataluña. Progresivamente, durante el presente año se irá avanzando hasta alcanzar el objetivo de implantación del total de delegaciones y personal de Fábrica para atender tanto al mercado nacional como internacional. Gradualmente, se acometerá el mercado exterior hasta culminar con la implantación en todas las filiales de la empresa.



Nueva Home de acceso a las páginas Web de los Negocios y nueva dirección web en internet para el Grupo ULMA.

El pasado mes de Mayo se presentó una nueva home que facilitará el acceso a todas las páginas web's del los Negocios del Grupo ULMA. Como novedad indicar que la dirección en internet para dicha home es www.ulma.com, dirección que desde el pasado mes de mayo es propiedad del Grupo ULMA y que sustituye, por tanto, a www.ulma.es.



Nuevo catálogo de ULMA Handling Systems enfocado a sectores de actividad

El nuevo catálogo de Instalaciones elaborado por ULMA Handling Systems agrupa las distintas instalaciones implantadas en sus proyectos de FA (Fabrication Automation) y DA (Distribution Automation) en los últimos años. Desde el sector de la Alimentación hasta el de Automoción, el catálogo está dividido en 10 grandes apartados que corresponden a los distintos sectores para los que trabaja ULMA Handling Systems. Cada proyecto expuesto en él, cuenta con una breve descripción de la solución logística que ha aportado ULMA en cada instalación acompañado con datos técnicos de las máquinas que se han utilizado para dicha solución. Compuesto por más de cien páginas, el catálogo pretende ser una guía útil para aquellas empresas que tengan necesidad de encontrar una solución eficaz a sus problemas logísticos a la vez que les permita obtener una visión general de la labor que realiza ULMA en soluciones logísticas.

ULMA Construcción desarrolla una aplicación informática para desarrollar soluciones de obra

El área técnica de ULMA Construcción lleva dos años trabajando en un proyecto en colaboración con IKERLAN, para desarrollar una aplicación informática que permita aplicar soluciones de obra con sus productos. En concreto, se trata de obtener de forma rápida y sencilla unos planos de montaje y un presupuesto del material necesario para dar solución al problema presentado en la obra.

El técnico de aplicación recibe una petición de la realización de un estudio, con los planos aportados desde el cliente. Estos planos son la entrada de datos que necesitamos en el programa para definir la geometría

a resolver, sea una losa, un forjado reticular, un muro, o cualquier elemento que se pueda resolver con nuestros sistemas.

A partir de dicha geometría y de las soluciones técnicas definidas en el programa para cada producto, el usuario calcula una solución automática con el programa. También puede calcular la relación de materiales necesaria para montar dicha solución, así como definir las vistas a colocar en los planos.

El programa dispone de una serie de utilidades que ayudan al usuario a realizar el estudio y a decidir cuál es la mejor solución en cada caso.

El programa está disponible ahora



mismo con los productos ORMA, MEGAFORM, RAPID con PUNTAL, JACENA ONA y BTM con PUNTAL. Durante el período 2003-2004 se van a abordar además de los mencionados productos, el encofrado circular BIRA, el encofrado vertical COMAIN y, en Encofrados horizontales, el producto RECUB (con puntal y cimbra) y el producto RAPID con cimbra. De forma paralela, se está realizando un análisis de la metodología de trabajo en los estudios de pasos superiores de puentes, con el producto Riostra Articulada. El objetivo del mismo es determinar la posibilidad de introducir en el programa dicho producto con su tipología de soluciones.

ULMA Carretillas Elevadoras presentará en breve las nuevas carretillas elevadoras eléctricas de cuatro ruedas Mitsubishi de Corriente Alterna.

■ Estas nuevas carretillas eléctricas de cuatro ruedas de Mitsubishi con capacidad de carga de 2 a 3,5 toneladas presentan la ventajas que proporciona la tecnología de Corriente Alterna; un funcionamiento suave, eficiente y sobre todo una mayor potencia.

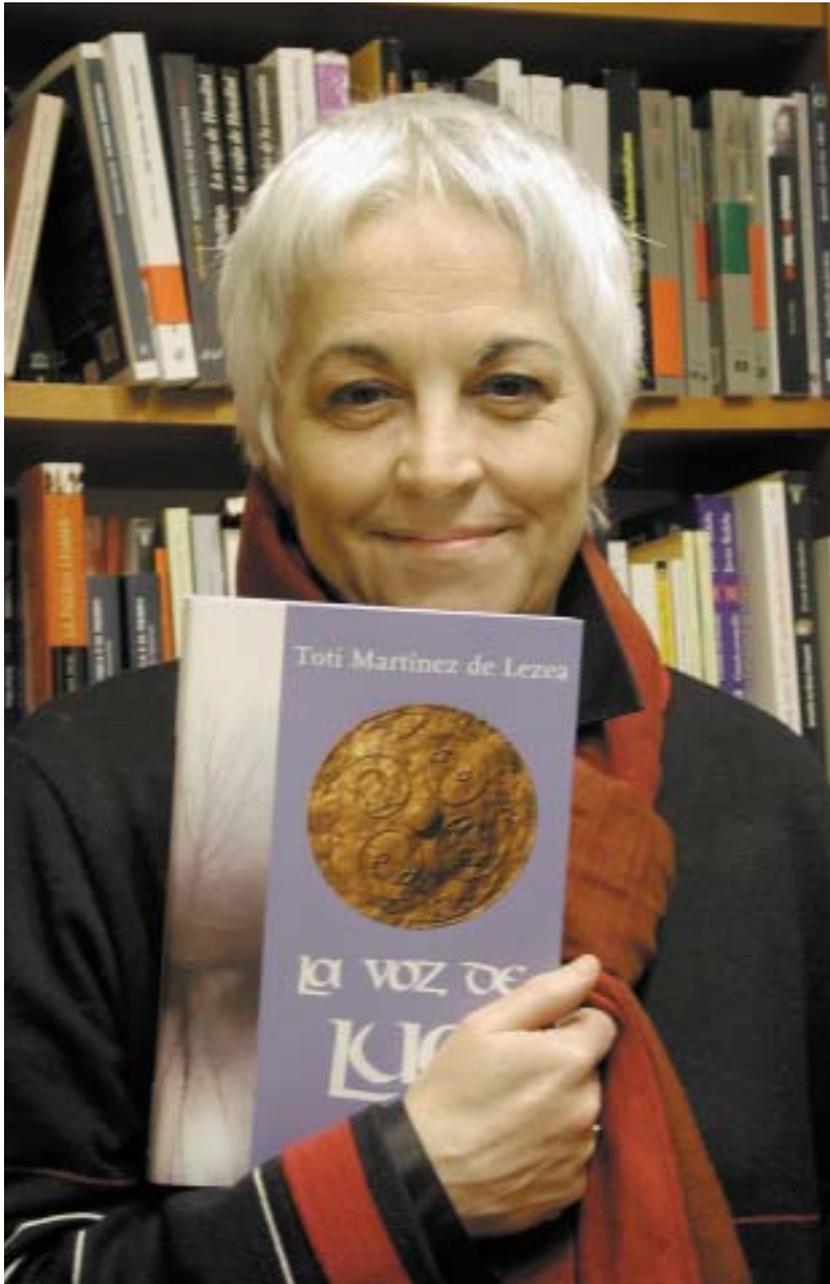
Según las pruebas realizadas por ULMA, la velocidad de elevación y desplazamiento son un 25% más rápidas que las alcanzadas por su antecesora de Corriente Continua. Asimismo, su rendimiento y respuesta en pendientes es considerablemente mejor. El motor accionado por Corriente Alterna agrega a la carretilla un mayor control en su manejo y conducción. El consumo de energía de la batería se ha redu-

