

ECONOMÍA & EMPRESA

VIERNES, 30 DE NOVIEMBRE DE 2018





GuíadePrensa.com

Especialistas en gestión de monográficos en prensa.
Campañas publicitarias personalizadas

Vincent Bryant Presidente y cofundador de Deepki

Nuevo Código Técnico de Edificació

"Queremos ser el Google de la eficiencia energética"

Desde 2014, Deepki, la empresa europea con sede en París y oficinas en Milán y Madrid, quiere acelerar la transición energética en el sector inmobiliario, responsable del 32% del consumo de la energía mundial. La plataforma Deepki Ready permite organizar el conocimiento del patrimonio inmobiliario, automatizar tareas de gestión y detectar importantes ahorros en el consumo de los edificios.

¿Cómo surgió la idea de la que nació Deepki?

Deepki nació por tres razones. La primera fue que en el sector inmobiliario se gasta un 30% del tiempo en tareas repetitivas y manuales con poco valor añadido, como la recopilación de información, que ya se pueden au-

tomatizar. En segundo lugar, se nota una multiplicación de las tecnologías que ayudan a mejorar la eficiencia energética de los edificios, pero se centran en los recién construidos o recién reformados (BIM, IoT...) cuando el 95% del patrimonio europeo son inmuebles antiguos que no pueden

aprovechar estas tecnologías punteras. El tercer pilar completa el segundo, porque cada activo inmobiliario genera ya muchos datos de fácil acceso. Existen hasta 80 fuentes de datos de open data, desde la meteo y google maps a datos del ERP, base de datos Excel, sistemas de monitorización, facturas de energía...

¿Qué servicios ofrecen a sus clientes?

Deepki proporciona una plataforma que digitaliza y simplifica la gestión de su patrimonio inmobiliario. Acompañamos a las empresas en la optimización de sus infraestructuras con el reto de seguir aumentando su valor. Esta plataforma permite centrarse en tres líneas de actividad: la primera, centralizar datos disemina-

dos en diferentes departamentos y herramientas, de manera no intrusiva porque no se instalan contadores y se utilizan datos ya existentes. Eso requiere la automatización de la recopilación y de la limpieza de los datos. La segunda línea consiste en utilizar el data science para cruzar esos datos, porque juntos nos ayudan a conocer y entender cada edificio y su consumo de energía. La tercera consiste en proponer un plan de acción llave en mano al cliente con todas las medidas necesarias para mejorar su eficiencia energética, desde cambiar de contrato a verificar su horario de calefacción. Queremos proporcionar a las empresas las informaciones que necesitan para comprometerse a la transición energética y desvelar el verdadero potencial de su patrimonio inmobiliario.

¿Qué ventajas aportan en la gestión del parque inmobiliario?

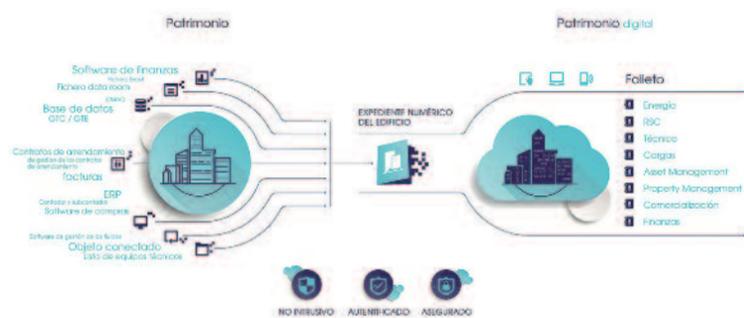
Trabajamos con clientes que tienen una cartera de edificios (bancos, seguros, asset management, retail...). Gracias a nuestros servicios, consiguen que sus equipos puedan concentrarse en tareas de mayor valor añadido. Además, obtienen una visión global y precisa de su patrimonio, y en tercer lugar, al automatizar el control con data science, detectamos fácilmente los errores e incidencias y les enviamos un aviso automático.

¿Cuál es el secreto de los algoritmos que han desarrollado?

Para construir modelos predictivos relevantes y robustos se necesitan tres ingredientes: una gran cantidad y variedad de datos, como los 210.000 edificios que ya tenemos bajo gestión; un conocimiento fino de las problemáticas y actividades de un espacio, que practicamos cada día con nuestros 130 clientes; y estar al tanto de los últimos modelos y tecnologías en nuestro sector, como hace cada día nuestro equipo de data analytics.

¿Cuáles serán sus próximos pasos?

La eficiencia energética necesita una aceleración, en particular en la industria inmobiliaria, que representa el 32% de las emisiones mundiales. Las tecnologías informáticas y estadísticas son una oportunidad para luchar contra el cambio climático. Queremos contribuir en esta aceleración en España, donde el precio de la energía continuará subiendo en los próximos años. Por otra parte, seguiremos entrando en Europa y nos prepararemos para instalarnos en Estados Unidos.



www.deepki.com/es

Andrés Rebollo Socio-director y fundador de Escuela de Negocios K-Infra

"En España hay una ausencia total de gobernanza para la gestión de las Asociaciones Público-Privadas"

La Escuela de Negocios K-Infra nació en 2016, de la mano de Andrés Rebollo, para proporcionar servicios de formación y capacitación especializada en el ámbito de las Asociaciones Público-Privadas (Public Private Partnerships - PPPs), incluyendo formación preparatoria para el nuevo Certificado de Experto en PPP.

