

Excelencia Empresarial





Excelencia empresarial e innovación, cada día más vinculadas

Impulsar empresas innovadoras en todo el territorio catalán es el objetivo

Foment del Treball y Eurecat acuerdan impulsar la innovación en empresas catalanas, firmando un convenio que busca facilitar la implantación de programas de innovación y favorecer la competitividad, el crecimiento y la expansión de todos los sectores económicos catalanes, según han informado la patronal y el centro tecnológico en sendos comunicados.

Eurecat es el principal centro tecnológico de Cataluña y centra su actividad en la transferencia de conocimiento altamente especializado al tejido industrial y empresarial, para aumentar su competitividad en un contexto marcado por el cambio de paradigma que introducen la digitalización y la industria 4.0 y otras tecnologías con alto potencial disruptivo.

Su presidente, Xavier Torra, remarca que este convenio de colaboración con Foment "tiene como objetivo favorecer la competitividad de las empresas catalanas", mediante "la capacidad diferencial que aporta la tecnología en el lanzamiento de nuevos productos o servicios y en la



mejora de los procesos de fabricación desde el punto de vista de la productividad y de la sostenibilidad".

Por su parte, el presidente de Foment, Josep Sánchez Llibre, considera que "desde Foment apostamos claramente por la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica, una cuestión que consideramos pieza esencial e imprescindible del crecimiento de la economía. Con este acuerdo queremos ser útiles y hacer de puente y conector con los principales agentes y actores

clave de la innovación".

El convenio permitirá coordinar actuaciones de las dos instituciones, realizar comisiones, estudios y debates para facilitar el impulso a la innovación en las empresas de cualquier dimensión e intensificar las relaciones con los centros de investigación universitarios.

Fomentar la emprendeduría

El Govern quiere fomentar la emprendeduría de alta especialización en el territorio catalán y, por este motivo, ha aprobado

Se busca favorecer la competitividad, el crecimiento y la expansión de todos los sectores económicos catalanes

Catalunya, la región europea que más recursos atrae para innovación y pymes

Lo decía la UE a principios de este año, recomendando subir los fondos a innovación, juventud, economía digital, gestión de fronteras y seguridad. El director general de Presupuesto de la Comisión Europea, Gert Jan Koopman, defendía que "Catalunya es la región europea que atrae más recursos relacionados con la innovación de las pymes. Más que cualquier otra región europea".

Catalunya es la Comunidad Autónoma con más número de empresas innovadoras, seguida de Madrid y Valencia

El 13,5% de las industrias catalanas trabajó con aspectos relacionados con la industria 4.0

innovadora, que asciende a 2.257, según datos del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Madrid y Comunidad Valenciana conforman el resto del podio con un total de 488 y 333 pymes innovadoras. Las tres regiones juntas superan el 60% del total nacional. La Rioja es la que más destaca internamente porque cuenta con 1,3 empresas innovadoras por cada 1.000 sociedades activas, seguida de Navarra, con una.

En cuanto al número de agrupaciones, España cuenta con 91 agrupaciones registradas oficialmente en el registro de Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI) de la Dirección general de Industria y de la Pyme. En total, acogen 6.151 pymes.

Por sectores de actividad, hay que destacar las TIC, que cuentan con 1.551 sociedades mercantiles, que representan un 25% del total; medio ambiente y energía, con 713 empresas y el 12% del total; y maquinaria y tecnología industrial, con un total de 570 empresas y el 9% del total.

Según el último Baròmetre de la Innovació, elaborado por ACCIÓ en 2017, el 25,7% de las empresas hicieron investigación y desarrollo, cifra tres décimas superior a la del año pasado. Es importante que el 68% de las empresas destinaron en el 2017 más recursos a la I+D que el año anterior.

El 13,5% de las industrias catalanas trabajó con aspectos relacionados con la industria 4.0, lo que representa 1,2 puntos más que el año anterior. El estudio también mide la previsión de empleo para las empresas que han innovado y que han incorporado nuevas tecnologías: el 44,4% de las empresas que introducen la industria 4.0 prevén incrementar el empleo este año, por el 37,2% de las que no lo han hecho. Ello desmiente el mito de que la industria 4.0 destruirá empleo.

El Big Data, la Internet de las Cosas y la impresión 3D son las nuevas tecnologías más incorporadas por las empresas.

Se pretende fomentar la emprendeduría de alta especialización en el territorio catalán

destinar 1.125.000 euros a renovar el programa Primero de preaceleración, que se desarrollará a finales del 2019 y durante el primer semestre de 2020. Esta dotación representa casi un 33% de incremento respecto a la primera edición de este programa, creado en el año 2016.

El programa Primer de preaceleración quiere estimular el desarrollo de preaceleradoras (entidades beneficiarias) en todo el territorio que, mediante formación y mentoring, den apoyo a las personas emprendedoras para desarrollar sus proyectos y para la creación de empresas emergentes.