cido en un 10%, dependiendo de la configuración y aplicación de la Carretilla.

Por otro lado, dado que el motor cuenta con una cubierta protectora, la carretilla está habilitada para ope-

rar en entornos hostiles, tanto en interior como en exterior. La fiabilidad de los componentes es mayor, permitiendo ampliar los intervalos de servicio a 500 horas, reduciendo además los costos de mantenimiento.





Toti Martínez de Lezea

Toti Martínez de Lezea nació en Vitoria y actualmente reside en el pueblo vizcaino de Larrabetxu. Es autora de referencia en el género de la novela histórica vasca desde que a principios de los años 90 comenzó su andadura como escritora.

"La Calle de la Judería", "La Abadesa", "La Herbolera", "El Señor de la Guerra", y más recientemente "La Voz de Lug" son algunos de sus libros más conocidos y reconocidos. Toti Martínez de Lezea nos habla, entre otras cosas, en esta entrevista de Oñati y de nuestro entorno cooperativo.

"En Oñati siempre se puede descubrir algo nuevo"

Recientemente, has estado en Oñati ofreciendo alguna charla y conferencia invitada por diversas asociaciones, supongo que conoces bien esta zona... La conozco desde "siempre", quiero decir que he estado muchas veces en esta zona desde que era pequeña; el entorno es una preciosidad, mi

marido trabaja en Arrasate, tenemos amigos por aquí y, además, ¿cómo no iba a conocer una villa como Oñati, señorial, antigua e histórica?.

Oñati todavía mantiene cierto "regusto medieval"... ¿Cuál sería la mejor foto de Oñati en la Edad Media? Sus calles y casonas, la

Universidad, el monasterio... Se puede ir a Oñati una y otra vez y descubrir siempre algo nuevo, pero para mí la mejor foto de Oñati medieval sería sin duda la torre de los Gebara, el recuerdo vivo de una época en la que los jauntxos hacían y deshacían a su antojo y controlaban nuestra tierra.

Si pudieras elegir entre el papel de las mujeres que reflejas en tus libros de la Edad Media o las actuales, ¿Con cuál se quedaría Toti? Lógicamente me quedaría con las mujeres actuales puesto que yo soy una de ellas, pero es de ley reconocer el papel jugado por nuestras antepasadas. Fueron mujeres esforzadas en un mundo hostil que mantuvieron y transmitieron la memoria, la lengua, las tradiciones y las creencias vascas.

┆

La mejor foto de Oñati medieval sería la torre de los Gebara

┆

Desde que se publicó *Leyendas Vascas* hasta tu última publicación *La Voz de Lug* han pasado más de 10 años. Decirte que nos digas de cuál, y por qué, de todas ellas estás más satisfecha es como decir a una madre a qué hijo quiere más... Exactamente. Cada novela me ha llevado meses de trabajo; he vivido con mis personajes y soy cada uno de ellos, así que no puedo elegir. Cada una de las historias que he escrito ha tenido momentos únicos y todas me han provocado sentimientos muy diferentes.

El paso de los años está convirtiendo a Toti Martínez de Lezea en una escritora conocida y reconocida... ¿Empieza a pesar la fama...? Pesa cuando me dejo halagar y acepto situaciones que no son las mías o voy de "florero" a algunos lugares. También ocurre que ahora

me veo obligada a moverme un poco más que antes y me canso. Pero no pesa cuando observo el cariño de los lectores y comparto con ellos el gusto por la novela histórica, por la literatura y por la historia. Entonces, se convierte en un verdadero placer.

Por diversos motivos conoces bastante bien nuestro entorno cooperativo... ¿Qué te parece esta experiencia? Me parecería la experiencia más perfecta en el mundo laboral si la práctica cooperativista fuera exactamente igual a la teoría, pero me temo que el factor humano, el gusto por la poltrona de mando, no es del todo ajeno al mundo cooperativo. No obstante, sigue pareciéndome la forma más justa de trabajo.

┆

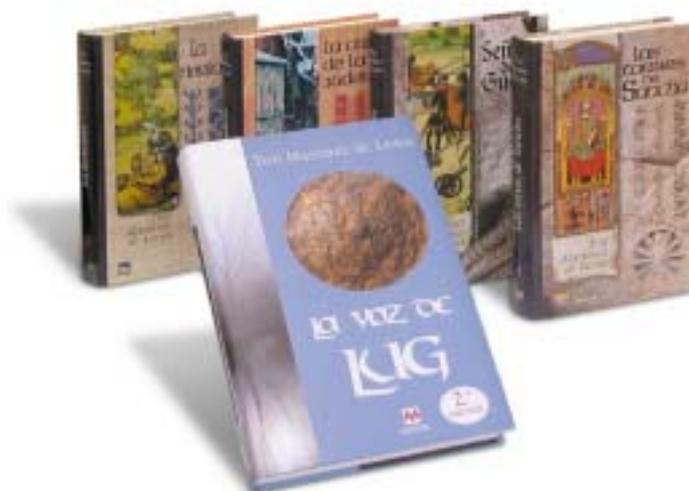
En Otoño saldrá una nueva novela que sorprenderá por su temática

┆

Por cierto, hemos leído algunas aportaciones de Toti en relación al Mobbing Laboral. Supongo que también se dará en las cooperativas... Imagino que sí porque aquí también entra el factor humano. Todos los tipos de opresión son despreciables, pero el acoso laboral, la humillación a la que algunas personas someten a otras bajo su mando, es especialmente deleznable pues se trata del medio de vida de una familia.