PPP son las siglas de Public Private Partnership, pero ¿cuál es su significado?

Las PPP (asociación público-privada) son una forma de contratación de infraestructuras y servicios por la que la contratista ("socio privado") financia y desarrolla la obra, y se compromete a su mantenimiento integral, con la expectativa de recuperar la inversión con los ingresos que genere durante el período de operación.

Los estándares de cómo se debe trabajar están marcados en la Guía del Certificado PPP, que nació de tu puño y letra...

Fue un encargo del Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo y otros Bancos Multilaterales para solucionar la problemática a nivel mundial, y especialmente en países emergentes,

de que se realizan proyectos no factibles, o mal preparados, esencialmente por falta de capacidad de los gobiernos. La certificación CP3P (APMG Certified PPP Profesional) acredita el dominio de los estándares que la Guía expone.

Y de ese proyecto, a crear una escuela para capacitar a gobiernos y constructoras, ¿Algunos dirían que es una utopía!

Los gobiernos son los primeros responsables de la pérdida de dinero público con la construcción de aeropuertos sin aviones o de carreteras sin coches. La formación es fundamental para poder determinar la existencia real de una necesidad, lo adecuado de la solución (el proyecto), y lo adecuado de su contratación como PPP. Más allá, se trata de desarrollar una buena gobernanza para gestionar la herramienta PPP.

Estamos formando a los profesionales de la Banca Multilateral y a gobiernos de países emergentes como Perú, Bolivia, Rumanía, Indonesia, Paquistán, Gambia... Pero los profesionales de gobiernos avanzados como Holanda, o profesionales del sector privado como CAF, Cintra, Valoriza, Acciona, FCC o Banco Santander están sumándose al Programa con nuestra formación.

¿En K-Infra podemos sacarnos esta certificación?

Si se superan los tres exámenes correspondientes. Hay 20 entidades en el mundo que ofrecen la formación y 4 de ellas son de la familia K-Infra. Convocamos una edición al año para cada examen, además de facilitar cursos in-house.

Actualmente el 80% de nuestros alumnos viene por la certificación, pero



también impartimos cursos propios más específicos.

¿Qué ventajas e inconvenientes tiene trabajar bajo los estándares PPP?

Que se puede hablar un lenguaje común, y que se comparte una misma visión sobre los fundamentos básicos de la buena gestión de proyectos PPP. Algunos dirían que su falta de aplicabilidad directa a los marcos de países concretos es un problema, pero se trata de aprender los conceptos y actividades

mínimas que deberían aplicarse en cualquier país, los cuales deben ser adaptados a las circunstancias del país respectivo.

Lo primero que enseña la Guía es que cada país debe tener su propia Guía APP. Pero en España, hay una total ausencia de gobernanza, sin guía, ni estándares. Somos de los que aún lo fían todo a unos cuantos artículos en una ley general de contratos.

www.k-infrastructure.com

Santiago Muñoz-Chápuli y María José Peraza Socios de ON Soluciones

“La transformación digital ayuda a las empresas a ofrecer mejores experiencias a sus clientes”

Tras diez años de presencia en el sector, ON Soluciones es reconocida como una de las consultoras de referencia en el mundo de las operaciones gracias al rigor de su metodología. Hablamos con sus socios, Santiago Muñoz-Chápuli y María José Peraza.

¿Qué servicios ofrece ON Soluciones?

S.M-Ch.: Estamos especializados en el diseño, construcción, evaluación y mejora de las operaciones de nuestros clientes. Lo que buscamos es ayudar a las empresas a fabricar experiencias memorables que les ayuden a mejorar su imagen de marca, su competitividad y, en consecuencia, también la fidelidad de sus clientes.

¿Fabricar experiencias?

M.J.P.: Así es. Cada proyecto que abordamos lo hacemos desde un prisma global que incluye todos los factores y elementos que, unidos y relacionados, podrían equipararse a lo que sería una fábrica en cualquier industria. Si lo piensa, elementos como la

gestión de la estrategia, de los recursos humanos, de la relación con los proveedores, de la calidad o de la tecnología están presentes en cualquier proyecto que se estudie a conciencia. Y eso vale para la construcción de un edificio, para la fabricación de un coche o para la de una experiencia siempre que se apuesta por una estrategia de mejores prácticas.

¿Es ahí donde entra en juego el modelo de referencia de ON Soluciones?

