

PROUČEVANJE PRIMERA

Opisano za projekt: The Hexagonal Leader

Ime organizacije

QUALICA RD

Spletna stran organizacije

<https://www.qualicard.eu>

Logotip organizacije



Vrsta organizacije

- Poslovna organizacija
 Javna uprava
 Nevladna organizacija
 Drugo (Katera?)

Velikost organizacije

- Majhna
 Srednja
 Velika

Gospodarski sektor

Tehnologija

Kratek opis organizacije



Qualica-RD je podjetje, ki se ukvarja z nadzorom identifikacije, časa in dostopa delavcev. Leta 2012 sta ga v Cordobi ustanovila Javier Gómez in Alejandro Gómez, diplomanta prava in kmetijskega inženirstva, ki sta združila njune izkušnje na področju avtomatizirane identifikacije v namen uporabe pri projektu o poklicnih kompetencah. Trenutno se ukvarjata s prodajo avtomatiziranih sistemov identifikacije z uporabo plastičnih kartic, oznak in biometrije, za kar sta uporabila inovativen poslovni model, ki jima omogoča prisotnost v trinajstih državah. Model je osnovan na razvoju po meri izdelane programske in strojne opreme s ciljno usmeritvijo na distributorje. Na takšen način sta uspela zagotoviti tako posel tiskanja plastičnih kartic kot tudi prodajo potrošnega materiala.

Opis proučevanega primera (situacije/problema, s katerim se soočajo) [maksimalno 2000 znakov]

Junija 2012 sta Francisco Javier Gómez in njegov brat Alejandro na mizi našla pismo o odpovedi. Francisco Javier se spominja: »Izkoristili so naju, da sva pridobila ključne stranke, nato so naju odpustili. Včasih se zgodi, da dosežeš dobre rezultate, a si odpuščen. Takrat nama je bilo zelo hudo, saj sva bila odpuščena v najslabšem možnem času.« Dejansko ni bil niti najboljši čas niti način ni bil ravno eleganten, ampak nista preveč premišljevala o tem – odšla sta na zavod za zaposlovanje, kjer sta izvedela, do česa sta upravičena. Oba sta zaprosila za vsak svojih 15000 evrov denarnega nadomestila in odšla domov.

»Ostala sva brez vsega. Dolga leta sva delala na področju tiskanja osebnih izkaznic ter sistema za časovni nadzor, a sva čez noč ostala na cesti. Ta kriza nama je odprla vrata do samostojne karijerne poti. Naredila sva še en korak in postala proizvajalca,« je še dodal Alejandro Gómez.

To se je zgodilo junija 2012, v največji gospodarski krizi. Recesija je posebej prizadela Španijo in je bila pogubna za novo odpiranje podjetij. Julija istega leta je nastalo podjetje Qualica R-D, avtomatiziran sistem identifikacije s tiskanjem plastičnih kartic, katerim smo dodali razvoj biometričnih značilnosti.

Podjetje sta zagnala julija 2012. Že mesec dni kasneje sta pričela z izvozom v Nigerijo, Rusijo, na Švedsko in Portugalsko. S pridobitvijo pogodb jima je bila zaupana izdelava osebnih izkaznic za eno od velikih britanskih in ameriško podjetje. Poleg tega so dobili tudi posel za vgraditev visoko varovanega sistema za tiskanje kartic.

Po enem letu delovanja je podjetje imelo prihodek 1,2 milijona evrov s prodajo v 12 državah. Sedaj poslujejo v 43 državah, z kupci v velikosti Ikea.

Predlagane rešitve (dodatki za in proti)

Rešitev je bila vpeljava od začetne spremembe vizije trga, opuščanja začetne rasti na nacionalnem trgu, do osredotočanja na razvoj kakovostnega produkta na mednarodnem trgu. Danes se trend obrača, z večino poslovanja v Španiji, toda ravnotežje se je postopoma premikalo iz začetne točke, ki so jo zaznamovale gospodarske okoliščine.

Druga rešitev, ki je bila potrebna v tako dejavnem sektorju kot je tehnologija, so bile inovacije, ne samo s tržne perspektive, ampak tudi kar zadeva sam produkt. Da so prišli do tega, so raziskali potrebe strank in celo razvili čitalnike na osnovi njihovih želja, z opredelitvijo točno določenega primera do splošne poslovne ideje. Tako je nastala biometrična naprava s čitalnikom prstnega odtisa. Na trgu ni ničesar takšnega, saj naprava vsebuje pomnilnik odčitanih prstnih odtisov, baterijo, ki ji omogoča neodvisno delovanje in USB povezavo.

