

ECONOMÍA & EMPRESA

MARTES, 30 DE OCTUBRE DE 2018

Leticia Carbajo Directora Moneytrans España y responsable de Marketing del grupo

“Nuestros clientes dicen que somos los más cercanos y resolutivos del sector”

Moneytrans World fue la pionera en Europa en ofrecer un servicio de envío de dinero lowcost. Esta empresa familiar, con espíritu de start-up, innova cada día para posicionarse como la primera Fintech europea en ofrecer una completa gama de servicios para migrantes, expatriados y viajeros.

Antes del Euro, teníamos que cambiar moneda cada vez que cruzábamos una frontera. Francisco Sánchez-Apellaniz, fundador y CEO de Moneytrans, ¿se acabó hartando de las comisiones de los bancos?

Sí. En 1991, Francisco se fue a estudiar a Bélgica y se percató de las comisiones abusivas que le aplicaban los bancos para cambiar divisas. ¡Las tarifas eran superiores al 10%! De ahí nació su idea de crear un servicio de cambio de divisa transparente y lowcost en España. Un modelo de éxito que replicó en Bélgica pocos años después.

Y de un problema particular, a tener más de 5.000.000 de clientes...

Francisco se enfrentó a otra problemática en Bélgica; los migrantes penaban para enviar el fruto de sus ahorros a sus familiares por las tarifas exorbitantes de las transferencias internacionales. Por eso, en 2001 lanzamos el primer servicio de transferencias internacionales lowcost en Bélgica. En los años siguientes, nos expandimos por el resto de Europa y África, con la apertura de una sucursal en República Democrática del Congo. En 2010, Moneytrans seguía siendo



Leticia Carbajo



Francisco Sánchez-Apellaniz

una empresa familiar que habían creado una red de pago que cubría 110 países y ofrecía una relación calidad-precio valorada por millones de clientes. Esto nos llevó a ser premiados como la mejor empresa de transferencias de dinero por la prestigiosa International Association

of Money Transfers Network (IAMTN), un reconocimiento que nos dio mucha fuerza para seguir avanzando y diversificarnos.

¿Cómo puedo enviar dinero?

Puedes acceder a nuestros servicios desde alguna de nuestras

“En 15 minutos tu familiar tendrá acceso a ese dinero en cualquiera de los 140 países que servimos. ¡Así de fácil!”

5.000 oficinas en Europa, desde nuestra plataforma online iMoneytrans o desde nuestra app con tres sencillos pasos: comprueba el coste, indica un beneficiario y paga el envío. En 15 minutos tu familiar tendrá acceso a ese dinero en cualquiera de los 140 países que servimos. ¡Así de fácil! Nuestros clientes suelen decir que somos los más cercanos y resolutivos del sector; será porque nuestro compromiso es compartido por todas y cada una de las personas que componen el equipo: sentimos que contribuimos realmente a mejorar la vida de las personas.

Moneytrans también tiene una vertiente humanitaria...

La inclusión financiera es un tema que siempre nos ha preocupado; en el año 2002 desarrollamos un servicio llamado Cash2Health en África, que consiste en la colaboración con una red de médicos para que nuestra clientela pueda facilitar y agilizar la asistencia médica de sus seres queridos en República Democrática del Congo y Burundi. Pero queríamos ir un paso más allá y, en 2017, creamos la iniciativa Making People Smile, para fomentar y ayudar el empoderamiento de la mujer, la integración mundial y la educación, temas que nos tocan de cerca, igual que a nuestra comunidad.

“En 2017, creamos la iniciativa Making People Smile, para fomentar y ayudar el empoderamiento de la mujer, la integración mundial y la educación”



 **Moneytrans**
making people smile!

www.moneytrans.eu/spain

Eduardo Alvariño Fundador de GEA Gestión en Acción

"El objetivo es la Excelencia real, el incremento de la rentabilidad será una de sus consecuencias"

GEA Gestión en Acción nació hace cinco años para acompañar a las empresas en Procesos de Cambio hacia la Excelencia empresarial. De esta forma, Eduardo Alvariño decidió compartir una metodología, el MGE10 (Método de Gestión en Excelencia 10), que ha ido desarrollando y aplicando durante toda su vida profesional.

¿Cómo define la Excelencia?

Hay una Excelencia teórica que proporciona certificados pero que no siempre garantiza ese estadio de alta eficacia y alta eficiencia, y hay una Excelencia real que es la que se consigue acompañando a las organizaciones y aplicando una metodología comprobada y experimentada con herramientas precisas que garantizan esos estadios organizacionales excelentes, creando actitud, compromiso y motivación. Una de las singularidades de los procesos que abordó es la de coordinar y armonizar personalmente la secuencia de acciones necesarias en todas las áreas de la empresa, mientras que las consultorías al uso normalmente trabajan

con varias personas lo que aumenta la posibilidad de fracaso en el proceso. Esa singularidad multidisciplinar es una garantía para mis clientes, y así se refleja en sus opiniones.

¿Cómo nació su metodología de gestión, el MGE10?

El Método de Gestión en Excelencia 10, (MGE10) tomó forma cuando tuve que enfrentar el montar una planta para una multinacional. Puse como condición encargarme personalmente de la selección y de los planes de formación de las más de noventa personas que tenía que contratar. Al formar a esa plantilla, con una edad media de 21 años, me di cuenta de que tenía una metodología que

llevaba aplicando desde los 19 años, de forma intuitiva y a golpe de trabajo, y simplemente le di forma. Y se disparó la rentabilidad de esa empresa y en cuantas empresas tuve la posibilidad de implantar el MGE10.

¿Y en qué consiste su metodología?

El MGE10 se asienta en tres pilares fundamentales: una Cultura concreta, once Herramientas precisas y la adecuada gestión de Personas.

¿Y cómo aborda esos tres pilares?

La Cultura se resume en varios conceptos: actitud, ambiente de trabajo, trabajo en equipo, visión global y jerarquía horizontal. Las Herramientas son once y una de ellas contiene la Estrategia Comercial, con el foco puesto en el Cliente final. El objetivo siempre va a ser la Excelencia real y el incremento de la rentabilidad será una de las consecuencias. Para eso primero hay que entender muy bien el negocio y posteriormente identificar y desarrollar con un gran nivel de detalle todas las cuestiones necesarias para disparar co-

mercialmente a la organización y, tan importante como lo primero, preparar a todos los departamentos para esa evolución.