M.J.P.: Con el tiempo hemos podido desarrollar un know how propio que recoge las mejores prácticas para el diseño, construcción, diagnóstico y mejora de operaciones. Se basa en seis dimensiones principales: estrate-

gia, organización y personas, gestión de las operaciones, gestión de terceros, infraestructuras y tecnología. El modelo básico de referencia es un punto de partida muy válido para gran número de situaciones, pero la experiencia nos ha llevado a desarrollar dos modelos más específicamente pensados para dos áreas concretas: la eficiencia comercial y la madurez del proceso de transformación digital de las operaciones.

¿En qué se basa el modelo de madurez digital?

S.M-Ch.: El modelo de madurez de transformación digital en el contact center nos permite establecer el grado de digitalización, automatización de procesos y uso de soluciones



tecnológicas que facilitan la gestión y contribuyen a una más excelente experiencia de cliente. El modelo se compone de varios ejes de actuación sobre los que actuar. Sobre el agente se valoran aspectos como el grado de digitalización de su proceso de formación (e-learning, refuerzo on-line) y la automatización de la evaluación de la calidad de su desempeño. También analizamos el uso de sistemas de gestión de contacto multicanal y la capacidad de automatizar ciertos procesos mediante mecanismos de robotización.

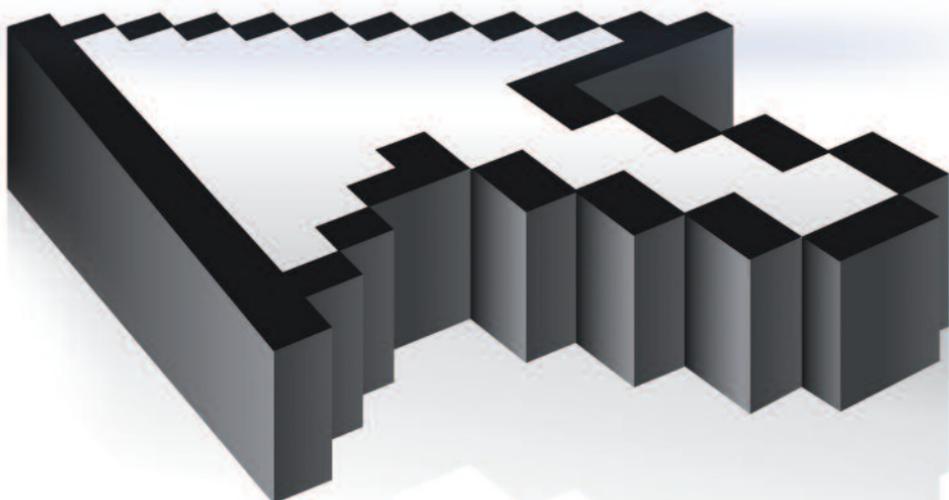
M.J.P.: En relación al canal es importante que las empresas presenten respuestas alineadas y experiencias de cliente comunes independiente-

mente del canal que haya utilizado éste para contactar. El uso de la inteligencia artificial como motor de automatización y conocimiento del cliente y la canalización de toda la información que podemos captar de él nos ayudarán también a presentarle contenidos y ofertas personalizadas que mejoren su experiencia de usuario. Y para eso es imprescindible una transformación digital bien concluida.



www.onsoluciones.com

¿NECESITA INFORMACIÓN?



GuíadePrensa.com

El directorio de empresas más completo de Internet.

Gabriele Miodini Jefe de ventas y gestión de clientes de Eurizon Capital S.A.

"La expansión en Europa es una de las prioridades de Eurizon"

La gestora Eurizon, empresa italiana perteneciente al grupo financiero Intesa Sanpaolo, gestiona casi 400.000 millones de euros, a nivel mundial incluye acciones en China Penghua (49%), y tiene una cuota de mercado en Italia de más del 15%, lo que muestra que se ha convertido en una de las empresas líderes del país. Eurizon ha dado el paso de abrir una oficina de representación en España, concretamente en Madrid, y acaba de nombrar a Bruno Patain como el responsable en España y Portugal.

¿Qué objetivo tiene Eurizon con la apertura de la oficina en España?

En los últimos 2-3 años, Eurizon ha abierto también oficinas en París, Frankfurt y Zurich.

Mientras intentamos extender nuestra presencia en Europa continental creemos firmemente que la apertura de una oficina distribuidora en Madrid va a resultar muy útil para nuestra estrategia.

La expansión europea es parte del plan de negocios del grupo Intesa Sanpaolo para los años 2018 a 2021. El Grupo tiene como objetivo convertirse en líder

europeo en el ámbito de protección y gestión de patrimonios.

Según nuestro plan, se trata de avanzar un paso más que nos ayudará a conseguir un crecimiento significativo a nivel internacional aprovechando toda la experiencia consolidada que hemos adquirido en Italia.

¿Cuáles son las cifras en activos que Eurizon maneja en nuestro país?

Llevamos años comercializando nuestros fondos, que cuentan con la mejor experiencia en los mercados españoles, gracias a

una colaboración duradera con socios distribuidores locales. Durante años hemos establecido relaciones importantes y considerables con algunos de los agentes locales más relevantes, lo que nos permite comenzar nuestra oficina de distribución local con la gestión de una cantidad consistente de activos locales.