Para terminar, ¿cuáles son los proyectos más inmediatos de Toti Martínez de Lezea? En otoño saldrán un par de novelas nuevas. Una corta con el proceso a las brujas de Zugarramurdi como fondo y otra larga que no puedo desvelar por el momento, pero que sorprenderá por su temática a algunos lectores.

Si quieres aprovechar para comentar cualquier cosa... Que fue un gran placer compartir unas horas con los amigos y lectores de Oñati que acudieron a la charla. Me sigue sorprendiendo encontrar tanta gente interesada en lo mismo que yo, y espero repetir.



Buen ejercicio para el Grupo ULMA a pesar de las dificultades

Balance Económico 2002

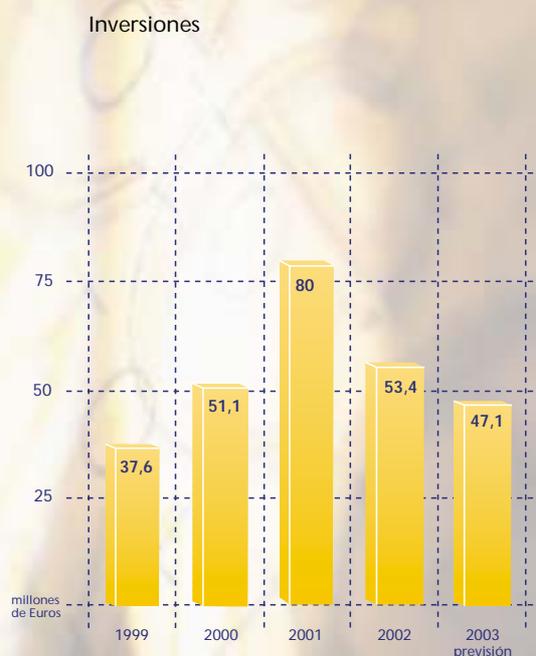
Aunque en parámetros de economía mundial el ejercicio 2002 ha reflejado una desaceleración generalizada, y en el ámbito estatal el incremento del PIB ha pasado del 2,8% del 2001 al 1,9% del 2002, podemos afirmar que, en lo que a nuestro Grupo se refiere, y a pesar de todo ello, hemos logrado alcanzar los objetivos más importantes marcados para el 2002.

La facturación total consolidada ha alcanzado los 344 millones de euros, con un incremento del 10,8% respecto al 2001 y algo superior al previsto en el PG. Por el contrario, las Ventas Internacionales han supuesto 109 millones de euros, repitiendo cifra con respecto al 2001 y, por tanto, no cumpliendo las previsiones de incremento.

Los Resultados Consolidados Brutos (antes de impuestos y de intereses a las aportaciones) han alcanzado los 23 millones de euros, con un incremento en valor absoluto de 2 millones con respecto al 2001 pero manteniendo el % sobre ventas en el 6,7%.

Las inversiones acometidas fueron de casi 56 millones de euros, inferiores a las del año 2001 en 24 millones pero superiores a las previstas en 21 millones. El cash-flow generado ha sido de 57 millones de euros

Las estimaciones para el Grupo en el presente ejercicio 2003 nos hacen ser relativamente optimistas ya que vamos cumpliendo las previsiones iniciales aunque con desigual comportamiento por Negocios.

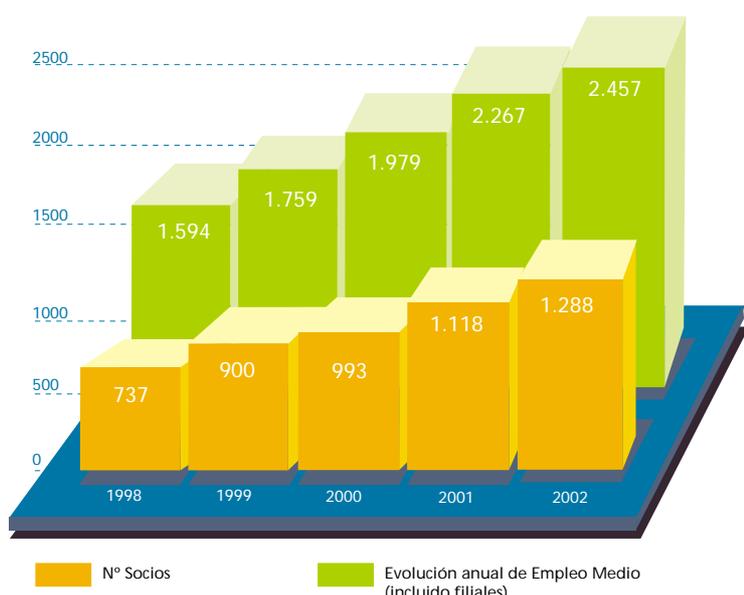


Seguimos avanzando

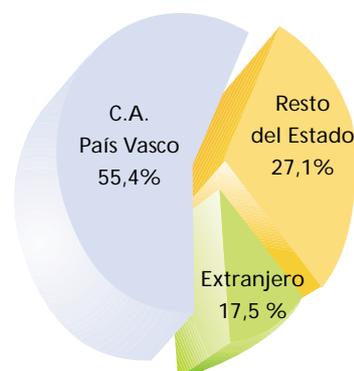
Balance Social 2002 Grupo ULMA

El 2002 fue un ejercicio que, pese a la coyuntura, podemos calificar de bueno, para la creación de empleo en nuestro Grupo. Se registraron crecimientos siguiendo la tónica de los últimos años. El Empleo Medio alcanzado se situó en 2.457 personas. En el gráfico de evolución se expone el crecimiento registrado en el último quinquenio en empleo global (matriz, delegaciones nacionales y filiales).

Evolución del Empleo Medio en el Grupo ULMA.



Distribución Geográfica del Empleo. Año 2002. Grupo ULMA.



Implicación Social en el 2002

El ejercicio 2002, el Grupo ULMA, destinó una cantidad próxima al 1.000.000 euros, al apoyo de diversos proyectos en los campos de Educación e Investigación y Promoción Social, Cultural y Asistencial. Al área de Educación e Investigación: 524.000 euros.

A proyectos de tipo Social, Cultural, Deportivo y Asistencial: 460.000 euros.



Grupo ULMA;

¡Políticas Generales para todos!



