

SUGERENCIAS • Luis Casal

«Momentum. Cómo crear, mantener y recuperar el impulso»

Michael McQueen

Edita: Empresa Activa (2018)

232 páginas; 18 euros

El deporte, la cultura, los negocios, la informática... Todos son sectores que tienen que ver o sustentan de alguna forma la economía y en los que existen historias que contar sobre construcción de marca, publicidad, márketing, ascensión, altibajos y caída de los negocios para, en algunos casos, volver a levantarse. El galardonado orador, consultor y gurú de tendencias Michael McQueen habla en este libro sobre la importancia del momento en una empresa, el instante en el que la actividad y el enfoque de un producto se unen para avanzar, pero que hay que mantener mediante la perseverancia y la consistencia. *Momentum* es una guía muy personal y sencilla de leer sobre el arte del éxito, una situación que si solo se basa en ese instante victorioso lo normal es que implique su pérdida al instante siguiente.

McQueen busca enseñar al lector las claves de la constancia, para que logre un resultado innovador en su empresa, pero a la vez que su éxito sea sostenible en el tiempo y en las ganancias. El lector descubrirá así los agujeros negros, las trampas que se puede encontrar en su camino hacia la consecución de su meta. Esta explicación la sustentan con historias reales de firmas que tuvieron su momento y que llegaron a aprovechar, pero que a lo largo de sus historias perdieron el éxito para caer en el olvido o renacer con nuevos ímpetus. Son historias de empresas como Kodak, Starbucks, Seiko o incluso Microsoft.

Michael McQueen ha ayudado a numerosas marcas mundiales a mantener sus logros y hace dos años centró sus investigaciones en los hábitos y mentalidades clave que permiten a organizaciones y personas a mantenerse a la vanguardia por un largo período de tiempo. De esta investigación nació su cuarto libro de éxito: *Momentum: cómo crear, mantenerlo o recuperar el impulso*.



«¿Qué es realmente bitcoin?»

Ignacio Gomá Garcés

Edita: SL Rasche y Pereira-Menaut Editores

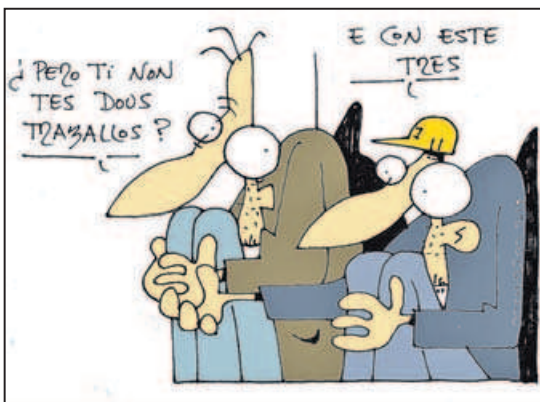
176 páginas; 19,95 euros

El jurista y notario Ignacio Gomá Garcés habla en este libro del nacimiento del bitcoin, de la realidad de esta moneda electrónica y de lo que el ciudadano medio debe saber sobre ella. Tras una extensa reflexión sobre este fenómeno nacido en el 2009 obra de Satoshi Nakamoto (un seudónimo), el bitcoin no solo es la moneda en sí, sino el *software* necesario para su gestión, basado en las redes P2P (*peer to peer*). Gomá dedica la primera parte de la obra a este nacimiento y evolución, para pasar después a explicar las consideraciones jurídicas de este fenómeno. Para el autor, solo se puede hablar de moneda cuando sirve de unidad de cuenta, de medio de intercambio y de reserva de valor. El bitcoin cumple las dos primeras premisas, pero no la última. Pese a sus reticencias, Gomá no duda de que la criptomoneda cobrará fuerza.



EL HUMOR

DE NACHORTAS
ignacio.hortas@gmail.com



«O comercio local está en guerra, a ver quen sigue vivo en 5 anos»

• La firma Todo Lar, de Carballo, está especializada en productos para el hogar de bajo coste • Estudian fórmulas para hacer frente al gigante Internet

• Marta López

Una decena de establecimientos repartidos por toda la provincia de A Coruña, una plantilla que oscila entre los 25 y los 30 empleados y una nave central, en Carballo, desde la que sirven para toda la comunidad. Ese es el balance obtenido por la modesta cadena Re100 y Todo Lar, con más de un cuarto de siglo de actividad, y dirigida en todo momento por las mismas cuatro manos.