¿Qué fondos son los que gestionan principalmente?

Según la estrategia de acceso adoptada en los mercados europeos, estamos centrando nuestras actividades comerciales en un número



mero limitado de productos especializados, reconocibles y destacados. Podríamos mencionar algunos de ellos: High Yield, Emerging Bond Total Return, Flexible Equity. Además, hemos desarrollado una gama completa de productos ESG así como de productos multistrategia muy diferenciados. En último lugar pero no menos importante, estamos introduciendo en el mercado el bono RMB que está permitiendo a los inversores unirse al tercer mercado global más grande de renta fija.

¿Cuáles son las ventajas de estos fondos?

La selección de productos antes mencionados está diseñada normalmente para apoyar a los clientes a tomar una decisión asesorada sobre la distribución de activos; creemos que la mayoría encajan perfectamente en el actual entorno de mercado y ya han sido ampliamente valorados por una extensa cartera de clientes.

Cabe destacar que todos tienen una distinguida trayectoria, un equipo de gestión estable y dimensiones que reúnen los requisitos mínimos, típicos y locales de los clientes.

¿Cuáles son las previsiones de respuesta que se han planteado de los inversores españoles?

Como he mencionado, no empezamos desde abajo en el mercado español y nuestros fondos, que cuentan con «la mejor experiencia», ya han sido valorados por clientes locales. Con arreglo a nuestro plan a largo plazo el objetivo sería aumentar de forma constante y sostenible nuestra cartera de clientes locales así como la gestión de nuestros activos locales.

www.eurizoncapital.lu

Herminio Fernández CEO de Eurocoinpay



Eurocoinpay, la App para pagos con criptomonedas en 6 segundos

Cada transacción pagada con EurocoinPay crea una demanda en el mercado de ECT-EurocoinToken, lo que hará que el precio de esta moneda creada en España, suba de valor. Para Herminio Fernández, su propuesta de valor es crear un producto que sea útil para las personas que ni siquiera saben que es Blockchain ni Bitcoin

¿Qué soluciones ofrece Eurocoinpay?

Estamos en un momento en el que los servicios financieros están moviéndose hacia una propuesta de plataformas abiertas, donde las compañías como Eurocoinpay pueden brindar un excelente servicio a los clientes de entidades bancarias. Nuestra aplicación móvil para hacer micropagos, dispone de un localizador de los comercios adheridos en los que poder pagar con criptomonedas, donde el comercio selecciona la criptomoneda con la que quiere cobrar, o en Euro si lo prefiere. Lo que hacemos, en tiempo real, es vender la criptomoneda del usuario, cambiarla por la que quiere obtener el comercio y dársela para que pague. Y

todo esto en unos pocos segundos. Hay más plataformas tecnológicas en el mundo desarrollando micropagos, pero creo que somos la única que está gestionando esta forma de pagar con criptomonedas.

¿Cuáles son sus otras líneas de negocio?

Tenemos un exchange en el que el usuario puede comprar y vender cualquier criptomoneda en tiempo real, y una plataforma en la que cambiamos criptomonedas por tarjetas prepago de empresas que no las aceptan como medio de pago. Por ejemplo, si el cliente tiene criptomonedas en nuestra plataforma y quiere gastar mil euros en El

Corte Inglés, hacemos el cambio y le enviamos a casa una tarjeta regalo por esa cantidad.

¿Cómo surgió la idea de crear esta empresa?

Entre 2013 y 2014 viajé varias veces a Estados Unidos y tuve los primeros contactos con el bitcoin. Me gustó mucho este mundo y abrí una oficina en León donde empecé a vender bitcoins. A partir de ahí fuimos desarrollando el proyecto, creamos una primera criptomoneda para nuestra plataforma de micropagos, y ahora ya estamos desarrollando otra, que se llama EurocoinCash, que vamos a empezar a comercializar muy pronto.

¿Cómo se gestiona una criptomoneda con las lagunas legales que tiene?

Estamos constituidos y fiscalizados en España, y el problema es que aún no hay regulación para las criptomonedas. Hemos presentado toda la documentación a la CNMV, que nos está pidiendo más datos para poder constituir la empresa legalmente. Queremos entrar en una situación reguladora en la que seamos un sector más. En España hay más de 100.000 personas que utilizan criptomonedas, y nosotros tenemos 4.200 usuarios en nuestra plataforma.

¿Ha habido una burbuja con las criptomonedas?

Yo creo que sí. En 2017, el bitcoin llegó a rondar los 20.000 dólares, y entraba gente sin parar, con una cantidad de dinero extraordinaria. Creció una burbuja con unos precios que no eran reales, y lo que ha hecho el mercado es ajustar el precio. Creo que ahora es un gran momento para entrar en el mundo de las criptomonedas. Los

inversores ahora seleccionan mucho más la inversión.

¿Qué futuro tienen las criptomonedas?