Osnovni koncept za uspešno delovanje podjetja je: razlikovati se od ostalih. Najmočnejša točka Francisca Javiera Gómeza je njegov poslovni model, ki je osnovan na obsežnih projektih s poznavanjem tiskalnikov, njihovih kartic in programske opreme podjetja. »V tem smo zelo dobri, saj se lahko prilagodimo skoraj vsaki potrebi na trgu.«

Izbrana rešitev

Biti odprt in imeti vpogled v mednarodni trg ter iskati mesta, katera ekonomska kriza ni zelo prizadela, tako kot Španijo. K temu je potrebno dodati še iskanje produkta, ki ima jasno dodano vrednost na mednarodnem trgu in ne samo na najbližjem ali nacionalnem trgu.

Druga rešitev je bila dvig rasti miselnosti in ves čas biti odprt za razvoj novih produktov in poslovnih področij.

Tako je naše podjetje Qualica-RD imelo dve možnosti za uresničitev sanj – ali postati proizvajalec strojne opreme (tiskanje kartic) ali izdelovati naprave za odjemalce. »Odločili smo se za drugo možnost, ki je bila najbolj ekonomična. Poiskali smo prave dobavitelje in izdelali so nam stroj po meri.« je še povedal Francisco Javier.

Podjetje se razlikuje od ostalih zaradi široke palete programov in politike trženja, ki varuje cene in zagotavlja tržni delež ter dobiček. V skladu s to strategijo podjetje Qualica-RD sodeluje na nacionalni ravni z dobavitelji in trgovci, s previdnim izborom cen in varovanjem le-teh pred fluktuacijo na trgu. Na primer odprava popustov pri spletni prodaji. Podobno je podjetje poiskalo le enega distributorja na državo. »Mi se povezujemo s trgovci na debelo in se jih držimo. Tako imamo takrat, kadar se pojavi projekt, samo dve možnosti: izbira običajnega produkta s petimi drugimi podjetji, ki le-tega ponujajo po enako nizki ceni ali delati na našem ekskluzivnem produktu, za katerega imamo na voljo celotno tržišče.« je dodal.

»Predvidevamo, kaj se bo na trgu zgodilo in to nam omogoča, da živimo od svojega dela, brez vložkov tretjih oseb. Prav tako smo se naučili izkoristiti to vizijo in zmožnost ustvariti produkte, ki so smiselni in uporabni.« je še povedal Alejandro.

Utemeljitev sprejete odločitve

»Od prvega trenutka dalje smo vedeli, da smo postavili podjetje v ne najboljšem času ali na ne najboljšem mestu. Ni bil pravi čas in trg je bil v nezavidljivi situaciji.« pravi Francisco Gómez. »Tako smo poiskali druge trge v državah, za katere je naš produkt bil primeren. V tistem času naš produkt ni bil za Španijo, zato smo se odločili, da tukaj ne izgubljammo časa, kljub temu, da je to naša država.« je dodal ustanovitelj podjetja Qualica RD. »Danes je Španija naš glavni kupec, ampak ko se ozremo naokrog, smo hvaležni, da smo prisotni v 43 državah v Evropi, Aziji, Ameriki in Afriki.«

Vpeljava rešitve v prakso

»Največja rešitev, ki smo jo vpeljali v prakso je bila rast, ker kar smo imeli na začetku, ni bilo dovolj. Uvedli smo pomembne spremembe in nove produkte, ki so se navezovali na naše izvirne dele.« je rekel Francisco Gómez, eden od ustanoviteljev podjetja.

Druga rešitev je bila trajna prilagoditev naših produktov glede na potrebe trga in razvoj idej prilagojenih trenutku. Tako smo v zadnjih mesecih razvili COVID termometre za nadzor dostopa, dlančne terminale za merjenje telesne temperature in navsezadnje, odprli smo nove poslovne poti. »Kmalu smo razumeli, da čeprav smo se posvetili proizvodnji in razvoju osebnih izkaznic, nismo smeli ostati le pri tem, ampak popestriti in razširiti posel na proizvodnjo strojev za izdelavo kartic, potrošne dobrine, terminale in še mnogo drugih produktov.« je še povedal Gómez.

Pravzaprav je že poslovni model sam po sebi eden od največjih zaščitnih znakov podjetja Qualica RD in verjetno tudi najboljša odločitev, kar so jih kdaj sprejeli. Pri poglobljeni tržni študiji so ugotovili, da je prav ta rešitev bila eden od dejavnikov, ki so jih izpostavili strokovnjaki s cambriške univerze. »Kot trgovci na debelo smo veliko utrpeli s strani tržne politike proizvajalcev. Marsikateremu distributorju so pustili odprte roke za delo, nato so jih popolnoma uničili z znižanjem cen in zelo nizkimi profitnimi maržami. Naša ideja je bila, da gremo proti toku in imamo lasten produkt – v tem primeru lasten tiskalnik in da smo ustvarili drugačna pravila distribucije, ki so zelo zaščitniška do distribucijskega kanala in samega produkta, tako da nihče v naši povezavi ni pogorel.« razlaga Francisco Javier.