Las Herramientas nos permitirán alcanzar un grado de eficiencia máxima en aspectos como la comunicación interna, la eficacia de las reuniones, los procedimientos de procesos, la metodología para captar, tratar y orientar cualquier aspecto del trabajo diario (Soeracs) En cuanto al tercer pilar, la gestión de las Personas, utilizo el MDM10 para conseguir la actitud, la consciencia y la motivación necesaria de todos los colaboradores. Paralelamente aumentar sus capacidades y minimizar sus limitantes a través de coaching complementando todo esto con la necesaria formación en liderazgo que contempla el MGE10.

¿Sabían las empresas qué es lo que les falta para alcanzar la Excelencia real?

En mi experiencia la gran mayoría de ellas lo desconocen. Aunque es habitual que soliciten mis servicios



parcialmente, transmitiéndome su preocupación en un área o un tema concreto en la gran mayoría de los casos han terminado iniciando un proceso de cambio global. Es determinante cómo la propiedad percibe hasta qué punto empatizo con sus inquietudes, preocupaciones; su propia percepción de sus necesidades reales y de la garantía de conseguir satisfacerlas mediante una colaboración respaldada por el boca a boca de mis clientes, proporcionándoles un viso de tranquilidad. Y no importa el sector que demande el servicio ni el tamaño de la empresa, importa la voluntad de la propiedad en tener un negocio excelente y, en consecuencia, más rentable.

www.geagegestionenaccion.com

Carles Figueras CIO de Fortior Capital

"Dejar las emociones al margen permite tomar mejores decisiones de inversión"

Fortior Capital es una empresa de asesoramiento financiero (EAFI) dirigida por Carles Figueras, CFA, Licenciado en ADE y Máster en Finanzas y Gestión Bancaria por la Universitat Rovira i Virgili. Hemos hablado con él para conocer su filosofía de trabajo y las singularidades de Madriu Sicav, la sociedad de inversión de capital variable que asesora.

¿Cuáles fueron los orígenes de Fortior Capital?

La EAFI nació hace ahora un año a partir de mi experiencia anterior en el mundo de la gestión de activos, que llevé a cabo en entidades como Banc Sabadell y Morabanc. Tras algún tiempo en el sector, decidí poner en marcha una iniciativa que me permitiera ofrecer un servicio adaptado a mi visión del mundo financiero.

Que se basa...

Siempre he sido un apasionado de la renta variable y ese es el campo que conozco. Sin embargo, en las entidades bancarias no sentía la libertad necesaria a la

hora de actuar ni tampoco había una alineación con los intereses de los clientes. El foco estaba en comercializar los productos del banco y eso me producía cierta incomodidad.

¿A qué cliente se dirige hoy?

Trabajo con un único cliente, GVC Gaesco Gestión, a la que presto asesoramiento en la gestión de Madriu SICAV. Se trata de una SICAV española que cotiza en el Mercado Alternativo Bursátil que invierte en una selección de compañías de las bolsas de todo el mundo, identificadas mediante un proceso de inversión sistemático y cuantitativo, cen-

trado en la búsqueda de acciones con valoraciones atractivas, alta rentabilidad sobre el capital, buen balance y dinámicas favorables a medio plazo.

¿Por qué cuantitativo y sistemático?

Con frecuencia, las emociones influyen en los procesos de toma de decisiones, procesos que son críticos cuando hablamos de inversiones. Lo que hacemos es partir de un marco de inversión racional que posteriormente sistematizamos, de manera que logramos mejores resultados. Apostar por una forma de actuar como esta viene dado, en gran medida,



con empresas de todos los tamaños, tengamos un cierto sesgo hacia las medianas y pequeñas.

¿Queda mucho por hacer para que se invierta la tendencia y la inversión cuantitativa gane terreno?

Es preciso que los inversores entiendan que hay más formas de hacer las cosas más allá de las de siempre. En algunos países la inversión cuantitativa ya está arraigada, pero en España aún queda camino por recorrer. En Fortior Capital procuramos ser didácticos a través de nuestro blog y de las redes sociales para que los inversores entiendan que es una vía muy válida. Como muestra, la SICAV ha pasado de gestionar 3 millones de euros al principio a los cerca de 9 de hoy.

porque hoy tenemos la tecnología para analizar una gran cantidad de datos, lo que favorece la tarea.

¿Qué perfil de inversor forma parte de Madriu SICAV?

Hablamos de un inversor con tolerancia a la fluctuación de la renta variable y también a las fluctuaciones frente a los índices. Son inversores que aprecian la diversificación, el hecho que trabajemos con activos de países desarrollados y que, pese a que actuemos

www.fortior-capital.com
www.madriusicav.com

Javier Núñez Director general de Neuberger Berman Iberia

"La preservación de capital siempre ha estado en nuestras decisiones"

Nacida en 1939, Neuberger Berman es una gestora de fondos global e independiente que pertenece a sus empleados y especializada en deuda emergente, high-yield y acciones estadounidenses. Hace tres años llegó a España, donde trabaja con entidades financieras y gestiona más de 500 millones de euros.



¿Cuál es la visión de negocio de Neuberger Berman?

Neuberger Berman nació en Nueva York, especializada básicamente en gestionar dinero de personas privadas. Hoy somos una empresa de tamaño medio en gestión de activos. No somos una casa generalista. A lo que aspiramos es a tener relaciones de largo plazo con los clientes, crear partnerships y enfocarnos en las cosas que creemos que sabemos hacer bien y donde podemos dar valor añadido. Somos independientes y nos dedicamos en exclusiva a la gestión de activos. Gestionamos unos 274.000 millones de euros, de los cuales unos 207.000 corresponden a fondos y mandatos para clientes institucionales y retail en las principales clases de activos. Los otros 67.000 millones corresponden a inversiones alternativas incluyendo private equity.

¿Y en qué inversiones están especializados?

Dentro de los fondos de inversión, se nos conoce más por lo bien que lo

hacemos en alguna estrategia determinada, como el crédito high-yield, la deuda emergente, acciones estadounidenses e inversiones alternativas. Son el tipo de estrategias que el mercado busca en nosotros.

¿A qué clientes se dirigen?

En la actualidad tenemos todo tipo de clientes, desde clientes retail hasta clientes institucionales. En España nos dedicamos exclusivamente a tratar con entidades financieras y, cuando les gusta alguno de nuestros fondos, lo incorporan a la cartera que ofrecen a sus clientes. Otras veces, si les interesa, por ejemplo, invertir parte de sus propios activos en deuda emergente, los fondos de deuda emergente de Neuberger Berman pueden ser una buena opción.

¿Qué ventajas tienen sobre sus competidores?