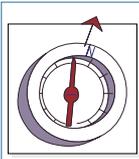
Txomin García. Director General

**Las Políticas Generales
deben orientar
el desarrollo de
nuestro Grupo**

"Las Políticas Generales deben orientar las líneas globales de actuación en aquellos ámbitos considerados de relevancia Estratégica para el desarrollo del Grupo ULMA. Es por ello, que las Políticas Generales en ULMA persiguen dar respuesta a los contenidos formulados en la Misión a través de la aplicación de las directrices estratégicas del Grupo y constituyen, por tanto, nuestra respuesta al reto competitivo del futuro. Sin duda, las Políticas Generales deben ayudar al reforzamiento de nuestra Cultura empresarial, es decir, deben definir la forma de ser y actuar ante los problemas y oportunidades que se nos presenten, facilitando la evolución y adaptación a los cambios del entorno en el que competimos.

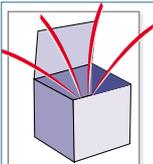
En definitiva, a través de las Políticas Generales se orientará el desarrollo futuro que deseamos para el Grupo. Confiamos, por tanto, en que dichas Políticas no solamente respondan a las necesidades y oportunidades del Grupo sino que se conviertan, también, en el referente empresarial de todos los que formamos el colectivo del Grupo ULMA."

A continuación os exponemos las Políticas y Estrategias Generales del Grupo con algunas de sus principales líneas maestras.



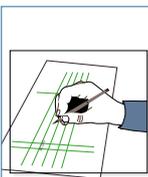
Estrategia de Gestión

Todos los Negocios del Grupo ULMA, desarrollarán una Estrategia de Gestión soportada en los Principios de Calidad Total (Enfoque al Cliente, Mejora Continua y Participación Total), que haga del Grupo una Organización singular y sea referente en Gestión Empresarial por su nivel de "Excelencia". El desarrollo del Sistema de Gestión será evaluado periódicamente a través del Modelo de Excelencia EFQM (European Foundation for Quality Management).



Política de Promoción

El Grupo ULMA impulsará proactivamente el desarrollo de nuevas oportunidades de Negocio susceptibles de convertirse en nuevas cooperativas y/o nuevas actividades en el seno de los Negocios actuales, al objeto de alcanzar un portafolio de Negocios, que garantice a futuro el desarrollo continuado del Grupo. Habilitará para tal fin los recursos e infraestructuras que faciliten la promoción empresarial.



Política de Aprendizaje y Desarrollo Interno

Se gestionarán activamente la creación de contextos donde el conocimiento y el aprendizaje puedan compartirse y recrearse continuamente, como base de su dinámica competitiva, impulsando y sosteniendo redes de colaboración a todos los niveles, tanto en el interior del Grupo como en su entorno empresarial, cultural e institucional.



Política Financiera

La Política Financiera como parte integrante de la Planificación Estratégica incluirá directrices concretas de riesgo, endeudamiento, etc..., estableciendo objetivos y métricas adaptadas a las características de cada Negocio en el Marco de Referencia del Grupo. Se crearán y administrarán los instrumentos financieros precisos para apoyar las necesidades de financiación requeridas para el desarrollo de los negocios, bajo un enfoque de optimización de recursos y la aportación de fondos a los proyectos de promoción y actividades mancomunadas.



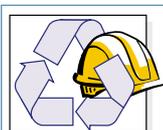
Política de Personal

Se potenciará en el Grupo el desarrollo y la consolidación de una Cultura Empresarial que se caracterice por unas relaciones internas y externas coherentes con los Valores y Guías de Comportamiento deseados para el Grupo. Se favorecerá la participación en las decisiones, y se promoverán acciones formativas y de desarrollo profesional y humano para las personas del grupo. Se establecerá y coordinará la aplicación de un Sistema de Gestión de Personas lo suficientemente amplio, homogéneo y motivador en coherencia con las necesidades y aspectos diferenciales de los Negocios.



Política de Comunicación e Imagen

Potenciar e incrementar la imagen deseada de nuestro Grupo a través de la gestión coordinada de nuestra marca-Logo ULMA y establecer los mecanismos de comunicación, tanto interna como externa, requeridos para cohesionar la unidad de acción y para transmitir y potenciar la imagen deseada respectivamente.



Política de Seguridad, Salud Laboral y Medio Ambiente

Diseño y desarrollo de las estrategias y planes de acción necesarios para el fomento de la seguridad y salud de nuestros trabajadores, y colaboradores mejorando las condiciones de trabajo, e integrando también la Prevención en la Gestión de nuestro Grupo y Negocios. Asimismo, se facilitará el desarrollo de Políticas Medioambientales en todas nuestras cooperativas.



ULMA Carretillas Elevadoras; Sobre ruedas

De Oiñakar a ULMA Carretillas Elevadoras.

Fue allá por 1984 cuando como promoción de la División Empresarial de Caja de Caja Laboral se fundó Oiñakar S. Coop. Fue el primer Gerente y fundador de la Cooperativa, José M^a Loiti, el verdadero impulsor del actual Negocio de Carretillas Elevadoras.

La firma del acuerdo de colaboración con la empresa japonesa MITSUBISHI supuso el inicio de la actividad y la puesta en marcha de la empresa. Se decidió su ubicación en Oñati al objeto de compensar la desaparición de Chocolates Loyola. En 1987 Oiñakar entra a formar parte del por entonces denominado Grupo OÑALAN, posteriormente ULMA, y la cooperativa amplía su Negocio con los acuerdos de colaboración con la firma japonesa Daifuku para la comercialización de Almacenes Automáticos.

Más tarde, y dentro del Proyecto de Identidad Corporativa del Grupo ULMA, la Cooperativa pasa a denominarse ULMA Manutención S. Coop. con dos Negocios de actividad claramente diferenciados; Carretillas Elevadoras y Handling Systems.

Como todos sabéis ULMA Carretillas Elevadoras está ubicada en Oñati y forma junto a ULMA Handling Systems la cooperativa ULMA Manutención. Cuenta con un equipo de profesionales de más de 100 personas cuya Misión se centra en que su cliente logre la máxima eficacia en almacenaje, manipulación y rendimiento total con cualquier tipo de mercancía.

En la actualidad, cuenta con la colaboración y el soporte tecnológico de varias marcas líderes en el sector de la Manutención, como Mitsubishi, Nichiyu, Dambach o Carer, y gracias a la capacidad de producción e innovación de estas marcas dispone de una amplia gama de carretillas elevadoras diseñadas cada una de ellas en función de las necesidades específicas del cliente.