La iniciativa da mucha importancia a la especialización temática y territorial. La intención es priorizar aquellos proyectos con un foco temático alto, muy especializado y diferenciado, y que supongan la aplicación de innovación, tecnología o nuevos modelos de negocios.

La Comunidad con más empresas innovadoras

Catalunya es la comunidad autónoma con más número de empresas innovadoras, con 535, es decir, un 23,7% del total de empresas con el sello de Pyme

ENTREVISTA **Rafael Sebastián** Director General de Lékué

“Queremos hacer la vida en la cocina más fácil, sana y sostenible”



Lékué es una empresa con sede en la Llagosta (Barcelona), distinguida por su apuesta por el diseño y la innovación de productos para cocinar en casa y para llevar. Revolucionaron la cocina al microondas en 2007 con el Estuche de Vapor, ahora pretenden hacer lo mismo con su nueva apuesta, el Microwave Grill. Hablamos con Rafael Sebastián, Director General de Lékué.

¿La innovación está en vuestro ADN?

Sí. Nuestros productos a veces son rompedores y han cambiado incluso la forma de cocinar en casa, otras veces dan una nueva solución a necesidades cotidianas con un guiño bien pensado que te ayuda en tu día a día. Nuestra filosofía es la de promover una alimentación sana, equilibrada y sostenible y nuestro objetivo hacerle al consumidor la vida más fácil. Somos diseñadores y fabricantes y aportamos soluciones únicas y eficaces en productos, gadgets y utensilios de materiales de gran calidad y durabilidad que ayudan por su diseño ingenioso. Cuando lanzamos al mercado el Estuche de Vapor, por ejemplo, nadie pensaba que se podía cocinar al vapor en el microondas, pero demostramos que sí y es uno de nuestros productos más vendidos. Y no solo eso, pensamos y sabemos que la cocina al microondas es la mejor.

¿Por qué motivo?

Colaboramos con Fundación Alicia, centro de investigación dedicado a la innovación en cocina de Ferran Adrià, para el proyecto sobre cocina al microondas. Por un lado, es el método de cocción más rápido, pero también el más eficiente ya que se tarda mucho me-

nos en cocer cualquier alimento, y además el consumo energético es mucho menor. Por otro lado, está demostrado que mantiene los sabores, la calidad y los valores nutricionales de los ingredientes. No se pierden nutrientes como puede ocurrir al hervir y no se superan los 230°C por lo que las grasas tampoco se saturan como en la sartén (¡que alcanza más de 300°C!). Otro punto a favor es que tienes la cocción controlada: pones el tiempo que se requiere y te olvidas. No tienes que estar pendiente y puedes aprovechar ese tiempo, ¡es ideal para cualquiera!

“La cocina al microondas es una manera de cocinar rápida, saludable y segura”

¿A qué te refieres?

Desde personas mayores a estudiantes y familias. La cocina al microondas es una manera de cocinar rápida, saludable y

segura: no debes temer a dejarte el gas encendido, la sartén en el fuego o la olla hirviendo que pueden quemarse; todo esto no pasa. En nuestra gama para microondas tiene mucho éxito, por ejemplo, el Quick Pasta Recipes Cooker, con el que hervir pasta y hacer la salsa en el mismo recipiente en pocos minutos. No tienes que esperar a que hierva el agua o ensuciar una sartén, todo estará listo sin tener que estar pendiente de nada.

Habéis vendido 8 millones de Estuches de Vapor. ¡Esto es mucho aho-

rrero en papel de aluminio para cocinar el salmón al papillote!

¡Cierto, aunque nunca lo habíamos enfocado así! En el Estuche de Vapor se pueden cocinar infinidad de recetas, y el salmón es muy popular porque queda buenísimo. La verdad es que apostamos por reducir desechables: papel de aluminio, film, plásticos de un solo uso... Igual que la innovación, el cuidado del planeta también lo llevamos impreso en el ADN. Tenemos en nuestro catálogo las Tapas Extensibles para conservar alimentos como alternativa al film o incluso nuestros productos de silicona, con un uso normal, tienen una vida útil y garantía de 10 años.

Por cierto, ¿la silicona es plástico?

No, la silicona proviene principalmente del silicio, que se encuentra

de forma natural en la arena, cuarzo y rocas. Nuestra silicona es 100% platino, se hace solo con este metal noble y de alta calidad; y es la que se usa para tetinas de biberones, prótesis quirúrgicas... El plástico en cambio es de origen sintético, proviene del petróleo. En Lékué también fabricamos productos en plástico, específico para contacto alimentario y garantizamos una gran durabilidad. ¡Es importante saber que no todos los tipos de plástico pueden ir al microondas! De nuevo, hay que mirar la calidad y la marca antes de comprar cualquier producto que esté en contacto con lo que vamos a comer.

