



Empresa bien gestionada

2017



5.2. Las empresas bien gestionadas (BG)

5.2.1. Significado de empresa bien gestionada

Para medir el rendimiento de una organización empresarial y valorar su competitividad hemos de considerar seis aspectos: mercado, innovación, productividad, generación de liquidez, generación de valor y rentabilidad. Ninguno por sí solo es suficiente para medir el rendimiento de la empresa, unos complementan a los otros.

Claves de éxito de las empresas bien gestionadas:

Profesionalización

Las empresas bien gestionadas apuestan por una gerencia muy profesionalizada, aplicando modelos de dirección avanzados y que confía en la inversión en formación del capital humano para lograr personal muy cualificado y poseedor de talento.

Innovación

Desarrollo de proyectos propios de investigación y búsqueda constante de la mejora de productos, ésta es una apuesta fundamental que realizan las empresas bien gestionadas.

Planificación

Esta tipología de empresas realiza un esfuerzo en la elaboración de planes estratégicos a largo plazo.

Además de los tres factores anteriormente mencionados existen otros aspectos que definen la consecución del éxito de las empresas BG: externalización de actividades, diversificación de la producción, control del mercado en el que se mueven, respaldo de la marca e internacionalización.

En definitiva, estos son algunos de los factores que llevan a estas sociedades a conseguir el galardón de empresa bien gestionada (BG).

Empresas bien gestionadas

INDICADORES DE MEJORES PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Empresa	(en euros)		2015		
	Ingresos de explotación	VAB por empleado	Tasa Ingresos 14/15	Rentab. económica	Liquidez
RODAMIENTOS VIGO, S.A.					
Sector					
Mayoristas de otra maquinaria y equipo no especializado	8.899.832	58.502	10,92%	8,96%	1,59



Indicador Empresa Global

2016



ARDÁN

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES



RODAMIENTOS VIGO, S.A.

ha obtenido el indicador

Ardán de Empresa Global 2016

Las Empresas Globales son aquellas que presentan valores elevados en magnitudes directamente relacionadas con el proceso de internacionalización tales como el número de clientes extranjeros, número de países a los que exporta, volumen de exportaciones fuera de la UE, establecimientos en el exterior y empleados dedicados a tareas de internacionalización.

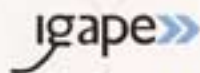
En Vigo, a 1 de julio de 2016

Teresa Pedrosa Silva

Delegada Especial del Estado en el Consorcio de la Zona Franca de Vigo



CONSORCIO
ZONA FRANCA
DE VIGO



XUNTA
DE GALICIA

Encadrado con la internacionalización de empresas gallegas
dentro de la Zona Franca de Vigo (ZFV)



Reportaje técnico Rodavigo

2012



Empresa internacionalizada

Rodamientos Vigo S.A.

Un escaparate al mundo industrial, en tiempo real

Dedicada a la comercialización de productos de suministro industrial desde hace casi 30 años, Rodamientos Vigo se ha convertido hoy en un modelo dentro del sector.

En los últimos cinco años, y gracias al empuje de su plataforma de comercio electrónico www.rodavigo.net, ha conseguido dar un giro de 360 grados a su sistema tradicional de funcionamiento.

Actualmente, combina la venta directa a través de una red de comerciales con esta herramienta *online*, basada en el sistema B2B -Business to Business-, que permite a sus clientes solicitar pedidos en tiempo real y ofrece la posibilidad de consultar un millón de referencias de más de 350 fabricantes, con sus características técnicas y en siete idiomas.

Desde la implantación de este sistema, el crecimiento de la compañía ha sido imparable.

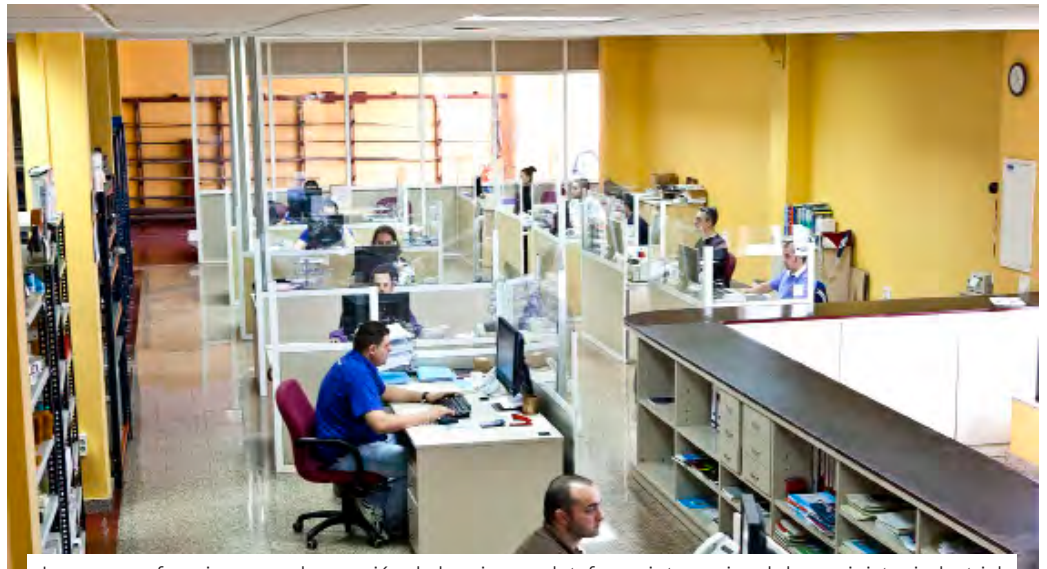
Tan solo en el último año, y coincidiendo con la caída de la actividad industrial, ha conseguido disparar sus ventas un 25% e incorporar a su cartera 600 nuevos clientes.