Todo esto depende de varios factores. Por supuesto, está la experiencia de nuestros equipos de inversión y el tiempo que muchos de ellos llevan

trabajando para la firma. Por ejemplo, nuestro equipo de deuda emergente cuenta con 34 profesionales que gestionan más de 17.000 millones de euros, desde oficinas en Atlanta, La Haya, Singapur y Shanghái, lo que nos facilita la cobertura de los mercados durante las 24 horas. Otra ventaja que tenemos y que está en nuestro ADN es la preservación de capital, precisamente por nuestros orígenes, porque la compañía nació como gestor de banca privada en Estados Unidos, y la preservación de capital siempre ha estado en nuestras decisiones. Somos muy prudentes en mercados con mucha volatilidad.

¿Tienen un producto específico para España?

Por ahora, no tenemos ningún fondo específico para el mercado español, ofrecemos el mismo producto que en el resto de Europa. Nuestros fondos sí que invierten en España en algunos sectores, como el fondo de bonos híbridos corporativos, donde hay empresas interesantes para invertir. Recientemente hemos incorporado un equipo de deuda europea y vamos a lanzar fondos de bonos europeos que acabarán invirtiendo en el mercado español.

www.nb.com

Miguel Luzárraga Director de AllianceBernstein en Iberia



"AllianceBernstein en España: a la vanguardia del mañana"

Alliance Bernstein (AB) es una sociedad internacional líder en gestión de activos, con un patrimonio gestionado que supera los 540.000 millones de dólares. Ofrece una amplia gama de soluciones de inversión para instituciones e inversores particulares que abarcan diversas clases de activos, estilos de inversión y mercados geográficos.

Antes AB daba servicio a los clientes de Iberia desde su oficina en Miami, ¿qué les ha hecho cambiar y empezar ahora en España?

Efectivamente, durante muchos años AB ha servido con éxito a los clientes de Iberia desde la oficina de Miami. En nuestro afán de seguir creciendo en esta región, sentimos que es el momento adecuado para tener mayor presencia y dar mejor servicio a nuestros clientes. España es un mercado importante en Europa y nuestro objetivo es apoyar y dar servicio a los clientes de Iberia, donde gestionamos cerca de 1.400 millones de dólares.

¿Observan en España un interés creciente por soluciones de inversión?

La tendencia de crecimiento del mercado de fondos internacionales en España demuestra la creciente necesidad por soluciones de inversión en esta región. Estamos comprometidos para dar respuesta

"Ayudamos a nuestros clientes a mejorar y proteger sus ahorros a través de inversiones líderes de mercado"

a esta necesidad por parte de los clientes y aportarles nuestro conocimiento en lo que sabemos hacer mejor.

¿Qué clase de fondos ofrecen?

Nuestra gama de fondos ha sido diseñada con mucho cuidado de la mano de nuestros clientes en todo el mundo durante nuestros más de 50 años de experiencia en la gestión de activos. Tenemos más de 138 gestores, con una media de 22 años de experiencia, que trabajan conjuntamente para intercambiar conocimientos y percepciones. Tenemos productos pioneros en renta fija, como nuestra estrategia de

"Hay una creciente necesidad de soluciones de inversión en España"

high yield global, que tiene más de 20 años de historia; nuestra estrategia de hipotecas americanas, única en este segmento; o nuestra gama de generación de rentas por áreas geográficas. En renta variable, soluciones de baja volatilidad o con protección en las caídas e ideas con alta convicción, como nuestras estrategias europeas o americanas. Nuestros multiactivos de mercados emergentes buscan

maximizar la rentabilidad y reducir la volatilidad.

¿Cuáles son las fortalezas de AB como compañía?

Nuestro principal objetivo es ayudar a nuestros clientes a mejorar y proteger sus ahorros a través de inversiones líderes de mercado. Nuestros fondos de Luxemburgo comprenden diversas clases de activos, estilos de inversión y mercados geográficos. La renta variable, renta fija multiactivo y las estrategias alternativas se centran en solucionar los problemas de los inversores con productos que aporten alpha, generen rentas consistentes o que protejan en las caídas."

[A] [B] ALLIANCEBERNSTEIN

www.alliancebernstein.com

Andreu Mingote Director Técnico de Serpreco Correduría de Seguros, Grupo La Mutua de los Ingenieros



"Conocemos bien las inquietudes y necesidades del colectivo de la ingeniería"

Serpreco es la correduría de seguros del Grupo La Mutua de los Ingenieros. Nació con el objetivo de completar la cobertura integral y asesoramiento independiente al cliente, a través de acuerdos con las mejores compañías del mercado asegurador y promoviendo los valores de solidaridad y colaboración propios de La Mutua.

Serpreco es el referente en coberturas de responsabilidad civil profesional de las ingenieras e ingenieros industriales de Catalunya desde hace décadas... ¿Adecuar el producto a las necesidades de cada momento ha sido el reto?

La póliza de un colectivo tan especial como el de las ingenieras e ingenieros industriales es un reto para cualquier corredor, ya que requiere de conocimiento del colectivo y saber escucharlo para entender sus necesidades. Tenemos un valor añadido sobre otras corredurías, dado que a través de La Mutua de los Ingenieros llevamos

más de 60 años dándoles servicio en previsión social, por lo que conocemos muy bien sus inquietudes. En responsabilidad civil profesional, hemos ido adaptando la póliza y sus coberturas a medida que su especialización técnica ha ido evolucionando.

Los ciberriesgos son ahora la preocupación de muchos empresarios ¿Qué ofrece Serpreco al respecto? ¿Tienen algún producto de este tipo en cartera?

Según datos del Instituto Nacional de Ciberseguridad, el cibercrimen ya supone el 0.8% del PIB Mundial. Para las empresas espa-

"Asesoramos e intentamos que el cliente se conciente del ciberriesgo"

ñolas este organismo cifra el coste económico en 14.000 millones de euros. El 70% de las empresas ciberatacadas son pequeñas o autónomas y el 60% que sufre un ataque informático desaparecen a los 6 meses.

Ofrecer una solución aseguradora a empresas y autónomos es vital, sobre todo desde el pasado

mes de mayo, con el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos, lo que implica que cualquier ciberataque que tengamos y vulnere datos de terceros que estén en nuestro poder puede comportar importantes multas y sanciones por incumplimiento de nuestro deber de custodia y protección de datos de carácter personal.

Desde Serpreco asesoramos e intentamos que el cliente se conciente del riesgo. Disponemos de diferentes acuerdos con compañías para ofrecer productos en función del tamaño de la empresa y necesidades a cubrir, que van desde la cobertura de responsabilidad civil, a la pérdida de beneficios de la propia empresa e incluso al servicio de respuesta forense informática en caso de ciberataque.