¿Y el metal también se puede meter en el microondas?

Pues sí, lo hemos hecho con el Microwave Grill. Es otro producto que revolucionará el mercado: ya es posible cocinar a la parrilla en el microondas. Consiste en dos placas de acero recubiertas de una silicona especial por la parte exterior con las que se consigue marcar los alimentos y darles el resultado de la parrilla convencional, pero con los beneficios del microondas que comentaba. Más nutrientes, menos grasas, sin humos ni olores y ahorrando tiempo y energía. Está funcionando muy bien en España, Francia, Reino Unido... La presentación en Estados Unidos fue en la tienda del MOMA, el Museo de Arte Moderno de NY, porque les encantó el producto.

Hablas de Europa y Estados Unidos, pero estáis presentes en los cinco continentes...

Lékué, aun siendo una empresa pequeña, es una marca reconocida en casi todo el mundo y estamos creciendo a doble dígito: el año pasado triplicamos el EBITDA de 2017 y este 2019 la previsión es aumentar en un 30%. Gran parte de los beneficios los reinvertimos en I+D, marketing y comunicación para seguir dándole valor a la marca. Así, ya llegamos a más de 70 países en todo el mundo y seguimos expandiéndonos y creando comunidades fuertes como en China y Japón, donde Lékué tiene mucho reconocimiento.

“Lékué, aun siendo una empresa pequeña, es una marca reconocida en casi todo el mundo”

Lékué se percibe como una marca muy cercana...

Nuestra relación con los consumidores va más allá del producto: ofrecemos contenido, ideas, recetas... Las redes sociales nos ayudan especialmente a conectar con los usuarios y ya tenemos más de 250.000 seguidores en los principales canales de Lékué en todo el mundo. En España, podéis seguirnos en @lekuees. Y algo muy importante y que también nos hace únicos y cercanos, la atención al cliente: cualquier usuario puede contactarnos para resolver dudas y conocer todas las posibilidades de nuestros productos.



ENTREVISTA **Susana Castells** Gerente de Ecocastells

“En octubre lanzaremos dos nuevas variedades de arroz ecológico: Arodelta y Ricastello”

La familia Castells hace casi un siglo que se dedica al cultivo del arroz. Pero hace más de una década que empezó con la producción de arroz ecológico con Susana Castells como gerente de Ecocastells. Hemos hablado con ella.

¿Desde cuándo cultiva la familia Castells arroz en el Delta de l'Ebre?

En los años 20 mi bisabuelo ya cultivaba arroz en el Delta, y la familia ha continuado con la actividad de forma ininterrumpida. Hoy somos la cuarta generación dedicada a esta actividad en Deltebre, en pleno corazón del Delta de l'Ebre. Desde 2008 producimos arroz ecológico que posteriormente molturamos y comercializamos. Hasta finales de 2016 sola-

mente vendíamos el arroz a granel, pero desde septiembre del 2016 hemos dado el salto a la comercialización final creando nuestra marca “ecocastells” y llegando a tiendas especializadas y al canal horeca.

¿A qué se debió el giro hacia el arroz ecológico?

Por dos motivos. Por un lado, creemos que hay que respetar la biodiversidad tan rica que hay en

nuestra tierra, y para ello nada mejor que respetar el entorno. Por otro lado, también nos movió todo lo vinculado a la alimentación y la salud. Quisimos reconsiderar todo eso y aplicarlo a nuestro trabajo.

Lo que incluye hasta el envasado del arroz...

Así es. Usamos envase de papel porque queríamos utilizar productos diferentes al plástico, que es el más empleado en el sector del arroz. Creemos que es necesario ir incorporando materiales reciclables y, dentro de lo posible, con formatos más ecológicos y respetuosos con el entorno.

¿Qué extensión de cultivo poseen?

Aunque empezamos con unas 20 hectáreas en 2008, actualmente estamos cultivando 74 hectáreas de arroz 100% ecológico. Se trata de un arroz cultivado sin productos químicos, ya que no utilizamos sustancias de síntesis como herbicidas, fungici-

das o insecticidas, ni tampoco abonos químicos.

¿Qué variedades cultivan?

Cultivamos la variedad Marisma, un arroz de grano medio especial para paellas y arroces caldosos. Como novedades de esta próxima campaña, estamos cultivando y vamos a empezar a comercializar a partir de octubre dos nuevas variedades: Arodelta y Ricastello. El Arodelta es un arroz largo aromático pensado para hacer ensaladas, salteados o como acompañamiento, mientras que la variedad Ricastello es de tamaño muy grande e ideal para hacer risottos. Es importante destacar que todas las variedades cultivadas en Ecocastells son variedades propias obtenidas por nuestro departamento técnico.