ULMA Carretillas Elevadoras tiene Delegaciones propias en Barcelona, Madrid, Vizcaya y Guipúzcoa, además de una amplia red de Distribuidores extendida por toda España. Mantiene un **Servicio de Atención al Cliente** que es una parte fundamental de la cultura de la empresa. Posee un departamento de Producto-Servicio que responde a las necesidades de los clientes tanto desde las Delegaciones como a través de los Distribuidores y Servicios Oficiales. Cuenta con miles de carretillas elevadoras por toda España a las que ofrece un servicio técnico de gran experiencia y conocimiento con una capacidad técnica y operativa cercana

a los 50 equipos que prestan un servicio de alta calidad a todos clientes.

ULMA destaca en el sector por ofrecer a sus usuarios un servicio ágil y profesional en cualquier punto de España, un amplio catálogo de recambios originales, un servicio de recambios en 24 horas, programas de mantenimiento integral a medida y programas de mantenimiento preventivo.

Por último, indicar que, recientemente, ULMA Carretillas Elevadoras ha lanzado su Negocio de Recambios con el que pretende irrumpir en un mercado que presenta un potencial de 25.000 millones de pesetas y donde los márgenes son mayores que en el convencional de Venta y Alquiler de carretillas. Este mercado presenta una menor oferta y valora aspectos como la disponibilidad y el plazo de entrega. Es un mercado estable no sujeto a ciclos económicos sino al parque instalado de carretillas.

Carretillas Elevadoras comercializadas

- > Contrapesadas térmicas,
- > Eléctricas de interior,
 - Retráctiles,
 - Transpaletas,
 - Apiladores,
 - Recogepedidos,
 - Multidireccionales y
 - Carretillas Torre.

Hobekuntza en ULMA Carretillas Elevadoras; un Modelo a seguir

La Estrategia de Gestión -Hobekuntza- nace en ULMA Carretillas Elevadoras en septiembre de 1999 al amparo de una nueva Estrategia de Negocio y arquitectura organizativa que emana del Proceso Estratégico denominado HELDU.

Como primer objetivo, Hobekuntza se centró en apuntalar la Gestión de Minicompañías surgidas del nuevo diseño organizativo adquiriendo un protagonismo relevante los Comités de Mejora de mC de Apoyo y de Delegaciones (motores básicos de Hobekuntza desde su inicio hasta el presente) y los hobetaldes -equipos multifuncionales creados ad-hoc para solucionar problemas concretos o desarrollar proyectos acotados en el tiempo-.

Bajo el citado marco de actuación donde la comunicación, la participación y el trabajo en equipo son factores claves de éxito, se desarrolló en el 2001 un destacable proyecto de OOL (5S) en el Taller (Nuevas y Reacondicionadas) y el almacén, extendiéndose en la actualidad a las Minicompañías de Usadas (Madrid) y Delegación de Catalunya.

Tras diseñar la Cadena de Valor, se comenzó a experimentar con la metodología de Gestión por Procesos, aplicándola al proceso clave de Cumplimentación de Pedidos. En la actualidad, están en fase de rediseño los procesos de Servicio Post Venta y Alquileres. Por último, las más recientes actuaciones en el marco de la Estrategia de Gestión han sido la 1ª autoevaluación EFQM (febrero 2003), Selección de un nuevo ERP sustituto de Geminix (mayo 2003). El diseño de un Sistema de Gestión de Calidad según Norma ISO 9001:2000 con la auditoría previa de AENOR que se producirá este mes de Junio.



Luis Ugarte - Presidente

"El activo más importante son las Personas"



"Me gustaría que el Negocio fuera percibido como un Proyecto atractivo e ilusionante, con el que el personal se sienta identificado, comprometido y motivado. Estamos convencidos de que el activo más importante de la Organización son las Personas que lo componen, por lo que trabajamos en la línea de fomentar sistemas organizativos que favorezcan la participación y procuramos lograr un ambiente propicio, para que éstas puedan desarrollar sus capacidades individuales en beneficio propio y del colectivo. Posiblemente sea debido a la juventud de la plantilla -no hay que olvidar que en los 4 últimos años se ha producido un incremento del 60%- pero entiendo que tenemos un déficit de cultura cooperativa que habrá que compensar mediante la intensificación de los planes de acogida y de la formación. En ese mismo sentido, otro reto importante que tenemos, y en que ya estamos trabajando, es del "acercamiento" de las delegaciones a la realidad cooperativa, con todo lo que ello representa: participación en la gestión y en los resultados, identificación, compromiso, etc."

Ángel Sánchez - Gerente

"Queremos ser líderes en el Servicio Postventa"



"En los últimos cuatro años, la evolución del negocio de carretillas elevadoras ha sido la de situarse en el mercado como una oferta competitiva, tanto en frontales como interiores, para el segmento de la mediana-grande empresa, sin olvidarse de nuestra importante presencia en el mundo de la pequeña empresa. Ello ha llevado consigo, la mejora y ampliación de nuestra gama, fundamentalmente en Interiores: transpaletas, apiladores y retráctiles y carretillas eléctricas de 3 y 4 ruedas, así como una mayor contratación y profesionalización de técnicos para el Servicio Postventa.

A medio plazo, pretendemos que el mercado nos diferencie por la calidad de nuestro Servicio Postventa, es decir pretendemos ser líderes del mercado en este campo, ya que sabemos que la fidelización del cliente se obtiene a través de un buen servicio, dado en las mejores condiciones de seguridad e higiene para nuestro personal. También, deseamos ampliar nuestra presencia en grandes parques, tanto industriales como de distribución y logística, como paso obligado a incrementar nuestra cuota de mercado.

Para el horizonte del 2006, debemos hablar del Modelo de Referencia de nuestro negocio, en el que año tras año venimos trabajando, y que de forma resumida representa que las actividades de mayor margen: Recambios, Servicio Postventa y Alquileres, sean el 50 % de nuestra facturación global, frente al otro 50% formado por la venta de máquinas nuevas y usadas; lo cual servirá para obtener la deseada estabilidad patrimonial a nuestro negocio. Por último, me gustaría comentar el importante reto que a nivel de Recambios pretendemos con la creación de SR 2002, en el sentido de consolidar una oferta atractiva en un mercado de tan fuerte potencial como el de recambios multimarca; y el objetivo, que con el soporte del Grupo, nos podamos de profundizar en nuevas actividades del campo de la manutención."

PERFIL ESTRATÉGICO

- > Potenciar el crecimiento del mercado de recambios y servicio.
- > Desarrollar el mercado de interiores.
- > Internacionalizar la actividad de recambios y usadas.
- > Crecimiento de la figura del alquiler y del mercado de contrapesadas eléctricas.
- > Potenciar las capacidades creativas de Las personas de la organización.
- > Consolidar un estilo de gestión y dirección basado en la comunicación y satisfacción del cliente.
- > Desarrollo de la Estrategia de Gestión basada en la Calidad Total y del Modelo organizativo.
- > Complementar la gama actual de producto con el lanzamiento de un nuevo producto dentro del mercado de la manutención.