¿Qué valor añadido aportan a sus clientes como correduría?

A nuestro deber como corredores de asesorar de forma independiente e imparcial incluimos los

valores que nos sustentan por formar parte del Grupo La Mutua de los Ingenieros, entidad sin ánimo de lucro, que actúa con principios de mutualismo, solidaridad, servicio al cliente e innovación.

¿Qué nuevas tendencias se van perfilando en su sector?

La experiencia del cliente, la digitalización e innovación, así como los riesgos de las start up y el crowdInsuring como nuevos riesgos nacidos de la economía colaborativa son tendencias que tendremos que abordar en un futuro, que prácticamente ya es presente.



www.serpreco.com

AIBROK

Cercanía y óptimo asesoramiento

Constituida en 1987, Aibrok es una correduría de seguros que gestiona carteras de riesgo de particulares y empresas, proporcionando asesoramiento, rapidez y gestión de siniestros que aportan solución y tranquilidad a sus clientes.



Álvaro Ordóñez y Pablo León, socios de AIBROK

En sus más de 30 años de trayectoria, Aibrok ha trabajado para mantener una cartera heterogénea que basa en un equilibrio entre un amplio número de seguros particulares (desde seguros de hogar hasta seguros de arte) y el volumen de sus seguros profesionales, concretamente los de Responsabilidad Civil Profesional, en los que están muy especializados. Actualmente su tipología de clientes de Responsabilidad Civil Profesional son estudios de arquitectura, gabinetes de ingeniería y despachos de abogados con facturaciones en algunos casos de más de 100 millones de euros.

"Cuando adquieres un seguro, lo que haces es transferir tu riesgo y lo que quieres es que esa transferencia sea total y esté perfectamente definida para que cuando surja el siniestro, este se resuelva de la forma más eficaz posible"

aseguran desde la correduría. "Esto, unido al valor añadido que damos al cliente con la gestión de renovaciones, siniestros y demás, es la clave del éxito de una correduría y es lo que nos permite mantener a nuestros clientes fidelizados". Aibrok asesora al cliente haciendo un análisis de riesgos inicial para poder recomendar la tipología de seguros que necesita. "En muchos casos, esto supone analizar sus seguros vigentes que la mayoría de las veces tienen deficiencias importantes, ya sea en falta de coberturas o un déficit en la actualización de las condiciones, por lo que la relación coberturas-precio no es la correcta. Una vez presentadas las opciones más adecuadas y estas aceptadas por el cliente, se realiza un seguimiento de la póliza revisando las renovaciones y, sobre todo, gestionando los siniestros, evitando al cliente tener que hacer esta labor".

SEGUROS PARTICULARES Y PROFESIONALES

Aibrok ha ido ampliando y consolidando su cartera de productos. "Lo hemos ido haciendo paso a paso. Ofrecer por ofrecer no da buenos resultados ni a nivel económico ni reputacional. Antes de dar el salto a incluir un nuevo producto entre nuestro repertorio debemos asegurarnos de tres cosas: que existe una demanda consistente a la que podemos llegar, que hay una oferta bien trabajada (buena relación coberturas-primas-rentabilidad) en aseguradoras de primer nivel y que tenemos la capacidad a nivel comercial de venderlo de forma adecuada sin que otros productos se vean afectados". En este sentido, los dos últimos años Aibrok ha incorporado a su oferta dos tipologías de seguros que cubren las nuevas necesidades de nuestro entorno: los seguros de drones y de ciberseguridad.

AIBROK es una correduría cercana, con un óptimo asesoramiento, que siempre busca la mejor opción para tu riesgo, puesto que constantemente investiga el mercado asegurador para adelantarse a las necesidades de sus clientes, y que dispone de un departamento de back office eficiente para solucionar todos los problemas.

AIBROK
ENCONTRAMOS SOLUCIONES

www.aibrok.com

Víctor Rodríguez Iglesia Responsable Financiero de Segurworld Life



"Las pymes y autónomos no están preparados para un ciberataque"

Con una dilatada experiencia en el sector de los seguros, especializados en empresas, la correduría Segurworld ha lanzado recientemente un producto específico sobre ciberseguridad, una necesidad real de las pymes, aunque muchas no se dan cuenta. Sus propuestas personalizadas recogen lo mejor de más de 25 compañías aseguradoras.

¿Cómo nació su idea de ciberseguro?

Buscamos dar respuesta a las inquietudes reales de nuestros clientes y la ciberseguridad es una de ellas. Cuando oyen hablar sobre ataques cibernéticos, nos preguntan cómo se pueden proteger y se sorprenden cuando les informamos que este tipo de riesgos se pueden asegurar. Este es un nicho de mercado que está en auge, sorprende que no haya más especialistas, por lo que decidimos apostar por este tipo de seguro y dar solución a nuestros clientes. Hemos hecho un estudio de mercado para comprobar la respuesta que tendría un ciberseguro especializado, y hemos analizado los productos comerciali-

zados por cada compañía para enfocarlo bien lo que queríamos ofrecer.

¿Es entonces una necesidad real?

Ahora todo está conectado, no sólo a nivel particular; las cadenas de producción están automatizadas, se gestionan por control remoto, surgiendo así nuevos tipos de riesgos. El paquete que ofrecemos es para pymes y autónomos. Hay que acabar con la mentalidad de que sólo las grandes empresas sufrirán este tipo de ataques. No es cuestión de si te va a pasar a ti sino de cuándo te va a pasar, desde un simple virus que te borre el disco duro hasta que un pirata te encripte los archivos y te pida un rescate. El

70% de las empresas afectadas son pequeñas, quebrando como consecuencia al no poder asumir el gasto.

¿Están preparadas las empresas españolas para un ciberataque?

Revisando informes y estudios, me queda bastante claro que la mayoría de las pymes y los autónomos no lo están. Entiendo que mucha gente piensa que este tipo de seguro es caro o que tienen que contratar a un informático que monte las medidas de seguridad. Nuestro producto les prepara para eso. Y el precio depende del tipo de actividad que tenga, pero para las pymes hemos conseguido un rango de entre 300 y 400 euros de prima anual, que pue-

den llegar a los mil dependiendo de las garantías que quieran.

¿No existía un ciberseguro antes del de Segurworld?

En España no hay experiencia en este sector, y cada compañía está probando su producto con sus propias garantías y límites. Nosotros negociamos con esas compañías para hacer un producto personalizado para cada cliente. Además de cubrir la pérdida de beneficio, entre las principales características está la responsabilidad civil ante terceros. Otro servicio es el de gestión de incidentes, con asesoramiento jurídico, gastos de comunicación a los propios afectados e incluso especialis-

tas en marketing para que no afecte a la reputación de la empresa.