Creo que es algo que no tiene vuelta atrás, las criptomonedas han llegado para quedarse y tienen un futuro prometedor. Algunos países están hablando de lanzar criptomonedas a nivel oficial, y más el 15% de los puestos de trabajo del futuro estarán en la tecnología de blockchain y del internet de las cosas. Nuestro objetivo es integrar nuestra tecnología en bancos y otras empresas tradicionales que aún tienen una gran desconfianza en las criptomonedas, y buscar sinergias con ellos.

 Eurocoinpay

<https://eurocoinpay.io>

Vicente A. Requerey Consejero delegado de Gestoría Aras

Gestoría Aras, tu asesor de confianza

Gestoría Aras celebra sus casi 7 décadas de actividad trabajando por y para sus clientes con el mismo entusiasmo del primer día. Numerosas empresas, autónomos y particulares han depositado su confianza en esta gestoría de servicios globales.

Gestoría Aras puede vanagloriarse de llevar 67 años dando asesoramiento a empresas y particulares. ¿Cuál es la filosofía y los valores que les han permitido llegar hasta la actualidad con esa salud de hierro?

Tal vez sea que nuestro concepto de empresa va más allá del estrictamente económico y hace referencia a un sentido más amplio de valores y filosofía de grupo. Donde existe una total identificación de socio y trabajador. Donde priman los acuerdos y decisiones comunes por el interés general de la empresa.

¿En qué materias asesoran a empresas y a particulares?

En Gestoría Aras hemos venido trabajando durante las últimas siete décadas con la firme voluntad de

ser los mejores colaboradores de sociedades, personas y familias en todas las áreas de sus relaciones privadas y públicas con las instituciones. Más allá del asesoramiento fiscal, laboral y administrativo, gestionamos todos los asuntos en contacto directo con nuestros clientes: empresas, autónomos y particulares.

¿Cuál es la infraestructura que tiene Aras para dar respuestas a cualquier servicio que demande un cliente?

La gestoría está formada por un equipo multidisciplinar, contamos con una plantilla de más de 25 trabajadores (economistas, licenciados ADE, abogados, gestores administrativos, graduados sociales, diplomados universitarios, agentes de la propiedad inmobiliaria, técnicos en pre-



viación de riesgos laborales, graduados en RRLL Y RRHH, técnicos administrativos) y colaboradores para atender todas las necesidades de nuestros clientes, para así poder ofrecer una completa oferta de productos y servicios para un mercado cada vez más complejo y competitivo.

¿Cuáles son las principales problemáticas a las que se enfrenta una empresa actualmente?

Los continuos cambios en las normativas de todo tipo, la incertidumbre judicial, la falta de estabilidad económica, política, laboral y de consenso social junto a una presión fiscal importante hacen que, si ya resulta exitosa cualquier actividad emprendedora, lo es más el poder mantenerse en el tiempo y hacerlas realidad, es por ello que las empresas necesiten guiarse y saber dejarse aconsejar por profesionales

de la empresa que den respuesta a todas estas problemáticas del día a día, para que las gestionen y les ofrezcan las soluciones necesarias.

¿El hecho de contar con un partner como Aras Gestoría de qué manera puede llegar a repercutir en la cuenta de resultados de una empresa?

Cada empresa tiene una actividad muy específica a la que debe dedicar todo su esfuerzo. Para todo lo demás, solo ha de realizar una pequeña inversión en nuestros servicios, inversión que no un gasto. Un servicio completo y personalizado que tenga cobertura en el amplio abanico de las necesidades empresariales actuales no puede entenderse como una partida que sume en la cuenta de explotación, en todo caso supondrá una inversión en la consolidación futura ya sea de una empresa, de un autónomo o en el caso de los particulares que también acuden a nosotros.

Quiero agradecer a todos nuestros clientes la confianza depositada en nosotros durante todo este tiempo y esperamos seguir dándoles las gracias durante muchos años más.

www.gestoriaaras.com

Aníbal Valencia Director general de Marh Underwriting

"Aunamos lo mejor de los dos mundos del tecnológico y del humano"

La imagen del corredor de seguros con la carpeta bajo el brazo, da la impresión que sea en blanco y negro. Pero para Aníbal Valencia, director general de Marh Underwriting, no es así, ya que se han propuesto aunar lo mejor de las nuevas tecnologías, con el trato humano de toda la vida, para dar un mejor servicio a precios competitivos.

¿El mundo de los seguros se está despersonalizando?

Ese parece ser el camino, pero una capa tecnológica sin personas detrás provoca que lo único competitivo sea el precio, porque el trato y el producto tenderán a ser deficientes.

¿Y cuál es la solución?

Conforme desaparecen los mediadores debido a la distribución de seguros vía canales lowcost o a través de estructuras de distribución genéricas, se ha situado al pequeño y mediano corredor con tremendas dificultades para ejercer su profesión, y más después de la voracidad con la que penetró la banca en nuestra actividad. Para frenarlo, presentaremos a los asociados y a

"En 2012 ya creamos una Apps con Oficina Virtual pero el mercado estaba aún inmaduro"

las organizaciones adheridas a la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros, APROMES, el Avant2 MARH Platform, la plataforma tecnológica de seguros más avanzada que ya opera en nuestro mercado.