Nuestra filial en Venezuela

Al igual que comentábamos en el número anterior de Begira cada vez es mayor la importancia que están adquiriendo nuestras filiales. Como también recordábamos entonces son ya más de 425 personas las que trabajan en el extranjero

lo que supone un 17,5% de todo nuestro colectivo. En esta ocasión, y siguiendo con la presentación de filiales del Grupo, os damos a conocer la filial que ULMA Forja tiene en Venezuela.



En julio de 1993 se fundó, en Caracas, la compañía "INDUSTRIAS ULMA VENEZOLANA, C.A" ., con capital mayoritario de ULMA Forja S. Coop., y teniendo como accionista complementario a HIDROCOLOIDES, C.A., empresa familiar venezolana presidida por David Elezgaray, quien pasa a ser el Presidente Ejecutivo de la nueva firma, cuyo Presidente es José Miguel Aguriondo (Director Comercial de ULMA Forja).

El objeto social de esta nueva compañía es el de "ejercer representaciones comerciales, fabricar, comprar, vender, exportar e importar, gravar y comerciar toda clase de bienes y objetos relacionados con la manipulación de fluidos, con el envasado, con los sistemas industriales de construcción y con la manufactura". El capital inicial de la empresa fue de 69.300 \$ USA y su patrimonio, al 31 de diciembre de 2002, ascendía ya a 775.000 \$ USA. En el 2001 "INDUSTRIAS ULMA VENEZOLANA, C.A" construyó su propia sede en Moron, Estado Carabobo, próximo al puerto más importante del país en términos de carga, Puerto Cabello. La sede consta de terrenos propios con una superficie de 7.305,20 m², utilizables para futuras ampliaciones.

Otro de los aspectos en los cuales se basa la filosofía de este proyecto es el respaldo absoluto y decidido que brindamos a nuestros distribuidores, que son más de cien y están repartidos por todo el país.

ULMA es una realidad empresarial en Venezuela, filial de un fabricante especializado en accesorios forjados para tubería, bridas y fitting con destino a la industria petrolera y energía. La calidad, la investigación, la creatividad y el cumplimiento de las características exigidas por las normas ASTM, ASME-ANSI y MSS-SP44 junto con el servicio prestado al usuario y distribuidor, han hecho que en este momento sea la marca más vendida y preferida por los usuarios petroleros venezolanos.

Industrias ULMA Venezolana, C.A.



David Elezgaray
Director de
Industrias ULMA Venezolana

**"A pesar
del desbarajuste político,
Venezuela tiene futuro"**

> "A pesar del desbarajuste político reinante en el país se vislumbra, al normalizarse, un futuro próximo debido a los programas de mejoramiento de los índices de extracción petrolera, pasando de los 2,8 millones de barriles/día a 6,0 millones y también mejorando las características de las refinerías actuales, junto con la ampliación y creación de nuevas tecnologías, ya disponemos de exitosos prototipos, para el mejoramiento de los índices de refinación, especialmente de petróleos pesados y semipesados de la Faja del Orinoco, estimados en 330 mil millones de barriles, nuevo e importante campo de petróleos livianos descubierto en la orilla sur del lago de Maracaibo y el comienzo de la explotación de pozos gasíferos principalmente en el oriente del país, lo que conlleva masivas inversiones en la extracción, transporte y refinación petrolera".

La fatiga visual

¡Cuidemos nuestros ojos!

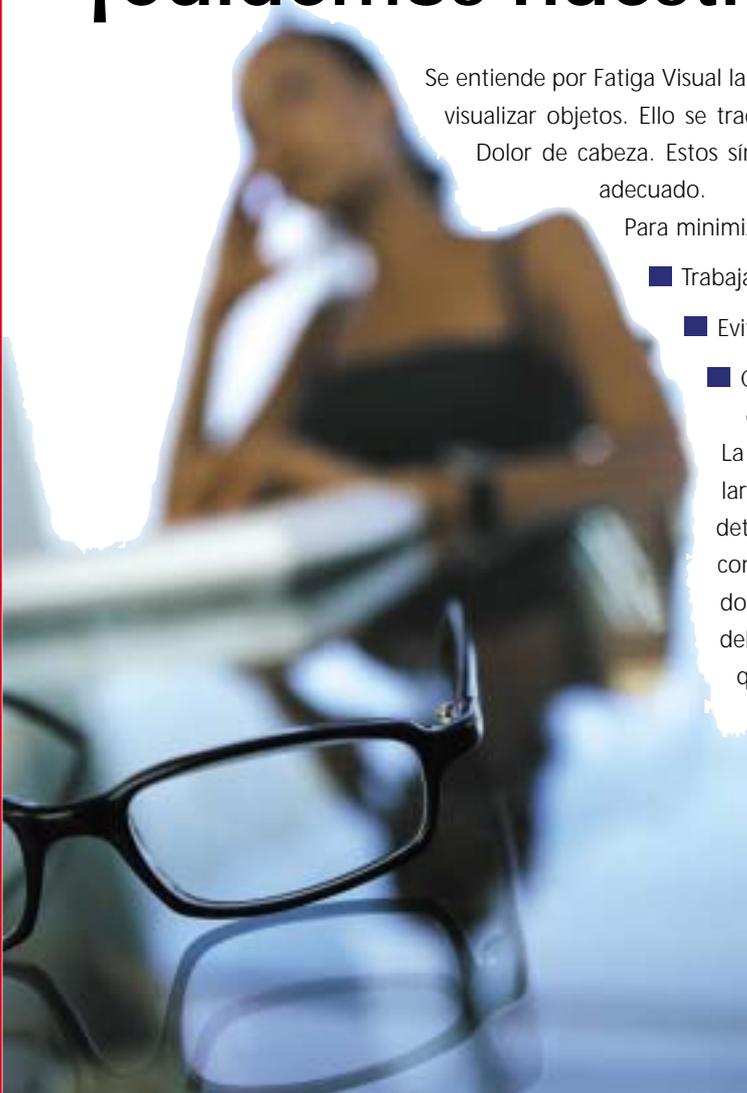
Se entiende por Fatiga Visual la disminución reversible de la capacidad de una persona para visualizar objetos. Ello se traduce en Visión Borrosa, Picores y quemazón en los ojos y Dolor de cabeza. Estos síntomas desaparecen habitualmente después de un reposo adecuado.