¿Cómo están respondiendo las empresas?

Siempre nos sentamos con los clientes para estudiar sus necesidades, lo que perderían si sufrieran un ataque informático y si tendrían forma de recuperarse. En los últimos años han aparecido noticias sobre ciberataques a grandes compañías, y eso ha favorecido de alguna manera la contratación de este tipo de seguro, concienciando a las empresas de la necesidad de un apoyo si se vieran en esta situación tan complicada como desconocida.



Ignacio Marín Villamayor CEO de HMY

"El éxito está en la suma de los detalles que llegan subliminalmente al consumidor"

Hace 60 años nació la empresa francesa Hermès-Métal, que años después se fusionó con la española Yuidigar y constituyeron, en 1998, HMY. Desde entonces, se han convertido en la compañía líder internacional en servicios globales 360° e innovación para el retail. Hablamos con Ignacio Marín Villamayor, CEO de HMY.

¿Vuestro mayor logro sería que vuestros clientes vendieran más?

En efecto, nuestro mayor éxito y principal objetivo es que nuestros clientes puedan aumentar sus ventas a través del expertise e innovación que podemos ofrecerles.

Y haciendo todo esto posible, hay desde arquitectos a antropólogos, pasando por psicólogos y especialistas en comunicación...

Nuestra división Retail Science monitoriza en profundidad cada segmento. Incluye equipos multidisciplinarios que estudian, no sólo cómo está cambiando el consumidor, sino también cómo las marcas

y retailers pueden ofrecer soluciones para dar respuesta a estos cambios.

Pero como consumidores, ¿no crees que nos fijamos mucho en los productos pero poco en lo que los sujetan?

Creo que existe un complejo conjunto de factores que forman esa experiencia de compra que pretende ser única en cada retailer o marca. Hay que sumar el impacto que tiene el producto y cómo está expuesto. El éxito está en la suma de los detalles de la tienda que llegan subliminalmente al consumidor.

Y lo que vemos, muchas veces debe ser lo de menos... ¿Por eso habláis de proyectos 360°?

En efecto, para impactar y dar el mejor servicio, nuestras soluciones abarcan desde la fase de desarrollo del proyecto hasta el mantenimiento de las instalaciones, desde el principio hasta el final y desde todos los puntos de vista. 360°. Llave en mano.

Tenéis clientes en 160 países y 90 oficinas, ¿conocer las preferencias de tantos lugares distintos ayuda a la hora de diseñar el producto?

Así es, un mismo consumidor no

se comporta igual de un segmento a otro o de un mercado a otro. En HMY estudiamos estos nichos de comportamiento y también cómo varían. Por ejemplo, el consumidor alemán es muy diferente al americano o al turco. Por otra parte, poder ofrecer la misma calidad y servicios a clientes que tienen una red internacional de tiendas y que quieren mantener la misma imagen globalmente está siendo uno de nuestros principales factores de éxito.

¿Cuál sería vuestro cliente tipo?

Actualmente, HMY da servicio a más de 3.400 clientes. Si bien nues-



tros comienzos fueron en la gran distribución y la alimentación, hoy en día tenemos una dilatada experiencia en todos los sectores, tanto en marcas como en retailers. La gran mayoría son clientes con un gran número de puntos de venta.

¿Algún proyecto ilusionante para el futuro?

Estamos en constante desarrollo, en línea con los cambios en los hábitos de compra del consumidor y los consecuentes cambios en el retail. Por ejemplo, estamos viendo el desarrollo del "click&mortar" y adaptándonos a ese nuevo paradigma. Estamos invirtiendo en digitalización, I&D y consumer data, entre otros. Es decir, damos respuesta a la creciente globalización y avances tecnológicos.



Instalación hecha por HMY para Armani

Javier Castro CEO de PA Digital

"Somos el líder en marketing digital para las pymes en este país"

Pionera en la transformación digital, PA Digital tiene como objetivo ayudar a las pymes en este proceso y esto la ha llevado a innovar en el marketing online, donde atiende a más de 80.000 clientes y ha producido más de 120.000 webs.

¿Cómo les ha afectado la transformación digital?

Llevamos más de 50 años ayudando a las pymes a generar más negocio. Nosotros éramos como Google en papel, todo el mundo buscaba en las Páginas Amarillas, pero ya llevamos muchos años invirtiendo en nuestra transformación digital. Desde 1995 estamos presentes en internet con paginasamarillas.es, que tiene seis millones de usuarios únicos al mes, más de la mitad desde el móvil. Desde entonces, hemos ido dando pasos muy importantes hacia la transformación, con un gran impulso en este último año. El 75% de nuestros ingresos ya son digitales, y esperamos que lleguen al 90% en 2020. Y este proceso se ha acelerado por las necesidades de

nuestros clientes. Escuchamos al mercado, entendemos la tecnología que hay disponible, desarrollamos nuestra propia tecnología y se la ofrecemos a nuestros clientes para hacerles la vida más fácil. Gracias a eso, somos el líder en marketing digital para las pymes en este país, con 80.000 clientes.

¿Qué hacen para seguir adelantándose a esas necesidades?

Estar muy atentos, preguntar mucho a nuestros clientes y estar al día en las nuevas tecnologías. Acabamos de crear un área de nuevos negocios, alianzas y adquisiciones con el objetivo de buscar nuevos productos, nuevos canales y adquirir talento y tecnología digital. Estamos evaluando soluciones basadas en blockchain, crowd-



sourcing de contenidos y SEO y leads garantizados, entre otras, con el objetivo de aportar al cliente siempre las soluciones más innovadoras.

¿Qué tipo de servicios ofrecen a las pymes?

Nuestro diferencial es que somos capaces de dar al cliente todo tipo de

soluciones para generarle tráfico y mejorar la rentabilidad de su negocio. Ofrecemos un abanico de servicios 360 grados, desde offline hasta la solución digital más sofisticada. En primer lugar, le ayudamos a posicionarse en internet con nuestro servicio BeeDIGITAL, que le da presencia universal, de una forma muy sen-

cilla, y le ayuda a homogeneizar sus datos en más de 22 plataformas distintas. El segundo paso es crearle una página web para que tenga un escaparate hacia sus potenciales clientes donde contarles qué hace, dónde está, qué productos o servicios tiene, etcétera. Una web que no sólo tiene que estar muy bien diseñada, sino muy bien posicionada, y nosotros nos ocupamos de eso. El tercer paso son las redes sociales, donde el cliente no sólo tiene que estar presente sino que tiene que ser activo, y le ofrecemos ser su community manager. Y el siguiente nivel es el tráfico, porque el cliente lo que quiere son resultados, y las pymes españolas son muy exigentes. Además, podemos dar otros servicios, como una tienda online.