¿Cuál de sus productos es el más valorado por el consumidor?

Por ahora solo comercializamos la variedad Marisma, que es muy apreciada por los restaurantes espe-



cializados y por las colectividades. En cualquier caso, estamos convencidos de que las dos nuevas variedades que en breve presentaremos también van a gustar a consumidores y restauradores.



ecocastells
www.ecocastells.com

ENTREVISTA **Segundo Patiño** Socio-fundador y CEO de Expressate

“Crecer con la innovación ha sido nuestra constante”

Con 17 millones de € facturados en el último ejercicio, Expressate se consolida como referente de especialización con sus dos marcas: Origen & Sensations, dedicada al café en cápsulas, y Cuida-té, que lleva al mercado productos altamente innovadores en té e infusiones. La empresa viene creciendo desde el minuto uno a través de la innovación.

En marcha desde 2007 ¿Qué líneas de comercialización tiene actualmente Expressate?

Expressate se funda con dos líneas de negocio, Origen & Sensations y Cuida-te, a lo que después se une una tercera pata, que es la comercialización en marca blanca del producto que fabricamos para terceros.

¿Qué llave les ha permitido abrir la puerta del mercado?

La especialización y la innovación. El mercado nacional consumía infusiones clásicas (manzanilla, tila, poleo-menta...), que el consumidor generalmente tomaba cuando tenía molestias estomacales o quería relajarse. En ese contexto, pensamos que con nuestra marca Cuida-te podíamos aportar mucha innovación, creando infusiones con nuevos colores, olores y sabores. Fuimos la primera empresa española que apostó por la especialización en las infusiones. De hecho, seguimos sin vender infusiones clásicas.

Nuestra especialización e innovación nos abren las puertas del mercado

Cuida-té ha sido pionera en su especialización en España...

Sí, y esa especialización la hemos hecho universal porque, gracias a ella, hemos llevado al consumidor del te shop al supermercado, haciendo posible que también allí pueda encontrar infusiones variadas y de su gusto. Cuando aparecimos, lo que proponíamos no existía en el supermercado, lo que nos permitió entrar en la gran distribución española (Grupo Carrefour, Eroski, El Corte Inglés y Bonpreu, entre otros), haciéndonos hueco en un mundo de gigantes. Y también fuimos la prime-

ra empresa que llevó al mercado té aromatizado en lata de 100gr; y los primeros envasadores en el mundo en fabricar un sistema compatible con nespresso en té e infusiones.

¿Desde entonces, la innovación ha sido su motor?

Totalmente y lo que nos ha permitido seguir creciendo hasta hoy e internacionalizarnos a más de 20 países con nuestras dos marcas. Nuestro tamaño nos permite además ser muy ágiles innovando e ir siempre por delante en el mercado, creando productos únicos, como Fresh Tea, la primera bebida envasada del mercado hecha a partir de infusión de té verde mezclada con diferentes frutas; la gama Salud, primera de infusiones funcionales listas para tomar (digest, relax, siluet...); nuestro té en cápsulas, pirámides o a granel; Ice Te, té que infusionan en agua fría; o la sorprendente gama iTonic que aporta al gintonic toques espe-



ciados distintos. La manera más sencilla y económica de tomar un gintonic de alta coctelería en casa.

¿Innovar con su marca de café, fue un reto mayor?

Sí, porque el mundo del café está mucho más explorado que el de las infusiones y es más difícil destacar solo por la innovación. Aun así lo hemos hecho con nuestro Café de Filtro: una pirámide de café molido que permite hacerte un café sin necesidad de cafetera y que fue merecedor del Premio al Producto más innovador en la feria IFE de Londres,

en 2017. Y con nuestra marca Doña Carmen, somos la primera y única empresa del mundo en comercializar caldo en cápsula.

cuida te
BY EXPRESSATE

origen & sensations

http://cuida-te.com
www.origenexpresso.com

Amaya 80 años de buena cocina en el corazón de Barcelona

La Rambla es el corazón de la ciudad de Barcelona, la avenida por excelencia y una de las calles más famosas del mundo. Allí, en el número 20, abrió sus puertas en 1941 el Restaurante Amaya. Hoy, casi 80 años después, se mantiene firme en su intención de conservar sus esencias, que no son otras que la cocina tradicional y de calidad.

El Amaya fue un proyecto de Antonio Mailán y José Marcé, que llevaban tiempo en el sector como cocinero y camarero, respectivamente. Decidieron poner en marcha su negocio y abrir las puertas de un restaurante en el que ofrecer cocina tradicional vasca elaborada siempre con productos de primera calidad. Pronto se unió al proyecto Antoni Torralba, conocido en el barrio y por los clientes del Amaya como 'El Capi'. "Nuestro abuelo llegó al restaurante como aprendiz, se colocó en la barra y allí permaneció hasta su jubilación. Cuando los herederos de los fundadores decidieron no seguir con el negocio, mi familia optó por comprar el restaurante", explica Mireia Torralba, responsable actual del negocio junto a su hermana Laia. Ellas son el exponente del relevo generacional en el Amaya porque, como afirma Laia, "mi abuelo no lo fundó, pero sí estuvo aquí desde el principio; luego fue mi padre quien se hizo cargo del Amaya y tras su jubilación somos nosotras, la tercera generación, quienes estamos al frente".

