

Tres claves para afrontar la transformación digital

● M. B.

La experiencia de consumo de los clientes, el aumento de las expectativas de vida y la acelerada transformación que vive la sociedad son tres de las claves que deben tener en cuenta ya las empresas para hacer frente a la transformación digital. Estas son, en opinión del presidente de Accenture España, Juan Pedro Moreno, variables clave para asumir un proceso que considera irreversible, y cuya penetración dependerá

igualmente del precio de la tecnología, que precisa de un abaratamiento para conectar con el grueso del tejido empresarial.

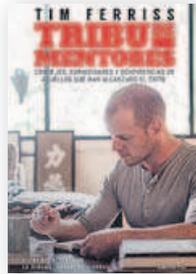
En la misma línea, Moreno sostiene que las compañías y los empleados deben estar preparados para afrontar los cambios de paradigma tecnológicos asociados a la cuarta revolución industrial en el mercado de trabajo, que «impactan» en la oferta y la demanda al poner el foco sobre perfiles de profesionales con nuevas competencias.

SUGERENCIAS

«Tribu de mentores»

Tim Ferriss
 Editorial Deusto
 592 páginas; 21,95 euros

Tim Ferriss se encontró en una situación de incertidumbre y decidió rodearse de una tribu de mentores. Formuló a decenas de emprendedores famosos, deportistas de élite, inversores millonarios y escritores de éxito algunas preguntas clave para mejorar su vida: ¿qué libros les habían inspirado? ¿Qué hábitos les hacían mejores? ¿Qué fracasos les enseñaron? ¿A qué rarezas no estaban dispuestos a renunciar? ¿Qué pequeña inversión les había hecho más felices? Las respuestas constituyen pequeñas lecciones que encapsulan la sabiduría cotidiana y que abren caminos para lograr resultados extraordinarios y sacar partido a nuestro recurso más escaso: el tiempo.



● Elena Méndez

«Historia económica de la felicidad»

Emanuele Felice
 Editorial Crítica
 352 páginas; 22,90 euros

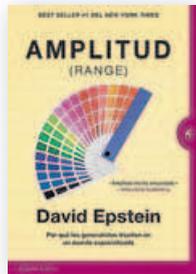
Hay tres grandes revoluciones económicas y culturales que cambiaron el concepto de felicidad de la humanidad. Después de la revolución cognitiva, con la que nace el pensamiento simbólico y que permitió a las tribus de cazadores y recolectores lanzarse a la conquista del mundo, la revolución agrícola vio que la felicidad está más allá de los deseos y la vida terrenal. Con la revolución industrial esta parecía posible como resultado de las políticas y acciones humanas. Hoy, en la «aldea global» se confrontan dos ideas de felicidad: una basada en el placer y la otra, ética. Parecen oponerse, pero no son irreconciliables y tal vez una síntesis sea posible.



«Amplitud»

David Epstein
 Editorial Empresa Activa
 352 páginas; 22 euros

Este ha sido uno de los libros de no ficción más vendidos de Estados Unidos en el 2019 y ha generado discusiones en el ámbito de la gestión empresarial, la educación, la formación, el deporte, la psicología y la crianza de los hijos. El autor aborda un interesante debate acerca de la amplitud de conocimientos y herramientas, que es más necesaria que nunca, en un mundo que nos quieren vender como cada vez más especializado y parcelado. Demuestra, con numerosos ejemplos y debates, que los generalistas y la diversidad de experiencias son lo que realmente lleva a la innovación en todas las áreas. Tiger Woods y Roger Federer son algunos de los que se posicionan en este interesante dilema.



La firma mariñana, con cinco trabajadores, tiene la sede en la calle San Roque, en el centro de Ribadeo. | X. F. RAMALLAL

De fabricar una pegatina de cinco centímetros a exportar a 5 continentes

● Rotugraf Ribadeo ha sido distinguida como empresa gacela por ser una de las que más crecieron en el 2019. Entre sus clientes, multinacionales y pequeñas empresas

● María Cuadrado

Especializarse, reinvertir, crecer. Esa era la filosofía de los fundadores y la que hoy mantiene Raquel López González (Madrid, 30 años), gerente de Rotugraf Ribadeo, un negocio especializado en trabajos de rotulación. Esta firma mariñana fue distinguida con un indicador Ardán en el 2019 por el Consorcio de la Zona Franca de Vigo como empresa gacela y forma parte del 6 % de las gallegas que más crecen. El reconocimiento y los encargos de varias multinacionales no han sido por azar. López regenta el negocio cuya gestión compartió con sus padres. De ellos, afirma, lo ha aprendido casi todo: el respeto por el trabajo, los valores y el no tener miedo a arriesgar.

A finales de los 90 su padre compró un negocio en Vegadeo (Asturias) y el primer trabajo fue poner vallas en un campo de fútbol. En 2004, y por razones logísticas, se trasladan a Ribadeo e invierten en maquinaria. Raquel pasó parte de su adolescencia conviviendo con el trabajo que apasionaba a su familia, después estudio Publicidad y Relaciones Públicas y, cuando tenía 19 años, sus padres enferman y la contratan a ella. «Compaginé el último año de universidad con el trabajo. Falleció mi padre, se quedó mi madre al frente y dos empleados. Esto me permitió hacer el Máster en Producción Xornalis-

tica e Audiovisual de La Voz y un curso de diseño gráfico. En el 2014, con mi pareja, tomé las riendas de la empresa e iniciamos otra fase de reinversión. Trabajamos un vino muy prestigioso (la serie 100 de 3M) que usamos para uno de nuestros clientes, que es una empresa de energías renovables, y exportamos por Asia, América (EE.UU.), África (Marruecos) y en el 2019, por primera vez, mandamos algo a Australia (Oceanía)», explica esta emprendedora que combina el prestar servicio a multinacionales, a pymes y a particulares desde su tienda de Ribadeo (calle San Roque).

«Los contratos con empresas grandes te dan seguridad a la hora de cobrar y nos permite reinvertir. Nos adaptamos bien a los pedidos, somos competitivos y

al mover mucha cantidad de un material ahorramos costes. En el 2017-18, Rotugraf compró el 85 % de la fabricación de un color del vinilo tope de gama de Europa. Somos especialistas en el uso de determinados materiales», explica.

¿Y cómo un negocio de cinco empleados se adentra en el mercado internacional? «Haciendo lo imposible, sin fallar nunca y garantizando disponibilidad. Los plazos son los plazos y yo me he vuelto de vacaciones para atender pedidos. Hemos crecido en facturación (unos 500.000 euros en el 2018), pero parte de la expansión se inició haciendo una pegatina de cinco centímetros. Fue un encargo de una empresa grande que buscó ese trabajo a nivel local. De ahí a fabricar cien y el salto a otros grandes pedidos. Nunca sabes las puertas que te puede abrir cualquier cliente».

Confiesa que el reconocimiento del Consorcio ha sido un espaldarazo, «especialmente en el 2019 que ha sido un año duro para nosotros, con muchos cambios en la producción. ¡Es muy grande estar en la lista con gigantes como Inditex! Mis padres han sido determinantes para conseguir el reconocimiento». ¿Y en qué proyectos trabajan actualmente? «Nos enfrentamos al reto de hacer productos sin plástico y también intentamos reintroducir madera. Una de nuestras máquinas ya tiene tinta certificada de reciclaje».

i
Especializada en trabajos de rotulación, afronta otros retos, como el de hacer productos sin plástico