

Rocío Monasterio

Gerente de Muniello Electricidad

Muniello Electricidad, empresa familiar que va ya por la tercera generación al frente del negocio, se ha hecho este año con el premio Impulsa del Ayuntamiento de Gijón por su 'Mejor trayectoria empresarial'. El mérito, seguir manteniendo intactos en sus 62 años de trayectoria los valores de profesionalidad y credibilidad, destacando también la buena disposición de la firma para adaptarse a los cambios del mercado.



**“Nuestro reto
pasa por ir aportando servicio
de mayor valor añadido al cliente”**

P. Muniello Electricidad ha recibido recientemente el Premio Impulsa, del Ayuntamiento de Gijón, en la categoría de 'Mejor trayectoria empresarial, ¿qué implica para la empresa obtener este galardón y cómo cree que lo valorará el mercado?

R. Para la empresa supone un honor recibir este premio y que el Ayuntamiento de Gijón reconozca nuestra trayectoria en el mercado. De hecho, son ya 62 años de antigüedad, representando la tercera generación de una familia, y eso es algo que nos llena de gran orgullo.

dado al cliente, que siempre ayudan a mantener esa relación de fidelidad.

A todo ello se suma el interés constante por incorporar nuevos productos, adaptándonos así a los cambios del mercado.

P. Por cierto, ¿con cuántos puntos de venta cuentan en estos momentos? ¿Es Asturias donde mantienen mayor presencia?

R. En estos momentos contamos con dos puntos de venta, el almacén central en Gijón y otro almacén en la ciudad de Lugo.

Efectivamente es en Asturias donde tenemos mayor presencia. Aquí, y en relación a la evolución del mercado, se detecta, cada vez más, una mayor presencia de cadenas nacionales e internacionales -algunas de reciente creación-, lo que implica que se tenga que ser más competitivo en precio, y eso deriva en una mayor complicación a la hora de vender. Considero que todo esto está provocando una "guerra de precios" que nos tendría que hacer reflexionar a todos los agentes del mercado.

La situación actual lo que provoca es una distorsión del mercado y el que cada vez resulte más complicado mantener unas estructuras que, por otra parte, son necesarias para darles un buen servicio al cliente.

P. La adaptación a las nuevas necesidades del mercado y la innovación figuran en el ADN de esta empresa, ¿qué esfuerzo y capacidad de recursos supone?

R. Un esfuerzo similar a cualquier otra empresa que apueste por las nuevas tecnologías. Se trata de un esfuerzo centrado en la inversión y actualización constante de un buen ERP de gestión, que permite, por una parte, imprimir mayor rapidez y eficiencia en el servicio, así como un acceso sencillo a la información, ganando en agilidad y fiabilidad, para poder obtener análisis, ratios, datos de consumo, márgenes etc. Asimismo, esto conlleva a una inversión económica constante en nuevos dispositivos electrónicos.

Nosotros contamos, desde hace más de veinte años, con nuestro ERP de gestión, precisamente el último lo hemos ins-

P. ¿Dónde diría que radican las claves que les han hecho merecedores de un premio como éste?

R. Yo diría que en la constancia y en la tenacidad en el trabajo, sabiendo apoyarnos en nuestro equipo humano y tratar de reconocerlo y motivarlo en el día a día. Con independencia de haber sabido conservar y transmitir determinados valores, como son la ética y la profesionalidad en el servicio





talado esta semana, y nuestras delegaciones llevan ya tiempo conectadas; también el almacén cuenta con códigos de barras y tanto los comerciales como la gente de almacén tienen dispositivos móviles para que mientras unos pueden consultar, -cuando están con un cliente-, la disponibilidad de un producto, su precio o realizar una oferta, a otros les facilita la búsqueda de la ubicación de un material cuando están preparando un pedido o conocer la cantidad de unidades de un artículo en una balda.

P. Ya que hemos mencionado su larga y extensa trayectoria, ¿con qué vivencias o momentos se quedarían de esos años?

R. Como vivencias buenas destacaría muchas de esas anécdotas compartidas con la plantilla de Muniello en cenas o comidas de empresa, también algún que otro inventario especial, además de los tradicionales brindis de Nochevieja. De los momentos malos, que también los ha habido, citaré el triste episodio de cuando, recién incorporada a la empresa en el año 93, explotó una bomba que colocaron en una de nuestras tiendas del centro de Gijón, dejando a uno de nuestros empleados mutilado de ambas piernas y dos heridos de gravedad.

P. Las nuevas tecnologías están marcado un ritmo frenético de adaptación y redefinición del mercado, ¿cómo lo perciben desde esta empresa? ¿Y qué hay de los clientes, se esfuerzan y asumen esos retos como nuevas oportunidades?

R. Percibimos que, en efecto, el mercado se está redefiniendo y eso conduce a una apuesta clara por las nuevas tecnologías, porque o actúas así o desapareces.

En cuanto a la percepción de los clientes de esta nueva situación, he de decirle que hay de todo, aunque, en general, son más los que consideran estos retos como nuevas oportunidades. Influye, además, el que el producto que ponemos en el mercado tiene un valor tecnológico más alto y que el cliente final demanda soluciones inteligentes para sus instalaciones.

Todo ello requiere mayor formación de nuestros clientes y que los almacenes les prestemos también un mayor asesoramiento técnico, bien por gente formada para ello por los propios proveedores o que nosotros mismos tengamos que incorporar técnico o ingenieros en plantilla.

P. ¿Es así como ayudan al instalador a superar, en base a formación e información, esta nueva realidad? ¿Y qué hay de los fabricantes? ¿Cuál es su grado de implicación?

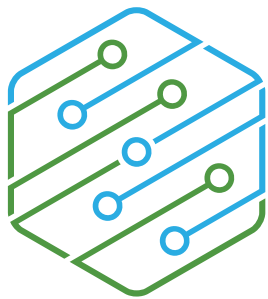
R. Enlazando con la respuesta anterior, la salida pasa por la incorporación de técnicos en plantilla, básicamente ingenieros o bien con la formación técnica del personal comercial, tanto interno como externo. En esto último es donde se tienen que implicar los proveedores, ya que su reacción ante esa implicación varía mucho de unos casos a otros.

Lo lógico es que cuando incorporen un nuevo producto o gama de productos, el asesoramiento se haga bien en nuestras sedes o en sus instalaciones, pero mientras unos se prestan a ello de forma automática, a otros hay que demandárselo.

P. ¿Qué objetivos se han marcado para el ejercicio actual en el que, según todos los indicadores, se espera seguir creciendo al amparo del buen momento de la construcción y de nuevos campos de actividad relacionados con las renovables y la movilidad eléctrica?

R. Teniendo en cuenta que los indicadores que usted me dice yo los pondría en entrecorillado, dado que si no hay estabilidad política el viento de cola puede parar, nuestro reto pasa por ir aportando servicio de mayor valor añadido al cliente y que éste lo reconozca, ya que en precio cada vez es más difícil competir; pero eso no quiere decir que no intentemos seguir dando un buen precio. Lo haremos, pero siempre sin distorsionar al mercado.

“La situación actual que se vive en Asturias está provocando una ‘guerra de precios’ que tendría que hacernos reflexionar”



EFINTEC

Exposición y Fórum
de las Empresas Instaladoras
y Nuevas Tecnologías



Fira Barcelona

Recinto Montjuïc - Pabellón 2
3 y 4 de Octubre de 2018

www.efintec.es