El Amaya, hoy

Actualmente, sentarse a la mesa del

Amaya representa disfrutar de la buena mesa y de una equilibrada carta compuesta por platos tradicionales vascos y cierta influencia mediterránea. "El rabo de buey, las kokotxas, el txangurro o las angulas siempre han formado parte de la carta del restaurante, y componen una oferta pensada para los amantes de los platos de cuchara, de la sobremesa y de la cocina de temporada", explica Mireia Torralba.

Sin embargo, el restaurante no ha dado la espalda a la evolución que ha experimentado

El rabo de buey, las kokotxas, el txangurro o las angulas siempre han formado parte de la carta del restaurante, y componen una oferta pensada para los amantes de los platos de cuchara

La Rambla en los últimos años y ha intentado, con éxito, aproximar este tipo de comida también al cliente procedente del turismo. "Son muchos los turistas que nos descubren por casualidad y acaban viniendo a comer o a cenar varios días durante su estancia en Barcelona", afirma Laia. "Para este tipo de cliente y también para el público más joven hemos querido presentar toda nuestra carta también en formato tapa. De hecho, el Amaya tuvo en su día una barra dedicada a las tapas, pero las reformas para modernizar el local hicieron que desapareciera, así que hemos decidido recuperar de algún modo ese tipo de comida en formato más pequeño que tanto aprecia la gente joven", sostiene su hermana Mireia.

De cara al futuro, las responsables del Restaurante Amaya coinciden en afirmar que el gran reto es recuperar al cliente local. "Hasta no hace mucho, los barceloneses no solían pensar en La Rambla cuando hacían planes para ir a cenar, pero creo que es algo que está cambiando. Ahora vuelven a venir porque, entre otras cosas, cada vez son más los grupos de restauración de cierta calidad que se están instalando aquí y que, junto a nosotros, han mejorado mucho la oferta gastronómica de la avenida. En nuestras manos está que nuestros vecinos contemplen La Rambla no solo como un lugar para pasear, sino también para disfrutar de una buena comida", concluyen las hermanas Torralba.

www.restauranteamaya.com



ENTREVISTA Maria Cel Miranda Administradora de CelMiranda

Calidad y servicios para los comedores escolares de El Segrià

En un sector en el que las multinacionales compiten, CelMiranda se diferencia posicionándose como una pequeña empresa familiar muy cercana al cliente que trabaja por y desde el ámbito local de El Segrià, la comarca en la que ofrece comidas y servicios de valor añadido para comedores escolares.

CelMiranda ha cumplido ya 15 años ofreciendo comidas a comedores escolares...

Sí, hace 15 años pensamos que podríamos aportar valor desde un enfoque de cercanía al cliente, aportando también una mayor calidad de producto. Con esa motivación nació Cel-

Miranda, tratando de cubrir las carencias que detectábamos en el sector, para el que entonces trabajaban solo empresas de fuera de Lleida. Nosotros iniciamos nuestra trayectoria como una pequeña empresa familiar de ámbito local capaz de ofrecer un servicio de proximidad y 15 años después la ma-

yoría de escuelas con las que arrancamos siguen confiando en nosotros.

¿Qué servicios ofrecen a comedores escolares?

Empezamos solo con un obrador en el que elaborábamos comidas para algunas escuelas y con los años hemos ido creciendo en instalaciones y en servicios, como el de monitores de comedor, de la mano de profesionales bien formados y con vocación. También, desde CelMiranda ofrecemos la gestión de cocinas in situ en las escuelas e incluso un servicio de acogida matinal para niños cuyos padres empiezan

temprano a trabajar, siempre consensuado con el AMPA y la dirección del colegio. También hacemos asesoramiento nutricional, charlas y lo que llamamos proyectos de comedor, organizando el tiempo de comida y de actividades al mediodía.

¿Cuáles son sus prioridades orientadas al cliente?

Ofrecer un servicio de calidad a buen precio, además de un trato muy directo al cliente, y con la visión de seguir mejorando cada día pero creciendo en producto, instalaciones y elaboración solo en la medida que nos per-

mita seguir manteniendo nuestra calidad de servicio.

Como empresa, procuramos además impulsar la actividad de productores locales, principalmente proveedores de fruta y verdura de Lleida, así como lácteos de Lleida, entre otros. Somos una empresa próxima al cliente que además ofrece el plus de un producto de proximidad.