¿Creada por vosotros?

Sí. En 2012 ya creamos una Apps con Oficina Virtual que permitía gestionar el negocio desde cual-

quier lugar, pero el mercado estaba aún inmaduro. Fue a partir de 2017 cuando tenía sentido sacar a la luz una plataforma de gestión puntera y generar oportunidades para los profesionales de la mediación aseguradora. Ha sido un trabajo conjunto entre Marh Underwriting y Codeoscopic, hoy líder absoluto en España con más del 65% de las pólizas emitidas anualmente a través de multiplataformas. Creemos que será una poderosa alternativa para que los mediadores podamos competir con verdaderas posibilidades de éxito.

¿qué ventajas tiene el Avant2 MARH Platform?

Aúna lo mejor de los dos mun-



dos, el tecnológico y el humano. Se trabaja en la nube, lo que permite precio competitivo, inmediatez y eficiencia. Pero todo el proceso está supervisado por personas para aportar calidad y atender a razones.

¿Quién es el cliente de Marh Underwriting?

Damos servicios tanto a particulares, con las mejores condiciones a través de una distribución profesionalizada por todo el terri-

torio nacional, como a grandes empresas, que en nuestra plataforma pueden gestionar sus propios riesgos, accediendo a sus datos de forma transparente y autónoma, pólizas, siniestralidad, etc. Todo ello gracias a una intensa labor estratégica y de negociación, una apuesta real por la tecnología y un equipo humano excepcional y altamente cualificado.

30 años asegurando dan para muchas batallas, ¿qué es lo más raro que os han pedido asegurar?

Recuerdo que se iba a celebrar un importante torneo en el Club Zaudín Golf, y en un hoyo concreto existía un premio de muy elevado importe económico para quien lo consiguiera en un solo golpe. Nos pidieron asegurar el premio dado que, según analizamos, no era una posibilidad tan remota, ya que un jugador de Tour y nivel Pro tiene una probabilidad de conseguirlo de 3.000 a 1.

avante MARH
— PLATFORM —

www.grupomarh.com

María Gracia Rubio de Casas Fundadora de Rubio de Casas Abogados

Blockchain

“Lo esencial es ser capaz de explicarle al inversor qué va a recibir a cambio de su dinero”

Especializada en regulación financiera, María Gracia Rubio de Casas creó su despacho a finales de 2014, tras quince años dirigiendo el equipo de esta rama del derecho en el despacho Baker McKenzie. Ante nuevos retos como criptoactivos, tókenes y blockchain, ve una evolución de los casos de siempre.



¿Qué áreas toca desde su despacho?

Siempre he hecho regulación financiera, que abarca a los que prestan servicios financieros, los que gestionan dinero de otros y los que invierten por cuenta propia. Los criptoactivos han sido la última transformación; hasta ahora, porque no tengo ninguna duda de que dentro de un año habrá algo nuevo que ahora ni siquiera imaginamos.

¿A qué tipo de clientes atienden?

Tenemos dos perfiles básicos de clientes: entidades que prestan servicios financieros a inversores, como gestores de cartera y gestores de fondos de inversión, y entidades que buscan financiación, que quieren captarla de inversores.

Las vías de financiación se han multiplicado en los últimos años.

Es de los cambios más notables, ha sido una especie de democratización en el acceso a la financiación. El fenómeno empieza con las plataformas de financiación participativa, mientras que los mercados de valores no han acabado de funcionar bien para un cierto segmento de empresas. La última forma que ha adquirido han sido las emisiones de criptoactivos, en las que creo que ha habido muchísima hojarasca. Para mí es como el mago de Oz, cuando abren la cortina y encuentran a un señor pequeñito, aterrado; es decir, hay gente que ha hecho muchísimo dinero, muy rápido, pero al final es un fenó-

meno que responde a categorías que conocemos: alguien que le pide dinero a otro y le ofrece a cambio un determinado rendimiento. Lo esencial es ser capaz de explicarle al inversor qué va a recibir a cambio de la financiación que te presta. Que la unidad a cambio de la que obtienes financiación sea un token tiene enormes ventajas operativas, y facilita muchísimo la trazabilidad de la inversión y la existencia de mercados secundarios privados entre los inversores, pero el núcleo sigue siendo el mismo, alguien que pide dinero.

¿Están reguladas esas nuevas herramientas?

Ahora mismo no, porque lo único que tiene sentido es una re-

gulación global, y no hay acuerdo entre los supervisores y reguladores sobre cómo tratar esto. El esfuerzo que ha hecho la CNMV es muy meritorio. Es de los pocos supervisores europeos que han fijado por escrito criterios sobre esta materia, recordando las normas de juego pero también dando cierta flexibilidad.