¿Google ha pasado de rival a aliado?

Claro, y tiene mucho sentido, porque nosotros, en realidad, con Google y con Facebook tenemos una relación simbiótica, no somos competidores. Hemos encontrado un hueco en el mercado para convertirnos en el canal que les ayuda a llegar a las pymes, y ellos nos generan tráfico. De hecho, somos uno de los partners más importantes de Google en este país para las pymes.

www.padigital.es

Daniel Boedo CEO de Hitachi Consulting Spain

"Hitachi Consulting: transformación de negocio gracias a la tecnología, con foco en las personas"

Con una experiencia acumulada de más de 12 años en España ayudando a sus clientes en procesos de transformación, asesoramiento tecnológico (IT Advisory) y optimización en la gestión de proyectos, Hitachi Consulting impulsa este año sus capacidades en Big Data y Analytics apoyado en las sinergias que aporta un grupo industrial de más de 100 años de experiencia. Hitachi Consulting está considerada por los analistas de mercado como un Partner de referencia en procesos de transformación digital gracias a su oferta de servicios y soluciones.



¿Cómo ve Hitachi Consulting la transformación Digital?

La transformación digital es fundamentalmente un cambio cultural y, por lo tanto, pensamos que las personas deben ser el eje de ese cambio. La tecnología es sin duda importante para nosotros (Hitachi por ejemplo invierte 3,4 Billones al año en I+D+i), los datos (Big Data) son importantes, pero

también los procesos de negocio que nos ayudan a transformar y, sobre todo, las personas que participan en ellos. Sin una adecuada gestión del cambio, la transformación no se puede llevar a cabo con éxito.

¿Qué valor aporta HCC con respecto a otros competidores del sector?

Nuestro método de trabajo, por ejemplo. Combinamos la experiencia de múltiples casos de éxito en diferentes sectores (industrial, energía, retail...), con un enfoque flexible orientado a construir de la mano de nuestros clientes las soluciones digitales más adecuadas para sus necesidades y su negocio. No existen dos clientes iguales, ni soluciones "estándar", por lo que hay que estar preparado para trabajar en múltiples tecnologías y ám-

bitos de mercado para responder a cada necesidad.

¿En qué servicios o proyectos estáis trabajando?

Tenemos varios ejemplos, con clientes globales que quieren extender sus soluciones, y también focalizados en España. Estamos ayudando, por ejemplo, a transformar sus canales comerciales de cara a usuarios finales a través de asistentes virtuales "Chatbots" o la integración con los nuevos dispositivos inteligentes de voz. También estamos abordando proyectos IoT dirigidos a la mejora de calidad en procesos de producción dentro del sector industrial, o al mantenimiento predictivo de cara a conseguir mayor eficiencia en costes.

Hitachi Consulting impulsa la transformación de sus clientes con soluciones innovadoras y personalizadas, respaldándonos en un sólido ecosistema de empresas tecnológicas líderes, y persiguiendo resultados concretos de negocio.

www.hitachiconsulting.com

"Nuestra aproximación a las diferentes problemáticas consiste en definir ámbitos de actuación específicos donde se pueda medir los beneficios y el retorno de la inversión, con progresividad y escalabilidad"

Sergio López de Castro Director Comercial Unidad de Negocio Solar Energy de Fronius España

RDL 15/2018

"Por fin se abren las puertas al autoconsumo en España"

Recién aprobado el Real Decreto Ley 15/2018 de medidas urgentes para la transición energética y la protección de los consumidores, entrevistamos a un directivo de Fronius en España, empresa que busca, desarrolla y pone en práctica métodos innovadores para vigilar y controlar la energía en la tecnología de soldadura, fotovoltaica y de carga de baterías. Su Unidad de Negocio Solar Energy ofrece una amplia gama de productos para la generación, el almacenamiento, la distribución y el consumo de energía solar.

¿Cómo se valora desde Fronius España el nuevo RDL 15/2018?

El RDL 15/2018 puede ser el paso definitivo para el desarrollo de la energía solar fotovoltaica y la generación distribuida en nuestro país. Se trata de un RDL que no solo elimina el llamado "impuesto al Sol", sino que suprime el entramado de trabas técnicas y administrativas que se había pergeñado con el objetivo de desincentivar y desmotivar a quien quisiera una instalación fotovoltaica para producir parte de la electricidad que consume de manera autónoma y renovable. Se trata de un RDL que afloja la soga que amordazaba al sector y que,



por fin, abre las puertas al autoconsumo en España y nos pone en igualdad de condiciones con el resto de países de la Unión Europea.

Desde Fronius se refieren a un futuro energético con 24 horas de sol ¿Cómo será posible alcanzar este reto?

En la actualidad, la sociedad ya tiene a su disposición tecnología suficiente como para abastecer el consumo energético de nuestras ciudades usando fuentes renovables. La industria renovable, la de baterías e incluso la del hidrógeno tienen soluciones preparadas para desembarcar en la sociedad. Solo falta apoyo y determinación política. Cuando se eliminen las puertas administrativas, el mundo dará un cambio asombroso en el modo de producir y consumir energía. En estas premisas se basa nuestra vi-



sión de "24 horas de Sol". Fronius tiene desarrollados sistemas que podrían abastecer todo el consumo energético de una vivienda (agua caliente, calefacción, electricidad, coche eléctrico, incluso coche de hidrógeno). Y todo, gracias a nuestra fuente renovable favorita: el Sol.

¿Qué soluciones ofrecen orientados a esos objetivos?

En Fronius disponemos de soluciones integradoras basadas en el funcionamiento del corazón de una instalación, el "inversor u ondulador fotovoltaico". Nuestras soluciones van desde contadores inteligentes de electricidad, gestión integral de la electricidad producida y consumida en una vivienda, generación de calor con el excedente eléctrico, acumulación del

excedente en baterías inteligentes de Li, entre otros dispositivos.

¿En el ámbito residencial la meta es el autoconsumo?

No solo en el ámbito residencial, también en el empresarial o industrial. La meta es que allí donde haya un consumo eléctrico una parte importante de este se genere y consuma gratis "in situ" gracias al Sol. Esto hará que las empresas sean más competitivas debido al ahorro en la factura de la "luz" y los hogares más independientes y menos sensibles al aumento del precio de la electricidad.



www.fronius.es

Ignacio Paredes Socio fundador de Paredes y Rivas Arquitectos

"La regeneración de los cascos antiguos plantea un reto apasionante para los arquitectos"

Paredes y Rivas Arquitectos es un estudio de arquitectura formado por los arquitectos Ignacio, Miguel y Jesús Paredes Peña y Juan Carlos Rivas San José. Hemos hablado con el primero de ellos para conocer qué servicios ofrecen a sus clientes.