¿Qué feedback le llega de su trabajo?

Sabemos que los padres están muy tranquilos con la calidad que llevamos al plato de sus hijos. Personalmente tengo trato directo con muchos de ellos y algunos me aseguran que sus hijos comen mejor en el colegio que en casa y que incluso la comida les gusta más, cosa que nos halaga aunque no queremos quitarle el sitio a las mamás. Además nos reconocen el esfuerzo que hacemos por procurar que sus hijos coman de todo, que no rechacen sabores. Casi todos acaban comiendo de buen grado alimentos que antes no querían ni probar. Saberlo es siempre una satisfacción para nosotros, que además nos anima a seguir innovando y mejorando de cara al futuro y a superar los nuevos retos que surjan en adelante.



Celmiranda
S.L.U.

celmiranda.cat
twitter.com/celmirandaslu
facebook.com/celmirandaSLU
instagram.com/celmiranda_

ENTREVISTA **Ariadna Cererols** Directora y **Xavier Cererols** Gerente de Triturats la Canya

“Nos preparamos para la próxima revolución textil”

Fundada en 1929, Triturats La Canya se ha convertido en una empresa pionera en la recuperación de todo tipo de materiales textiles pre-consumer. Gracias a su experiencia y conocimiento técnico de los recuperados textiles, actualmente la empresa está trabajando en una nueva línea que permitirá la recuperación y valorización del textil post-consumer.

Para los que no estamos en el sector, ¿qué diferencia hay entre pre y post-consumer?

El textil pre-consumer es el que proviene del sobrante de confección; el post-consumer ya ha entrado en el mercado (vendido o no) y por razones varias se quiere recuperar. El tratamiento del material post-consumer es distinto del pre-consumer dada su mayor complicación.

¿Por qué?

Las prendas acabadas llevan botones, cremalleras, ribetes, etiquetas, bordados... que interfieren en el proceso y se tienen que eliminar para conseguir una buena calidad de fibra que te permita confeccionar un producto upcycling (crear nuevas colecciones a partir de tejidos y prendas recicladas). Y es precisamente en la mecanización de este proceso donde estamos invirtiendo.

¿Qué ha motivado esta decisión?

La dirección hacia la que está yendo el mercado y el interés creciente tanto de los organismos oficiales como de las empresas de confección en reutilizar este exceso de producción.

“En España se generan 405.000 toneladas anuales de residuos textiles de las que se recicla el 10%”

El gobierno está trabajando en una nueva directiva de residuos que contempla la recogida, reutilización y reciclaje textil, ya que el volumen de residuo ha crecido mucho debido a la moda

de temporada, la gran oferta existente, los cambios socioeconómicos, etc. Para que nos hagamos una idea, en España se generan unas 405.000 toneladas anuales de residuos textiles, incluyendo ropa de vestir y del hogar, y únicamente se recicla el 10%.

¿Podemos decir que estamos ante una nueva tendencia?

Sí. El sector está cambiando tanto en la forma de consumir como en la forma de producir. Por suerte, la conciencia medioambiental en la producción del textil es cada vez más predominante, pues el reciclaje y la recuperación son fundamentales para el ahorro en el consumo de agua y energía. Estamos convencidos que en los próximos años seremos espectadores de una gran transformación estructural del textil, y nos estamos preparando.



¿Cómo os estáis preparando?

Estamos creando una nueva línea que permitirá llevar a cabo el proceso de recuperación de material post-consumer a nivel industrial. La idea viene impulsada por el éxito de las fases piloto de los proyectos en los que estamos participando. También estamos apostando fuerte por proyectos de economía circular: conjuntamente con otros agentes del sector, estamos trabajando con marcas y entidades que quieren ser capaces de reutilizar sus propios excesos para llegar a un modelo de negocio con conciencia, demostrando que la moda sostenible es posible.

“Estamos creando una línea para recuperar material post-consumer a nivel industrial”

www.trituratslacanya.com

ENTREVISTA **Antonio Gómez** Fundador y Gerente de Taller de Corte Industrial Texgore

Texgore Calidad y rapidez en el corte industrial de tejido

El matrimonio formado por Josefina Rey y Antonio Gómez se conoció trabajando en una fábrica textil del Maresme (Barcelona). A mediados de la década de los 80, decidieron cofundar una empresa dedicada al corte industrial de tejido. Así, en 1986, nació Taller de Corte Industrial Texgore, pioneros en corte industrial. Hablamos con Antonio Gómez, Fundador y Gerente de esta empresa ubicada en Pineda de Mar.

El corte textil es un mercado muy exigente en el que la experiencia debe ser una gran baza...

