

ROLUX

Dos generaciones, una gran apuesta

Procesos de mejora continua, capacitación, crecimiento en infraestructura, trabajo en equipo: valores y prioridades que atraviesan a una empresa que tiene más de 50 años y que, lejos de sufrir el cambio generacional, lo está absorbiendo con naturalidad. Aquí la crónica de su crecimiento.

Las ideas frescas, nuevas, aportadas por los más jóvenes, es un patrón que se repite a lo largo de la historia de diferentes movimientos, organizaciones y empresas. En la vida de Rolux, esto no es una excepción y hasta se convirtió en un hecho que los definió, y años más tarde, los redefinió.

La empresa, especializada en el sector de la comunicación visual, tiene más de 50 años y es precursora. Osvaldo Rosenberg, fundador de la compañía, fue el responsable de llevar a la realidad una simple idea. "Mi padre se dedicaba al rubro textil y yo, que era muy joven, por el año 60, había trabajado con un pariente que fabricaba letreros de acrílicos, en la época del surgimiento de ese material. Llegué a conocer bastante el rubro y un día le propuse a mi padre comenzar nuestro pro-

pio negocio, y sin dejar de lado el suyo, me apoyó", recuerda.

Ambos negocios transcurrieron en paralelo hasta que los números hablaron por sí solos: la actividad cartelera resultó ser más rentable que la textil. Así, sin dudar, el padre confió en el hijo y se afirmó en el mercado como Rolux.

UN EQUIPO ORGANIZADO

La empresa creció hasta que, años más tarde, lograron mudar sus maquinarias a lo que se convirtió en la fábrica en la calle Bruno Díaz, donde perduraron durante largos años hasta que se instalaron en el edificio de 900 m² ubicado en Avenida La Plata, donde se sitúan actualmente.

En el sector de Producción Metalúrgica es donde fabrican letras corpóreas, cenefas,





estructuras, tótems, columnas publicitarias, etc. Además, tienen un área de Producción Gráfica donde imprimen, plotean, montan los vinilos y realizan la decoración de los elementos de señalética. Y acerca del área de Logística e Instalaciones cuentan con dos camiones equipados para poder trabajar en cualquier parte del país.

UNA NUEVA GENERACIÓN QUE REDEFINE

Así como su padre confió en él, Osvaldo también lo hizo en sus hijos, Agustín y Patricio, dos de los cuatro hermanos que se incorporaron con un gran compromiso al *staff* de Rolux y hoy son quienes dirigen, con orgullo, la compañía. “Actualmente mi padre es el presidente de la empresa, yo el director, y tenemos un equipo de 22 empleados trabajando con nosotros”, asegura Agustín, quien con tan solo 29 años, y aportando su cuota de frescura joven, hace ya una década que viene incorporando las nuevas ideas que están redefiniendo a la empresa. “A los 18 o 19 años empecé a meterme en la empresa y cada vez me fue gustando más. A su vez, me capacité en Management y Administración, y fui logrando cosas, alcanzando pequeñas metas, hasta que en un momento me encontré metido del todo”, cuenta, y agrega, entre risas, que ya no hubo vuelta atrás.

¿Y cuáles fueron esos cambios que dieron una nueva y exitosa forma a la empresa?

“Mi padre se dedicaba al rubro textil y yo, que era muy joven, por el año 60, había trabajado con un pariente que fabricaba letreros de acrílicos. Un día le propuse a mi padre comenzar nuestro propio negocio, y me apoyó”.

Osvaldo Rosenberg
presidente de Rolux

“El Método-Rolux es nuestro proceso personalizado para asegurar que todo lo que se necesita, de principio a fin, sea completado a satisfacción del cliente, en tiempo, dentro del presupuesto y en cualquier parte de la Argentina”.

Agustín Rosenberg
director de Rolux

Agustín asegura que la respuesta es, principalmente, formalizar y mejorar los procesos. Y además incorporar un concepto de trabajo en equipo que haga que todos apuesten al mismo número. En pocas palabras, la profesionalización de la compañía desde su estructura medular. “Siempre es necesario, en materia de negocios, aprender a *aggiornarse*. Por ejemplo, desde un aspecto técnico, tuvimos que diseñar un circuito de trabajo que organice todos los pasos que intervienen en cada programa de señalización para ser más eficientes y lograr una mayor capacidad productiva”.

ROLUX CUBRE TODO EL CIRCUITO

Desde el diseño hasta la fabricación y la instalación de los trabajos, cada vez que la empresa dice que sí a algún trabajo acepta el proceso entero de creación del proyecto. “El diseño, los materiales, las especificaciones, el color; hay un montón de pasos que intervienen en cada programa de señalización y todos ellos deben llevarse a cabo a la perfección. El *Método-Rolux* es nuestro proceso personalizado para asegurar que todo lo que se necesita, de principio a fin, sea completado a satisfacción del cliente, en tiempo, dentro del presupuesto y en cualquier parte de la Argentina”, explica Agustín.

CADA TRABAJO ES UN MUNDO

Para Osvaldo, cada trabajo es un desafío. “Todos los proyectos son distintos y tienen complejidades únicas”, asegura, y enumera algunas obras importantes que recuerda, como lo fue una instalación, a 100 m de altura, para Assist Card, y otra en la torre Catalinas, para Oracle (Sun).

Otro trabajo ambicioso, que ambos recuerdan, fue el recambio de la cartelería de 180 sucursales del Banco Ciudad, en un período de 180 días. Lo resolvieron con éxito. “Es fundamental que el equipo tenga la camiseta puesta, nosotros hacemos reuniones semanales para unirnos y concientizarnos, y estamos muy agradecidos de los resultados”, asegura Agustín. Estas reuniones reflejan la eficiencia de estrechar los vínculos en una era donde la comunicación rige en todos los aspectos de nuestras vidas.

Otro caso fue con Syngenta, la empresa internacional de agroquímicos, para la cual



colocaron 140 letreros columnas a lo largo de todo el país, en los pueblos más remotos. “En algunos lugares no había dónde hospedarse”, recuerda Agustín.

DE CARA AL FUTURO

La profesionalización de los procesos es un objetivo alcanzado, a pesar de que siempre se estén mejorando y adaptando a los cambios de un mercado con vida propia. Pero hoy la meta en esta etapa de Rolux pasa por otro lado. “Tenemos un proyecto a futuro cercano. Se trata de trasladar nuestra infraestructura de fabricación y logística a Glew (a 30 km de Buenos Aires), donde tenemos un predio de 3.500 m², donde queremos construir una planta de 2.000 m². La ambición es aumentar el espacio físico, la capacidad de producción, y así expandir el negocio”, explica Agustín.

¿Qué los diferencia de otras empresas de cartería? Definitivamente las décadas de experiencia en la industria, la mejora continua, impulsada por un apego muy grande, un cariño indudable, y unos valores de trabajo en equipo. “El compromiso que le ponemos a cada trabajo creo que es lo que nos define, en el plano operativo, comercial y humano”, es la respuesta de Agustín, mientras que la de Osvaldo es: “Mi mayor satisfacción es poder contar con mis hijos, saber que al negocio lo van a continuar”.