¿Cuáles son los orígenes del estudio?

Paredes y Rivas Arquitectos nació en el año 2001 como continuadores de Paredes y Ríos, el despacho que puso en marcha nuestro padre en los años 60. Hoy contamos con una estructura fija formada por los cuatro socios, cuatro arquitectos colaboradores, dos delineantes y una persona que se ocupa de la administración. Además, entre nuestros colaboradores fijos contamos con distintos despachos de ingeniería especializados en el cálculo de estructuras e instalaciones así como con un estudio dedicado exclusivamente al urbanismo (Urbyplan).

¿En qué áreas de la arquitectura trabajan?

Estamos centrados al 100% en el

mundo de la edificación, tanto residencial como de equipamientos. En estos años hemos realizado promociones de todo tipo, grandes y pequeñas, pero también proyectos para concesionarios de coches, congregaciones religiosas con edificios educativos, hospitales privados... Apenas hemos trabajado para el sector público, nos hemos centrado fundamentalmente en el privado, un tipo de cliente que también ha evolucionado y donde han cobrado protagonismo las entidades financieras y los fondos de inversión.

¿Qué diferencia al Paredes y Rivas de otros estudios de arquitectura?

Creo que uno de nuestros rasgos diferenciales es que los cuatro socios estamos en el día a día de cada obra. No nos



Arquitectos socios de Paredes y Rivas Arquitectos SLP, de izqda. a dcha.: Ignacio, Jesús y Miguel Paredes Peña y Juan Carlos Rivas San José

limitamos a la redacción del proyecto, sino que nos ocupamos de su gestión y de ofrecer un servicio integral para lograr que cada trabajo se ajuste en precio y plazo a lo que se ha previsto. Más allá de eso, nuestro reto es proporcionar a nuestros clientes una respuesta arquitectónica adecuada a los tiempos que vivimos y, como digo, que se ajuste tanto técnica como económicamente a lo que piden los clientes, siempre con un máximo respeto por el entorno donde se marca el edificio.

¿Cuáles son los planes de futuro del estudio?

Tras unos años duros, el sector de la construcción se va recuperando. No creo que los volúmenes de obra nueva alcancen el mismo nivel, pero sí pienso que la rehabilitación va a ser el motor de crecimiento del futuro. Personalmente, creo que la regeneración de los cascos antiguos de las ciudades, sobre todo en las ciudades pequeñas, nos plantea un reto apasionante a nivel de normativas y también de logística. Y

cuando hablo de cascos antiguos no me limito solo a los edificios con muchos años, sino también a los que se construyeron en los años 50, 60 y 70 con el crecimiento de las ciudades y que en pocos años también necesitarán trabajos de rehabilitación. EL objetivo de Paredes y Rivas Arquitectos es adaptarnos a esa nueva realidad para seguir ofreciendo un servicio integral al mercado.

www.pyrarquitectos.es

Frédéric Giraudet Director General Aldes España



"El aire del interior de las viviendas puede estar hasta 8 veces más contaminado que el aire exterior"

Con casi 100 años de vida y más de 20 de implantación en nuestro país, Aldes sigue proponiendo soluciones innovadoras en ventilación y tratamiento de aire, tanto para viviendas como para hoteles, colegios u oficinas. Hablamos de ello con Frédéric Giraudet, Director General de la compañía en España.

Respiramos 26.000 veces al día, lo que representa unos 12.000 litros diarios de aire. Un buen motivo para cuidarlo...

Es nuestro compromiso Aldes connected to Healthy Living: crear lugares de vida sanos, donde se respire aire limpio y, además, que se adapten a las necesidades de sus ocupantes con soluciones conectadas e inteligentes. Y siempre con un alto nivel de eficiencia energética y confort acústico.

¿El aire de casa también es nocivo?

Aunque solo el 20% de las personas cree que el aire de casa puede ser malo, la realidad es otra: el aire de dentro puede estar hasta 8 veces más contaminado que el aire exterior, y pasamos hasta el 80% de nuestro tiempo en el interior de edificios. Además de los contaminantes de fuera (como partículas finas llamadas PM 2.5), hay varios contaminantes generados dentro de la vivienda, desde la humedad del baño o de la cocina o el CO₂ que generamos al respirar, hasta los COV que proceden de varias fuentes, como de los productos de limpieza. Además, las viviendas más recientes, las más nuevas, son las que poseen una mayor estanqueidad del aire, básicamente para ahorrar energía, por tanto, hay más riesgo de una mala Calidad del Aire Interior (CAI), lo que aumenta la necesidad de un buen sistema de ventilación y purificación del aire.

42 millones de personas en todo el mundo respiran aire tratado por productos Aldes, pero en España todavía son una minoría.

La reglamentación sobre la ventilación controlada de viviendas en España solo existe desde 2006, lo que significa que no hay casi ningún edificio equipado antes de esa fecha. Además, después de legislarlo, siguieron 8 años de crisis en la construcción, lo que reforzó la situación. Pero ahora nos encontramos con las condiciones para que esto cambie: empieza a haber un mercado de la construcción dinámico que se acerca a las 100.000 viviendas nuevas al año; se revisó el código técnico de la construcción en 2017 para integrar todavía más la CAI, obligando a tener una ventilación constante mínima; y el usuario final es más consciente del impacto de respirar, él y su familia, un aire sano, por eso es más exigente y curioso en el cuidado de su espacio.

¿Su nombramiento como Director General de Aldes España es para mejorar esta estadística?