¿A qué problemas se enfrentan sus clientes en esta materia?

Por parte de los emisores, la principal dificultad es siempre la determinación de si lo que están haciendo entra dentro del ámbito que sí está regulado. La segunda es una dificultad operativa y tecnológica grande: articular una oferta de criptoactivos requiere un soporte tecnológico relevante.

¿Se legalizarán las criptomonedas?

Ni el bitcoin ni el ether son monedas en el sentido que las entendemos pero a estas alturas lo son en el sentido de que la comunidad las reconoce como tales. Es como el esperanto, que tiene el valor que la comunidad le reconoce, pero para el resto del mundo no es un idioma.

El esperanto no evolucionó, ¿lo harán las criptomonedas?

Yo creo que inevitablemente sí. Esto se encauzará, se definirá un marco normativo y se empezará a operar dentro de la realidad conocida.

www.rubiodecasas.com

Gonzalo García-Valdecasas, Antonio Vázquez y Javier Pascual Responsables de Cysae

Blockchain

“Unimos tecnología y servicios legales para ofrecer un servicio más eficaz”

Cysae es un despacho de abogados especializado en el mundo del legaltech que está trabajando en el desarrollo de herramientas propias para ofrecer a sus clientes un servicio singular en el mercado. Para conocer su filosofía con más detalle, hablamos con dos de sus responsables, Antonio Vázquez y Javier Pascual.

Cysae es algo más que un despacho jurídico. ¿Cómo lo definirían?

AV: Somos un equipo de abogados e ingenieros que unimos ambas áreas de actuación para ofrecer a nuestros clientes servicios jurídicos, innovadores, de la forma más flexible, rápida, eficaz y económica. ¿De qué manera?

JP: Actualmente tenemos dos líneas de negocio. La primera son los servicios legales, donde ofrecemos asesoramiento jurídico especializado en nuevas tecnologías, sobre todo a startups.

En este campo ofrecemos servicios como la elaboración de estatutos, la constitución de la empresa, los estudios de viabilidad jurídica del proyecto que quieren lanzar o todo lo relaciona-

do con el ámbito de la protección de datos, tanto en los procesos internos de la empresa como en lo que tiene que ver con la adecuación de la página web al Reglamento General de Protección de Datos.

AV: También ofrecemos a nuestros clientes asesoramiento especializado en materia de propiedad intelectual y patentes y marcas."

Y en blockchain...

JP: Así es. Cada vez son más los proyectos que usan esta tecnología y nosotros ofrecemos asesoramiento integral para que los servicios prestados se adapten a la normativa actual, en áreas como la contratación vía blockchain o que verse sobre pro-



yectos blockchain, Initial Coin Offerings (ICOs), la privacidad o la ciberseguridad."

¿Ahí es donde entra en juego la segunda línea de negocio?

AV: Nuestra segunda actividad es el desarrollo de software. Hemos creado dos herramientas que utilizan blockchain para optimizar procesos

y que se encuentran en diferente fase de implementación. Se trata de Boardchain y Stamper Cysae. La primera se centra en la gestión y adopción de acuerdos sociales en juntas de accionistas, sin presencia física y con validez legal, mientras que Stamper es una herramienta que sirve para certificar archivos a través de la tecnología blockchain. Con ello garan-

tizas que los documentos que se publican en la web de forma abierta para su descarga quedan certificados como que nadie los ha modificado posteriormente.

Se evitan así obras derivadas, vulneraciones de la propiedad intelectual, pero, sobre todo, la posibilidad de que los documentos descargados sufran enmiendas o correcciones no revisadas por sus autores y que puedan llevar en algún momento a errores o conflictos.

¿Cuál es la estructura de Cysae para llevar a cabo estos proyectos?

JP: En este tiempo hemos configurado una plantilla formada por 8 personas con presencia en Madrid y en Barcelona, donde se encuentra nuestro equipo de programadores.

¿Cuáles son los objetivos de futuro de la firma?

AV: El reto es consolidar nuestros servicios y productos y poder, a medio plazo, llegar a otros países con nuestras herramientas tecnológicas. Tenemos una dificultad clara: los cambios de las regulaciones de cada estado, pero parte de nuestro trabajo diario pasa por que se produzcan cambios en dichas regulaciones.



www.cysae.com

Miklós Auerbach Director general de Gedeon Richter Ibérica

Gedeon Richter

Un referente en salud de la mujer

Gedeon Richter es una compañía farmacéutica líder de origen húngaro fundada en 1901. Con más de 100 años de experiencia en investigación, fabricación y comercialización de fármacos, está especializada en Salud de la Mujer.

Desde sus inicios ha ido adquiriendo un claro posicionamiento de liderazgo en Europa Central y del Este, convirtiéndose en una de las principales multinacionales del sector farmacéutico.

¿Qué destacaría del histórico de Gedeon Richter hasta hoy?