Naučena lekcija

Različna tveganja in jasna poslovna vizija ter način razvoja ideje. Brez tveganja in vizije je namreč nemogoče rasti. »Največja lekcija, ki smo se je naučili, je verjeti v vizijo, čeprav se ideja zdi neumna.« pravi Francisco Gómez, ki je ustanovil podjetje z bratom Alejandrom. »To nima nič opraviti z obsedenostjo z idejo, ki ne bo uspela, kajti če ne deluje, ni vredno vztrajati, ker ne bo delovala. Toda, če je delovala enkrat, bo delovala večkrat. Dobro je vedeti, kako zaznati kaj lahko deluje ali ne, poskusiti, testirati in pridobiti rezultat, ki bo pomagal pri naslednjih korakih.«

Z drugega vidika in glede na zagon posla, je bila pomembna učna lekcija s strani ustanoviteljev pravilno obvladovanje čustev, kadar se soočamo z negativnimi ali neprijetnimi situacijami, v njunem primeru je to bilo takrat, ko sta dobila odpoved v podjetju, pri katerem sta prej delala. »Vedela sva, da sva dobra v tem, kar delava.« pravita danes, ko se spominjata ključnega trenutka v življenju in karieri, ko sta se, namesto da bi odšla potrta domov, še isti dan odločila za zagon in vodenje lastnega podjetja. »Močnejši kot je udarec, močnejši si, ko se pobereš. Vse negativne izkušnje, ki si jih imel, ti pomagajo, da pričneš znova toliko bolj strastno. V teh trenutkih te nič ne more ustaviti.« pravita ustanovitelja podjetja.

Še ena od lekcij ima opraviti z miselnostjo in izvorom iz Cordobe, majhnega mesta, z majhnim številom podjetnikov in s slovesom po konformizmu. »Mentaliteta v Cordobi je zelo nenavadna, saj naj bi veljalo, da kar je narejeno v Cordobi, ni dobro in da bolj zaupamo tistemu, kar je narejeno zunaj.« so poudarili v podjetju, čeprav so jim njihove izkušnje omogočile vstop na mednarodni trg. Na enem od trgov so s tehnološkim podjetjem iz Silicijeve doline pokazali talent in produkte in zaključili, da pri svojih idejah in v podjetništvu ne zaostajajo za njimi, vendar imajo drugi prednost zaradi bolj dinamične družbe.

Kar zadeva človeški faktor, je bila ena od najpomembnejših lekcij investicija v opremo in dati vrednost ljudem. Vse od ustanovitve podjetja in do danes, je Qualica RD posebej ponosna na dejstvo, da nikoli nikogar niso odpustili, saj zaposlene izbirajo zaradi njihovega talenta in samozavesti, kar jim zagotavlja ohranjanje delovne sile in njeno rast s širjenjem podjetja.

Povezava s šestimi veščinami, ki so predstavljene v projektu

Študija primera je povezana z nekaterimi od šestih osnovnih veščin, ki so opisane v projektu The Hexagonal Leader. Tukaj je nekaj bistvenih:

- **Čustvena inteligenca.** Čeprav je videti, da je čustveno obvladovanje daleč od področja tehnologije, je le-to v podjetju prisotno že od samega osnovanja, ko sta brata Gómez srečala s težko osebno in profesionalno situacijo ob odpovedi v prejšnji službi. Po soočenju s tem sta se morala ponovno postaviti na noge in ustvariti lastno podjetje. Obenem sta ustanovitelja te pomembne čustvene izkušnje prenesla v medsebojne odnose v podjetju, tako med osebje kot med stranke in dobavitelje, kar jima je v veliko pomoč pri vzpostavljanju visoke kakovosti in profesionalizma, kakor tudi preprostosti in osebne obravnave.
- **Odločanje.** Strateške odločitve vodstva so vedno povezane z vrednotami, ki prispevajo k stalni družbeni rasti, raznolikosti proizvodnje, iskanju novih trgov v tujini ter sprejemanju izzivov v zvezi z tržnim in kadrovskim razvojem podjetja.
- Qualica RD je zelo dober primer **prožne miselnosti**. Že od samega začetka preizkušajo nove stvari. Poskušajo – naredijo napako, a jo spotoma popravijo. Zavržejo, kar ni delovalo, za tem, ko so stvar poskusili zagnati.