Desde sus comienzos en España, Aldes siempre ha tenido fama de empresa seria y de confianza: equipos de alto nivel para atender al cliente, productos innovadores y de alta calidad, herramientas de diseño para ayudar a desarrollar los proyectos... Mi llegada, con 12 años de experien-

"Nuestro compromiso es crear lugares de vida sanos, donde se respire aire limpio con soluciones conectadas e inteligentes"

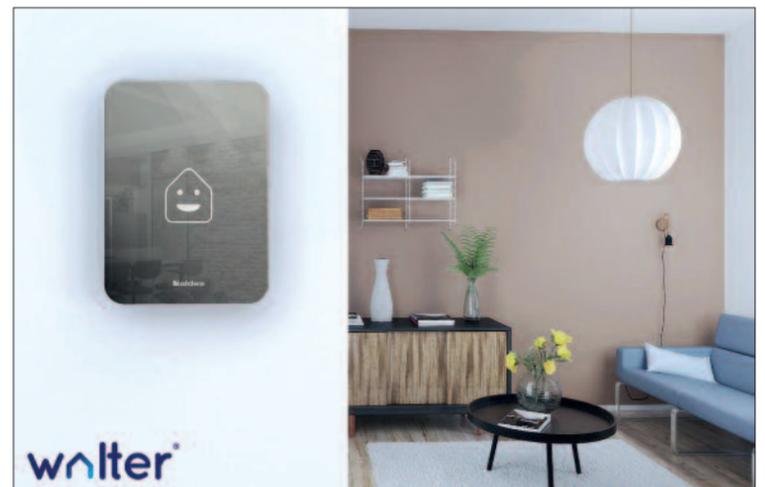
cia en la empresa, nos permite acelerar la colaboración con la sede para adaptar cada vez más nuestra oferta al mercado español. Hemos previsto un plan de inversión importante para acompañar el crecimiento y tenemos la ambición de equipar a 100.000 personas nuevas cada año en España y alcanzar los 20M€ de facturación a corto plazo.

Tengo un niño pequeño, un perro y en mi casa no tengo ninguno de sus productos, ¿qué me recomendaría?

Los niños son muy sensibles a la CAI porque sus pulmones se están desarrollando. Tener un perro en casa es una fuente más de contaminantes (pelos, olores, polvo...). En este caso, filtrar y renovar el aire es clave para su purificación: un producto como el InspirAir Home permite renovar el aire de toda la vivienda 10 veces al día, y filtrar hasta el 99% de sus principales contaminantes, con tipos de filtros adaptados a cada necesidad. Su bajo consumo significa menos de 0,2 euros de coste diario para funcionar, además de recuperar la energía del aire para ahorrar en consumo de calefacción/aire acondicionado.

¿Y qué otros productos ofrecen?

Aldes ofrece todas las soluciones para obra nueva o rehabilitación, para viviendas unifamiliares o colectivas. Algunos de nuestros productos son: equipos de ventilación EasyHOME®, equipos de recuperación de calor y filtración InspirAIR® Home, bombas de calor para agua caliente sanitaria TFlow®, conductos OptiFlex, bocas acústicas y de diseño ColorLINE®... También ofrecemos una



"Con casi 100 años de experiencia, seguimos invirtiendo en I+D y escuchamos a nuestros clientes para innovar constantemente"

amplia gama de unidades de tratamiento de aire (UTAs, gama VEX) para hoteles, oficinas, escuelas...

Con tantos productos, el departamento de I+D debe ser muy importante en su organización...

Aldes invierte el 5% de su facturación en I+D. Hemos creado nuestro nuevo Innolab en 2017 y hemos lanzado al mercado 23 nuevos productos en los dos últimos años, lo que significa un 80% de nuestra oferta nueva.

¿Y hacia dónde están trabajando?

Nuestro objetivo es anticipar las tendencias del mercado, por ejemplo, la digitalización. Ya proponemos, a través de nuestras apps Aldes Connect / Aldes Connect Pro, la posibilidad de controlar y seguir cada

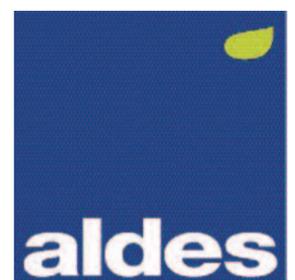
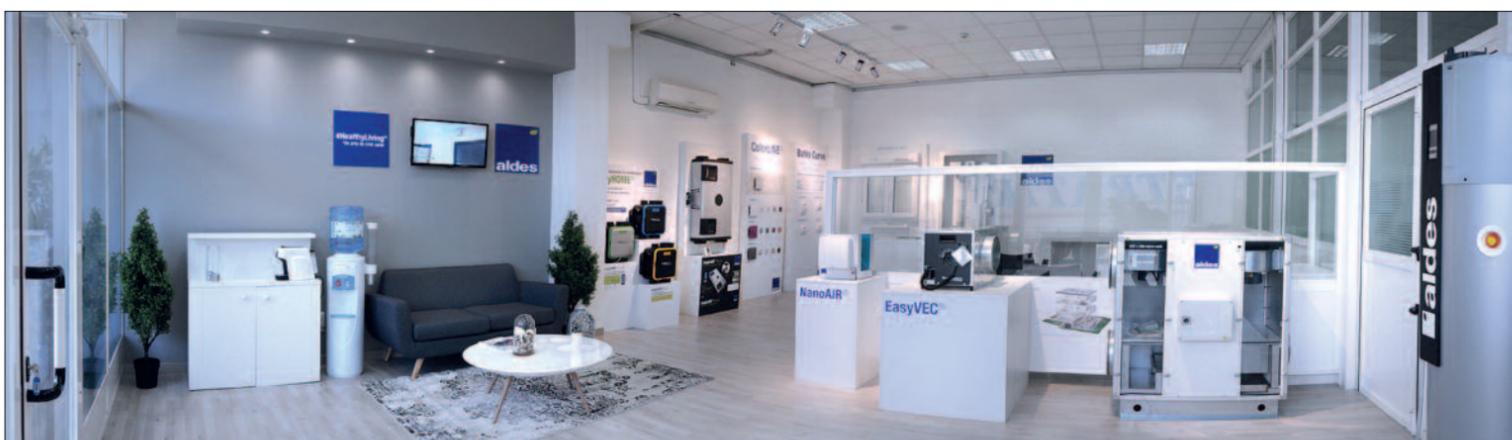
sistema (usuario final, mantenimiento...), pero con Walter, nuestro nuevo producto, ofrecemos un control total de la CAI de la vivienda. Walter es único, es el primer objeto conectado del mundo que mide la CAI y que actúa sobre un sistema de ventilación.

¡Parece el futuro! ¿Es hacia dónde todos deberíamos ir?

Cuidar la salud es lo más importante: ¡hemos creado soluciones para que la gente pueda actuar en algo tan común, pero tan necesario, como el aire que respira!

¿Por qué debería escoger Aldes y no otra empresa?

Con casi 100 años de existencia desde su creación, tenemos mucha experiencia, pero seguimos invirtiendo en I+D y escuchamos a nuestros clientes para innovar constantemente. Además, somos un grupo internacional reconocido por ser un referente en el sector de la ventilación y purificación del aire, con un cuidado servicio de atención al cliente. Pero también somos un grupo de proximidad, ya que tenemos una amplia presencia en diferentes partes de España.



info@aldes.com
+34 91 428 20 12

@aldes_spain ald-españa