José Manuel Naya (Sísamo, Carballo, 1960) es uno de los dos socios fundadores. Primeramente llevó la empresa con su cuñado, y ahora con los hijos de este. Todo queda en familia. «Nós tiñamos salas de xogos, con futbolíns e demais, pero no 1991 decidimos cambiar de negocio. Eu vin que en Madrid isto dos todo a 100 pesetas estaba funcionando e, dado que aquí non estaba demasiado explorado, trouxémolo nós», explica Naya. Solo Cadena 100 —ahora cerrada— operaba entonces, y la acogida no pudo haber sido mejor.

Abrieron una tienda Re 100 en el centro de Carballo, en plena Praza de Galicia, pero enseguida se les quedó pequeña. Al año siguiente vino otra, y el siguiente otra más, hasta que se hicieron con un almacén de 500 metros cuadrados para guardar todo el *stock* que tenían que traer en tráileres para abaratar costes. De 500 pasaron a 1.000, y de ahí a expandir su marca por la provincia. «En Carballo chegamos a ter cinco tendas», recuerda Naya.

Sin embargo, poco dura la alegría en la casa del pobre, reza el dicho, y la llegada de los bazares orientales enseguida azotaría con fuerza. Como estrategia para contrarrestar los precios tirados y los bajos costes en personal formaron la marca Todo Lar, ideada para crear una diferenciación respecto a la concepción tradicional de *bazar*: mobiliario más cuidado, personal especializado y diversificación de productos. Y les fue francamente bien, explica Naya: «Os anos 2003, 2004, 2005, 2006 e 2007 foron moi bos. Vendéronse moitos pisos e a xente precisaba útiles e cousas para os seus novos apartamentos».

Y ahí, en el 2008, llegó el siguiente palo para esta pequeña empresa nacida en la Costa da Mort: el



José Manuel Naya, uno de los socios fundadores, en su nave de Carballo. (ANA GARCÍA)

pinchazo de la burbuja inmobiliaria. A menos pisos, menos ventas, y a más crisis, menos ventas también. La recesión se tradujo en bajadas de hasta el 30 % en las ventas, siete establecimientos cerrados y una mengua en la plantilla de hasta veinte personas. «Después de ver como sucedera en crisis anteriores, como a dosnoventa, eu agardaba que durase uns dous ou tres anos, pero nada más lonxe da realidade». No les fue mal en el 2010, de hecho parecían ver la luz al final del túnel, «pero veu 2011, e foi aínda moito peor». Desde entonces focalizaron su estrategia en mantener los establecimientos de mayor tamaño, ya que a más dimensión, menos personal se necesita por metro cuadrado, «tristemente esa é a realidade».

Si de algo presume Naya al ha-

Tienen 9 tiendas propias, unos 30 empleados y una facturación de 2.398.172 euros el pasado 2017

blar de la firma Todo Lar es del personal trabajador. Para él son el elemento clave, el que aporta calidad y les diferencia de la competencia. «A nosa encargada de Carballo leva 17 anos no negocio, coñece aos clientes polo seu nome. Esa cercanía no trato é unha fortaleza».

«Algunha tiñamos que ter!», añade Naya, en clara referencia al reto más grande al que han tenido que enfrentarse en los más de veinte años que llevan de andadura: Internet. Y más concretamente, el gigante Amazon. Pese a que desde Todo Lar estudian ganar presencia en la red —«De este ano non pasa que comecemos a ofrecer unha venda *online* de calidad»—, es difícil hacer frente a un competidor que gestiona millones de servicios por todo el mundo y que ofrece tantas facilidades, sobre todo a la hora de comprar y devolver con total rapidez. No hay muchos negocios locales y de tipo físico que se resistan a la influencia digital, y eso se deja notar: «O comercio local está en guerra, a ver quen sobrevive de aquí a cinco anos, porque tal e como está a demanda, sobramos a metade».

Pese a todo, Naya afronta los años venideros con optimismo y con intención de prosperar aferrándose a sus dos valores de marca: la familiaridad y el trato cercano.