Para minimizar o evitar estas molestias, se recomienda,

- Trabajar con buena luz.
- Evitar los reflejos y deslumbramientos.
- Cada dos horas aproximadamente hacer algún cambio en la actividad o realizar ejercicios oculares

La fatiga visual se produce, habitualmente, por fijar la vista largo tiempo en una misma cosa, más todavía si se trata de detalles pequeños y si la luminosidad no es suficiente. Se da con frecuencia en gente que trabaja ante pantallas de ordenador. Por tanto, es importante prestarle atención a la pantalla del ordenador. Una buena pantalla, con tamaño adecuado, que posea un buen contraste y que carezca de parpadeos, es uno de los elementos a los que le debemos de prestar especial atención. El parpadeo de la pantalla, que normalmente no es perceptible, es uno de los elementos que produce mayor fatiga visual, y éste no se nota si el monitor posee el valor de refresco adecuado que para monitores de 14 pulgadas debe ser de 67Hz.

Si los síntomas de Fatiga Visual persisten en el tiempo visitemos al oftalmólogo porque podemos precisar algún tipo de corrección para la vista. Es recomendable, principalmente, a partir de los 40 años, realizar revisiones periódicas con el oftalmólogo.



El Consejo del Médico:

La fatiga visual

Para evitar la fatiga visual se recomienda realizar una serie de ejercicios oculares como apartar la mirada y fijarla con intensidad en un objeto alejado. Sin mover la cabeza, mirar a lo lejos a la derecha y después a la izquierda. Repetir este movimiento 10 veces. Después realizar los mismos movimientos con los ojos mirando primero hacia arriba y luego hacia abajo.



Jon Azpiazu, responsable de Salud Laboral en el Grupo ULMA

Eusebi Aldanondo

"El buen ambiente, afecto y compañerismo son mis mejores recuerdos"

Eusebi Aldanondo fue la primera mujer jubilada en ULMA. En 1966 entró a trabajar en la Cooperativa ENARA (hoy ULMA Forja) y fue en 1989 cuando se jubiló. Con 78 años de edad Eusebi nos cuenta algunos de sus recuerdos de aquella época y nos dice cómo discurre su vida en la actualidad dedicada a su familia.

En primer lugar, y después de algunos años ya jubilada, Eusebi, mejor antes o ahora...

Después de unos años ya jubilada, se puede decir que la vida es más tranquila y relajada que antes, ya que no hay que fichar ni levantarse temprano para cuidar de los hijos y el caserío y llegar a tiempo al trabajo. Sin embargo, la edad no perdona y ahora no se tienen ni las fuerzas ni las ganas que se tenían entonces. No obstante, sigo disfrutando de la vida, de la familia y de las pequeñas cosas que ocurren a mi alrededor.

¿Cómo es la vida de Eusebi hoy en día?

La vida que llevo actualmente es la de toda persona trabajadora, jubilada después de veinticuatro años trabajando dentro y fuera del hogar, dedicada por completo a la familia, especialmente a los nietos e hijos, viendo como crecen y se hacen mayores, y recordando también otros tiempos, algunos buenos y otras esperanzas que no pudieron realizarse porque el destino no lo quiso.

¿Qué tipo de trabajo desempeñabas en ULMA Forja en aquella época?

Durante todos esos años trabajé en el almacén y en el mecanizado. Los trabajos los realizaba en la selladora, el fosfatado y en la pintura, aunque también en cosas puntuales que surgían constantemente.

Supongo que en aquellos años una mujer en un entorno de hombres...

¿Cómo recuerdas aquellos comienzos en ULMA Forja?

Era una situación un poco extraña para la época, no tanto por ser mujer como por ser una mujer viuda que se incorporaba a trabajar en una empresa sobre todo de hombres, algo que no era muy frecuente hace 40 años. Sin embargo, siempre me he sentido aceptada e integrada y sigo manteniendo muy buenas relaciones con todos ellos.

“La necesidad de

sacar una familia adelante

te da coraje para trabajar

en casa y fuera”

Trabajar en la fábrica, llevar la casa, cuidar los hijos, etc., ¿Cuál era la fórmula?

Para una viuda llevar a la vez una familia, trabajar en el caserío y además trabajar en una fábrica, a veces en horarios de relevo no es nada fácil, y tampoco lo ha sido para mí. No sé si hay secretos, pero en mi caso ha sido la necesidad de sacar adelante una familia lo que me ha dado el coraje que hace falta para ello.

¿Cuál es el mejor y el peor recuerdo que tienes de tu paso por ULMA Forja?

El mejor recuerdo es el ambiente de trabajo con toda la gente en general, pero en particular con mis compañeros y amigas del mecanizado y del almacén. Cuando llegué a la empresa me recibieron con mucho afecto y ese compañerismo y amistad se ha mantenido todo este tiempo. Los peores recuerdos, tal vez los años de crisis donde no llegábamos a cobrar todo el salario y también algunas situaciones un poco delicadas que, por otra parte, supongo surgen en todas las empresas.

¿Como ve Eusebi desde la distancia hoy en día a ULMA Forja, y al resto del Grupo ULMA...?

Lo que ahora es ULMA Forja tiene poco que ver con lo que era cuando yo entré a trabajar, tanto por las condiciones de trabajo como por las nuevas tecnolo-

gías que se están aplicando. Además, el hecho de pertenecer a un grupo más grande parece que da más seguridad en situaciones de crisis, algo que no existía cuando éramos una empresa fuera del Grupo.

Como siempre, ¿quieres recordar a alguien en especial de tu paso por la empresa?

Cuando se trabaja tantos años en una empresa siempre se tienen recuerdos especiales. En mi caso, me gustaría recordar especialmente a mis dos amigas, Elena Bengoa y Pakita Osa, con las que he compartido muchas alegrías y también los malos momentos. Así, también un recuerdo para Ángel Bengoa, que fue mi encargado en el almacén, además de un buen amigo.

Para terminar Eusebi algún mensaje en particular para las mujeres trabajadoras del Grupo ULMA ¿?

Las mujeres que trabajan hoy en el Grupo ULMA se encuentran en una situación diferente a la de hace 40 años cuando empezamos a trabajar en las cooperativas, ya que tuvimos que superar muchos recelos y dificultades para incorporarnos al trabajo en las fábricas. Yo les diría que no olviden que gracias a ello, y también a que están mejor formadas, pueden acceder a puestos de responsabilidad en condiciones iguales que los hombres.

¿qué piensas?

¿Cómo crees que es nuestra atención telefónica? ¿En qué aspectos piensas que podríamos mejorar?