Por supuesto. Y esto lo tuvimos claro desde el principio. Por ello, sabíamos que necesitábamos formar un equipo con experiencia, profesionalidad y compromiso. De ahí que contara con Alfonso y Salvador, mis hermanos y socios. Ahora seguimos con la misma idea, por eso contamos con un excelente equipo humano y estamos equipados con un parque de última tecnología.

Desde que empezasteis en 1986, ¿han cambiado mucho los sistemas de corte y los tejidos?

En nuestro trabajo, tenemos que estar al día de las últimas tecnologías, tendencias y tejidos. Y efectivamente, desde los 80 han cambiado mucho. Por ejemplo, para hacer un patrón había que

hacerlo en cartón y marcarlo manualmente y cortarlo. Actualmente todo este proceso se hace por ordenador y con máquinas automáticas. En cuanto al tejido, el mayor avance ha sido el que se utiliza para las prendas técnicas.

¿Estáis especializados en algún tipo de tejido?

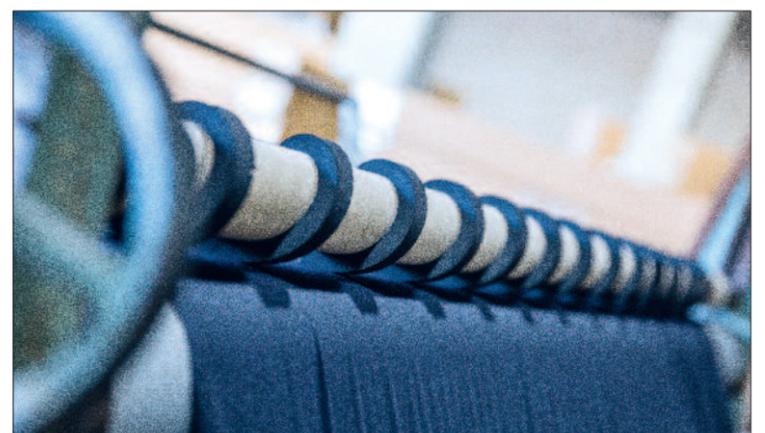
Pues sí. Debemos destacar el trabajo que hacemos con el elastano para fabricar prendas de lencería, corsetería y baño, que generalmente son piezas muy

“Trabajamos con el elastano con un máximo de error respecto al patrón de +/- 1mm”

pequeñas y un error puede cambiar la talla. Es un tejido muy complicado porque es elástico y se debe tratar antes de cortarlo. Pero nosotros hemos conseguido un máximo de error respecto al patrón de +/- 1mm, una precisión muy alta. También trabajamos mucho con tejido para prendas deportivas y algodón para prendas de bebé.

¿Qué os diferencia de otras empresas?

Nuestros sellos de identidad son fundamentalmente dos: la calidad y la rapidez que ofrecemos en nuestros servicios. Siempre ha sido así, y así es como queremos seguir. Y no lo decimos solo nosotros, sino que han estado validadas a través de nuestra profesionalidad y experiencia adquirida en estas décadas. Y también lo reconocen nuestros clientes, que son empresas que apuestan por la



calidad. Estos son los que, campaña tras campaña, confían en nosotros para hacer su producción

Parece que ha habido un crecimiento de la afición a la costura en los últimos tiempos, ¿seguirá creciendo?

Sí que lo parece y nos encanta. Hay webs dedicadas, canales de YouTube, programas de televi-

sión... Suponemos que sí, que seguirá creciendo. La moda es cíclica, pero debemos pensar que la costura es arte, y el arte nunca muere.

TEXGORE S.L.

www.texgore.es

ENTREVISTA **Juan Esquerda** Fundador de J. Esquerda, S.A.

“Fabricamos las estuchadoras de packs de conservas más rápidas del mercado”

J. Esquerda, S.A. es una empresa especializada en el diseño y la fabricación de maquinaria para el sector del envase y el embalaje. Para conocerla con más detalle, hablamos con su fundador, Juan Esquerda.

¿Cuáles fueron los orígenes de la empresa?

J. Esquerda, S.A. está presente en el mercado desde hace 43 años, un tiempo en el que ha logrado abrirse paso en el sector hasta convertirse en uno de los referentes en el mundo del envasado y embalaje, especialmente en operaciones como el llenado de líquidos o el estuchado de latas de conserva, por poner algunos ejemplos.

¿Cuál es la foto actual de la compañía?

Hoy en día contamos con un equipo formado por 35 personas, cuatro de las cuales conforman nuestra oficina técnica, un área clave para la empresa. Nuestra sede se encuentra en Terrassa y desde aquí damos servicio directo a nuestros clientes.

¿En qué mercados geográficos?

