

La fábrica del millón de mascarillas

Líderes en el sector del material escolar y de oficina, Grafoplás pone su grano de arena contra el covid con una línea de máscaras de alta calidad. Su producción supera los 1,5 millones de unidades al mes

Gladys Vázquez

Son los mayores fabricantes de España de productos escolares y de oficina. Grafoplás lleva desde 1964 liderando este sector «desde Galicia y con mucho orgullo». Su reacción ante la pandemia obedece a esa responsabilidad y compromiso que llevan por bandera. En marzo del 2020, arrancaban una nueva línea de negocio. A su catálogo de cuadernos o mochilas se sumaban las mascarillas. «La idea surgió en el arranque de la pandemia. En vista de la situación de los hospitales, con un desabastecimiento tremendo de productos sanitarios básicos, pensamos que podíamos y teníamos la obligación de hacer algo al respecto», explica Rafael Fernández, gerente de Grafoplás.

Para esta compañía, ubicada en Culleredo, el momento llamaba a la acción. A demostrar su músculo. «No bastaba con importar, había que generar un centro productivo cercano y con rapidez de respuesta».

Con las mascarillas, que venden bajo la marca Radex, llegó también un cambio en su estructura. A las cuatro fábricas que ya tenía Grafoplás, se incorporó una quinta instalación. «Está dedicada a la nueva línea de productos y, como tal, se ha integrado totalmente al resto, con el añadido de que las mascarillas tienen sus propios protocolos y obligaciones. Por ello, decidimos crear la



Grafoplás ha construido una quinta fábrica en sus instalaciones exclusivamente para este producto | CESAR QUIJÁN

fábrica partiendo de cero», explica Fernández sobre un recinto diáfano de 3.000 metros cuadrados adaptados a la legislación sanitaria. De este modo, entre mascarillas quirúrgicas y FFP2, esta firma coruñesa supera ya los 1,5 millones de unidades al mes. «Las fabricamos con los mejores materiales, todos ellos biocompatibles, con gomas sin látex y con los mejores niveles de fabricación y respirabilidad y libres de grafeno. Somos responsables y transparentes, y más si cabe en un tema tan delicado como este. En el

mercado vemos de todo, productos y ensayos y certificaciones falsificadas, empresas que venden sin licencia de la Asociación Española de Medicamentos y Productos Sanitarios», comenta el gerente de Grafoplás sobre Radex, que suma también otros productos, como pantallas faciales, mamparas de metacrilato o desinfectantes de la empresa Tesis Galicia, ubicada en Areas, Pontevedra.

«Tenemos varios canales de venta. Por un lado, la red comercial de Grafoplás suministra los productos a nuestros clientes tradiciona-

les, como son papelerías o suministradores de colegios. También tenemos distribuidores que las venden en farmacias, en el entorno sanitario o en el mundo de la empresa». A esto se suma una web específica de venta al cliente final.

LA «SALA BLANCA»

«La fábrica de mascarillas cuenta con sus propios protocolos, exigencias y normativas. Son tremendamente estrictos y diferentes a los de una fábrica convencional». Y es que estos cubrebocas se fabrican en lo que se de-

nomina una «sala blanca»: «Solo se puede acceder con bata, mascarilla, gorro, guantes y previo uso de desinfectantes. Cada vez que se entra y sale, se repite el proceso». Unos requisitos que se aplican también a las materias primas y a la entrada y salida de productos acabados. «Cuando empezamos la fabricación de un lote, tenemos que enviar muestras al laboratorio para que hagan cultivos microbianos y esperar a su autorización para proceder su producción». Un proceso complejo que incluye trabajos previos, como el ensayo de biocompatibilidad. «Se hace para determinar si los materiales en contacto con la piel son citotóxicos o irritativos. No hemos encontrado una sola mascarilla en el mercado que cuente con este ensayo. Lo mismo con el grafeno: es un átomo de carbono que impide el crecimiento de bacterias y hongos lo que, a priori, lo hace parecer un componente idóneo para este producto. El problema es que, al inspirar, esas cantidades ínfimas, pueden generar problemas pulmonares». Lo hacen teniendo en cuenta el tiempo que la mascarilla está en contacto con la piel, para garantizar que no produce alergias o irritaciones, pero también por reforzar la exigencia que se ha marcado la compañía. «Como dato significativo, nuestras mascarillas FFP2 fueron seleccionadas para proteger a los miembros de todas las mesas electorales de la Comunidad de Madrid el pasado 4 de mayo».

SUGERENCIAS Elena Méndez

«El motivo»

Patrick Lencioni

Edita: Empresa Activa

160 páginas; 12 euros

El autor revela en este libro cuál es la principal función de todo líder, explora cuáles son los dos motivos de liderazgo (centrados en la recompensa o centrados en la responsabilidad), y las cinco principales responsabilidades que los líderes omiten realizar (dirigir el equipo, gestionar a los subordinados, tener conversaciones incómodas, dirigir buenas reuniones, y comunicarse constantemente con los empleados). Con este volumen Lencioni completa la trilogía que inició con *Las cinco disfunciones de un ejecutivo* y *Equipos ideales* y que pretende servir de guía para todos las personas que tenga gente a su cargo y ejerzan el liderazgo empresarial.



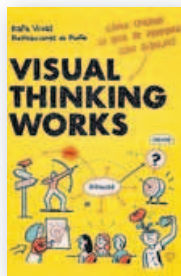
«Visual thinking works»

Rafa Vivas

Edita: LUNWERG

160 páginas; 21,90 (8,54 ebook) euros

Los seres humanos hemos utilizado el dibujo desde tiempos remotos, muchas veces como una forma de expresión artística, pero también como una poderosa herramienta de comunicación. En este libro se plantea qué pasaría si fuéramos capaces no solo de representar el pensamiento con dibujos sino de «pensar con imágenes» y de aplicarlo a la realización de proyectos y a la organización de equipos. Los *visual thinkers* están convencidos del poder de lo visual y saben que si lo aprovechamos veremos una revolución imparable en nuestras organizaciones. El libro nos introduce en el *visual thinking* con ejercicios prácticos.



«De bancos, banqueros y supervisores»

Aristóbulo de Juan Edita: Deusto

240 páginas; 22,95 (10,44 ebook) euros

Estas memorias describen las características del sector bancario desde fines de la dictadura hasta la actualidad y recoge la memoria de Aristóbulo de Juan, que fue clave en este período único, así como la huella que dejó a su paso por el Banco Mundial. En ellas relata situaciones y hechos ocurridos en la banca durante varias décadas y en los que ha sido protagonista o testigo. Asimismo, recoge una expresiva selección de episodios vividos por el autor en sus treinta años como asesor internacional. Una lectura imprescindible para entender el devenir de la banca y de la economía española durante los últimos 50 años.



«Liderar desde el talento»

Roberto Luna

Edita: Alienta

216 páginas; 15,95 (8,54 ebook) euros

En toda empresa debe haber profesionales capaces de reconocer el talento que hay en su organización. Esto es imprescindible: si no se reconoce el valor de las personas, es imposible gestionarlo. Y si no se gestiona, se acaba perdiendo. El autor, Roberto Luna, que ha trabajado en el campo de los recursos humanos y la gestión del talento con más de cien empresas en diferentes sectores, ha ideado seis preguntas clave que todo líder debe hacerse. Contestarlas le ayudará a generar un marco de referencia para conseguir una mejora profesional, tanto a nivel individual como colectivo, y a conseguir un rendimiento óptimo en la empresa.