Es una empresa que desde sus inicios tenía muy clara su apuesta por la salud y calidad de vida de las mujeres. Fue y sigue siendo pionera en el desarrollo de productos hormonales, apostando fuerte por la introducción de nuevas y sofisticadas técnicas de producción para responder a las más altas exigencias de calidad. La evolución en este campo y el crecimiento de la compañía han sido una constante en su historia.

Tiene una larga tradición en innovación, un equipo internacional volcado en cada uno de los proyectos y sólidas alianzas con sus socios estratégicos con el claro objetivo de convertirse en una empresa multinacional especializada en productos de alto valor añadido que ayuda a millones de pacientes en todo el mundo.

Como nuevo director general de la filial en España, afronto esta nueva etapa que supone un reto para mí muy motivador y con toda la confianza de formar parte de una empresa que posee una gran capa-

cidad innovadora y sólidos valores que comparto: adaptación al cambio, flexibilidad y aprendizaje constante.

¿Cómo se posiciona la compañía actualmente?

Nuestro posicionamiento se basa en una firme apuesta por la Innovación e I+D creando productos y soluciones terapéuticas de calidad que cubran las necesidades en salud de la mujer en todas las etapas de su vida.

Apuesta por crecer competitivamente, con la máxima calidad y cumpliendo las normativas internacionales más exigentes.

¿Qué cifras pueden dar idea de la dimensión de la compañía? Gedeon Richter tiene hoy presencia internacional en más de 100 países...

Actualmente Gedeon Richter es una de las 5 compañías más importantes en el área ginecológica en España. Contamos con 70 personas en la plantilla de la filial, incluyendo una red comercial propia que trabaja con dedicación y esfuerzo para adaptarnos a las necesidades del mercado y contribuir a mejorar la atención de las pacientes. Cada vez tenemos más incorporaciones y nuevos lanzamientos de productos y su implicación favorece el cumplimiento de los objetivos de la compañía.

“Gedeon Richter ofrece productos de anticoncepción, tratamiento de miomas uterinos, infecciones vaginales, terapia hormonal para la menopausia e infertilidad”

Actualmente los productos de Gedeon Richter están presentes en más de 100 países, la compañía dispone de siete plantas de producción, 29 oficinas de representación y 27 filiales comerciales y distribuidoras. En cuanto a expansión internacional, hemos aumentado presencia en los mercados de los países de la CEI, la Unión Europea, América Latina, China y Estados Unidos.

¿Cómo se desarrolla la actividad de Gedeon Richter en España?

Gedeon Richter está presente en España desde hace 30 años, y en los últimos 10 años plenamente especializada en Salud de la Mujer.

El área de ginecología es estratégica para nuestra compañía. Aunque no disponemos de un centro de investigación propio en España,



contamos con la colaboración de varios centros hospitalarios y expertos muy reconocidos involucrados en la investigación de nuestros productos. Tenemos varios proyectos en desarrollo que incluyen un plan de ensayos clínicos en el que participarán investigadores españoles durante los próximos años, no solo en el área ginecológica sino también en otras áreas terapéuticas.

¿Qué productos llevan a nuestro mercado?

Ofrecemos una amplia gama de soluciones terapéuticas de alta calidad, con la máxima innovación y eficacia. Productos de anticoncepción, tratamiento de miomas uterinos, infecciones vaginales, terapia hormonal para la menopausia e infertilidad.

¿Cuáles son las últimas innovaciones de la compañía en el marco de su especialización en la salud de la mujer?

Una de sus últimas innovaciones es un fármaco comercializado en los últimos años para el tratamiento de los miomas uterinos cuya eficacia está demostrada para el control rápido del sangrado, la anemia

y en la reducción del tamaño de los miomas. Hasta la fecha, se estima que unas 765.000 pacientes se han tratado a nivel mundial.

Otro de los productos está indicado para la vaginosis bacteriana, que, frente a los tratamientos antibióticos tradicionales, no presenta resistencias. Este año hemos lanzado también un nuevo anticonceptivo hormonal en forma de dispositivo intrauterino.

¿Qué compromisos adquieren desde su departamento de I+D+i?

Gedeon Richter invierte un 10% de su facturación en I+D, lo que supone alrededor de 130 millones de euros anuales. Es el mayor inversor no solo en Hungría, donde cuenta con un centro de investigación con más de 1.000 investigadores, sino en Europa Central y del Este.

¿Tienen previstos nuevos lanzamientos a corto y medio plazo?

La estrategia de la compañía se basa en la ampliación de su cartera de productos en el área de ginecología, ofreciendo nuevas moléculas resultado de una investigación innovadora así como medicamentos equivalentes desarrollados y fabricados en sus propias sedes de acuerdo con los más altos estándares de calidad.

Nuestro compromiso sigue centrándose en una fuerte apuesta e inversión en España. Estamos trabajando en varios proyectos muy enfocados al cuidado de la Salud de la Mujer. Además la compañía está apostando fuerte como estrategia de futuro por la Biotecnología, área de desarrollo en la que piensa comercializar un nuevo producto el año próximo en el área de la Osteoporosis.