Su entrada en el negocio *online* le ha permitido abrirse camino en el mercado exterior y dejar atrás el marcado carácter local de sus inicios. Actualmente exporta el 10% de su facturación y cuenta con presencia en 31 países.

Datos de contacto

Dirección: Pg Industrial Portela-Avda. Rebullón| Mos 36416 | Pontevedra
www.rodavigo.net
Telf: 986 288 118

En el último año, sus ventas han crecido a un ritmo del 25% gracias a su plataforma de comercio electrónico



La empresa fue pionera en la creación de la primera plataforma internacional de suministro industrial.

Claves de Éxito

Nuevas tecnologías|

Su incorporación le ha abierto las puertas al mercado internacional y le ha permitido ganar en competitividad en el trato con clientes y proveedores.

Inmediatez | Satisface en tiempo real las necesidades de su clientes gracias a su plataforma de comercio B2B.

Producto | Ofrece más de un millón de referencias de 350 fabricantes, con precios y descuentos personalizados por cliente.

Ficha técnica

Año de fundación 1985

Responsable
Nazario Correa, gerente.

Productos | Actividad

Comercializa productos de suministro industrial de más de 350 fabricantes, de primeras marcas. Cuenta con cerca de 1.400 proveedores en todo el mundo y entre sus clientes están empresas como PSA Peugeot Citroën, Tafisa o ElPozo.

Mercados
Presente en 31 países de los cinco continentes.

Facturación
6 millones de euros.

Empleo
30 personas en 2011, lo que supone un incremento del 110% con respecto a 2005, año en el que contaba con 14 empleados.

Proyectos
Actualmente se encuentra en pleno proceso de expansión en el exterior, donde prevé incrementar su presencia a través de su plataforma *online*.

“La plataforma de comercio electrónico nos ha permitido dar el salto al mercado internacional y posicionarnos en el nacional”

Nazario Correa | Director Comercial

Cumplió su deseo de formar parte de la empresa familiar a los 19 años, donde comenzó como aprendiz de almacén con el propósito de aprender el negocio desde abajo. En 2005, se incorporó a la dirección comercial de la firma y hoy comparte junto a su padre y sus dos hermanos el éxito empresarial alcanzado gracias al comercio **online**. Este ha sido su billete directo al exterior y la tabla de salvación que ha permitido a la empresa desmarcarse de un sector donde las ventas han descendido en los últimos tiempos cerca de un 50 por ciento. Su gran acierto: evolucionar al ritmo de las nuevas tecnologías y del mercado.



Nazario Correa dirige el departamento comercial desde hace 7 años.

En 2007 realizaron una fuerte inversión para modernizar la gestión de la empresa a través de la creación de www.rodavigo.net. ¿Ha sido clave esta transformación a la hora de posicionarse en el exterior? Sí, sin duda. La implantación de nuestra plataforma de comercio electrónico nos ha permitido dar el salto al mercado internacional y posicionarnos en el nacional. Antes, resultaba muy complicado vender fuera de Galicia. Sin embargo, ahora la distancia ya no es una barrera y llegamos a todos los

“El 43% de nuestras ofertas se traduce en ventas”

países del mundo. Vendemos igual en Vilagarcía que en Japón.

Se encuentran en pleno proceso de expansión exterior. ¿Qué objetivos se han marcado? La exportación, en cuanto a volumen, todavía no es importante. Representa el 10% de nuestra facturación, pero estamos empezando y espe-

ramos incrementar esta cifra en los próximos años gracias a los contactos que estamos estableciendo.

¿Una de las claves del éxito ha sido anticiparse a los cambios? Sí, cuando decidimos invertir en la plataforma hubo quien puso en duda nuestra determinación porque era un momento en el que no había falta de trabajo. Ahora, sin embargo, estamos recogiendo los frutos y el volumen de clientes crece a un ritmo del 30 % anual. Solo en el último año captamos 600, algo que sería impensable con anterioridad -la media estaba en 20-, ni con 50 comerciales en plantilla.

Los resultados en números son espectaculares. Sí, pasamos de tener 581 clientes activos, hace cinco años, a 2.000 en la actualidad; y de realizar 2.000 ofertas a 25.000, de las cuales el 43% se traducen en ventas. Realizamos una fuerte inversión en publicidad en Google que nos está ofreciendo muy buenos resultados. Recibimos más de trece mil visitas al mes en el portal.

Historia del grupo | Un puente **online** al exterior

Los orígenes de Rodamientos Vigo fueron modestos. Se fundó en 1985 con un capital social de 4 millones de las antiguas pesetas y con Vigo prácticamente como único mercado. Sus recursos eran limitados y su sistema de venta el tradicional. Sin embargo, su apuesta por el comercio electrónico y sus ganas de abrirse al mundo revolucionaron su forma de hacer negocios. Hoy, desde su sede en Mos, y gracias a su plataforma **online**, coloca sus productos en cualquier parte del globo y factura 6 millones de euros.