Marilo Unzurrunzaga
ULMA Agrícola - Construcción

Creo que son otros los que tienen que opinar sobre cómo es nuestra atención telefónica en general pero respecto a la atención interna sí tengo que decir que hay muchísimas llamadas externas que se quedan sin responder por no saber donde se encuentran las personas por las que preguntan. También tengo que decir que tenemos muchas llamadas preguntando por el resto de los Negocios por desconocimiento de los números de teléfono y por no saber en qué Negocio trabaja la persona con la que se desea comunicar. Sobre todo ocurre con Hormigón Polímero y Packaging. Por este motivo, opino que nuestro servicio deja bastante que desear. Por tanto creo que para que mejore nuestra atención uno de los temas sería solucionar el problema que planteo porque para mí es lo más importante en estos momentos.



Eli Galdos
ULMA Carretillas - Handling Systems

La telefonista es el primer contacto de la empresa. Es la primera imagen que recibe el proveedor o cliente de la empresa. Que esta imagen sea positiva no sólo depende de la telefonista, sino de todos. Depende de factores propios de la telefonista (formación, motivación, integración), pero depende también de los medios técnicos o disponibles para atender las llamadas, así como del destinatario final de la llamada (permitirá una gestión más ágil de la llamada). Desde el punto de vista propio, se intenta realizar una gestión ágil, simpática y efectiva para cada llamada. Es así mismo importante sentirse integrado e identificado con la empresa, que sientas ser parte de un proyecto común ya que en sí es un puesto solitario y a veces difícil.



Jaione Uriarte
ULMA Hormigón Polímero

Sabemos que la atención telefónica es un punto muy importante en cuanto a la imagen que transmite una empresa. Por eso pienso que es un tema que se cuida a nivel de todo el Grupo ULMA y personalmente en lo que se refiere a ULMA Hormigón Polímero puedo decir que se le ha dado la importancia que merece. Se llevó a cabo una recogida de datos anotando incidencias y sugerencias de mejora planteadas a clientes, proveedores y Red Comercial y se han tomado las medidas oportunas para que la atención telefónica sea la mejor posible. Se creó un Hobetalde con el objetivo de que "todas las llamadas fueran correctamente atendidas", en ese hobetalde se estudiaron las incidencias y sugerencias que he mencionado y con esos datos incluso se decidió el cambio de la centralita por una nueva con mejores prestaciones y la posibilidad de ir incorporando un mayor número de líneas. En la centralita hay un número principal y otro que va por extensiones y que es usado sobre todo por la red comercial de forma que contacten directamente con la extensión que quieran. Una vez se ha instalado la nueva centralita estamos prácticamente en la fase final del hobetalde en la que hay que estudiar el procedimiento y analizar cómo optimizar las nuevas prestaciones.



Garbiñe Arregi
ULMA Packaging

En ULMA Packaging la atención telefónica no es del todo mala, pero tampoco todo lo buena que debería ser. Debido al gran volumen de llamadas que entran a través de centralita, es imposible atender todas satisfactoriamente. De hecho se reciben quejas de vez en cuando de personas que han tenido que esperar hasta que se les ha atendido al teléfono. Y esto es lo que tenemos que evitar, entre otras cosas, si queremos dar un servicio de calidad. En mi opinión deberían utilizarse más los teléfonos directos para no saturar tanto la centralita. A pesar de disponer de algunas líneas directas, no se hace uso de éstas. Es labor de todos informar a nuestros delegados, comerciales, mecánicos, proveedores ... de que existen estas líneas e insistir para que se haga uso de ellas. Otro aspecto a mejorar es la comunicación. Con esto me refiero a que no se informa sobre aquellas personas que no se encuentran en la Empresa, o sobre las que están reunidas, y se pierde mucho tiempo intentando localizarlas en detrimento de la calidad del servicio. Otro punto que considero importante y que pienso ayudaría a mejorar el servicio, o por lo menos evitaría el que la centralita se saturase tan a menudo, es el hecho de que una persona coja el teléfono del compañero que no está en ese momento en su sitio. Actualmente hay pocas personas que lo hacen. La mayoría deja sonar el teléfono hasta que se cansa el que está llamando.



40 años juntos



Otadui 3 hacia mediados de la década de los años 60. En las imágenes podemos observar una panorámica de la zona. También vemos el edificio actual de ULMA en Otadui hace más de 40 años y la curiosa imagen del parking con los modelos de automóviles de la época.

JUBILACIONES:

Jubilados del Grupo ULMA desde el 1/05/2003 hasta el 30/08/2003



JAVIER LARREA



JUANA ALTUBE

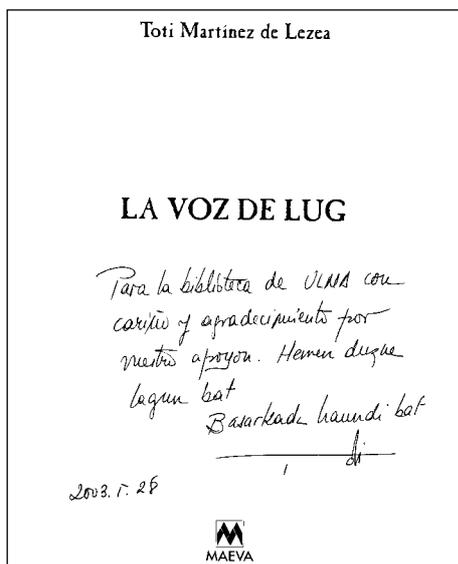


ARTURO MAREQUE

¡Gracias a todos y a disfrutar! Felicidades



*Edurne Pasaban
nos envió
un saludo desde Lhotse*



Dedicatoria firmada por Toti Martínez de Lezea para el Grupo ULMA en el libro "La voz de Lug".



BUZÓN DE SUGERENCIAS

En esta ocasión solamente 4 han sido las sugerencias recibidas. Os seguimos animando a que nos mandéis vuestras opiniones y sugerencias a:

Por correo:

Grupo ULMA
Departamentos Centrales
Ps. Otadui, 3 - Apdo. 13
20560 OÑATI
Ref; BEGIRA

Por e-mail:

begira@ulma.es

Entre todas las sugerencias y encuestas recibidas sortearemos el libro **"LA VOZ DE LUG"** de Toti Martínez de Lezea con una dedicatoria especial para ULMA.

El agraciado con el libro **Hire Himalaya** de los Hermanos Iñurrategi ha sido **Antonio Gomes**, Delegado en Portugal de ULMA Hormigón Polímero.



En la imagen, Arantxa Anduaga le hace entrega del Libro.