Exportamos a varios países, desde Francia a Marruecos, pasando por Dinamarca, Holanda, Asia ó Sur América. Pero nuestro mercado principal está en España y, sobre todo, en el área conservera de Galicia. En estas cuatro décadas largas hemos logrado comercializar más de 4.000 máquinas en diversos países.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Como le decía, un porcentaje importante de nuestros clientes pertenecen al sector de las conservas, pero no es el único en el que trabajamos. También contamos con la confianza de varias compañías del sector de los fitosanitarios, de la cos-

mética y la perfumería, de los productos de limpieza y también del sector farmacéutico.

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de J. Esquerda, S.A.?

Inicié este proyecto en 1975 y desde entonces hemos mantenido su carácter familiar, como demuestra que mis hijos están ya incorporados a la empresa y tomarán pronto el relevo de la dirección. Seguramente por esa condición de empresa familiar en su día apostamos por no fabricar máquinas estándar, sino por desarrollar soluciones que den respuesta a las necesidades de cada cliente.

“La empresa tiene presencia en diversos países”

Trajes a medida...

Así es. La maquinaria estándar ya puede comprarse en otros países y nosotros no podemos ni queremos competir en ese segmento. Preferimos trabajar de otra manera: analizando los problemas de los clientes, proponiendo una solución específica y diseñando y fabricando la máquina que mejor se adapte a cada caso. Así es como hemos conseguido contar con una clientela fiel durante años, hasta el punto que siempre digo que no tenemos clientes, sino amigos.



¿Servicio y calidad?

Son dos elementos fundamentales para cualquier empresa. En este sentido, desde hace varios años J. Esquerda, S.A. ha cuidado al máximo la calidad de sus procesos y productos, implantando un sistema de gestión de la calidad certificado con la norma ISO 9001. Además, también tiene en marcha un sistema de gestión medioambiental que, amparado por la norma ISO 14001, nos permite trabajar reduciendo al máximo los residuos y el impacto sobre nuestro entorno.

¿Qué tipo de maquinaria fabrican?

Muy variada. En estos años hemos diseñado y fabricado desde máquinas llenadoras y cerradoras de sobremesa, hasta maquinaria de envasado totalmente automática, pasando por estuchadoras de funcionamiento intermitente o continuo y líneas de enfajado y encajado para grandes producciones. En todos los casos trabajamos con los más elevados estándares de calidad, con materiales homologados y con tecnología propia surgida de nuestra oficina técnica.

¿Se puede innovar en un sector como este?

En el mundo del envasado está todo inventado: las latas se cierran por arriba y por arriba se llenan también los envases. Lo que sí es posible es avanzar en prestaciones como la velocidad de trabajo de las máquinas. Para que se haga una idea, piense en los tripacks de latas de atún que puede encontrar en el supermercado. Nosotros fabricamos las máquinas más rápidas del mercado para preparar esos packs, con velocidades de hasta 400 unidades por minuto. Esa forma de trabajar nos ha convertido en el principal proveedor de maquinaria de estuchado y packs de latas para la industria conservera en el mundo.

¿Cuáles son los retos de futuro de J. Esquerda, S.A.?

El futuro pasa, por un lado, por el relevo generacional en la dirección de la empresa y, por otro, por seguir ofreciendo a nuestros clientes maquinaria a medida de la máxima calidad y que sea capaz de resolver cualquier necesidad. El reto que tenemos por delante es continuar fabricando máquinas para el envasado o estuchado de productos de alimentación y otros sectores a precios competitivos pero sin renunciar a la productividad, a la eficacia y a la fiabilidad de todos los equipos que lleven nuestra marca.

Una oferta amplia

J. Esquerda, S.A. es capaz de fabricar una de las gamas de maquinaria más completas del mercado. Entre su oferta destacan las cerradoras lineales y rotativas, las llenadoras lineales (por volumen o caudalímetro) y rotativas, los equipos manuales y semi-automáticos, diversas versiones de llenadoras-cerradoras y una variedad de estuchadoras, encajadoras, enfajadoras y apiladoras que resuelven prácticamente cualquier necesidad.



ENTREVISTA **Daniel Córcoles** Gerente de Ok Static Solutions

“La electrostática es la gran desconocida, porque no se ve ni se toca”



¿Puede ser tan peligrosa la electrostática?

La electrostática puede causar graves problemas a una fábrica y a la seguridad de sus trabajadores. Combatirla no sólo evita esos problemas sino que nos permite optimizar los procesos productivos. El control de la electrostática incrementa inmediatamente los niveles productivos, aporta seguridad y aumenta la calidad del producto. En Ok Static, lo más importante es entender el problema del cliente, aplicar la lógica,

La electricidad estática, esa pequeña chispa que salta a veces cuando dos personas se dan la mano, puede convertirse en un problema grave en muchas fábricas en las que este efecto reduce la calidad y productividad y puede producir accidentes. Daniel Córcoles conoce muy bien este problema, al que desde 2006 da respuesta con su empresa, Ok Static.

el sentido común y la experiencia para ofrecerle la mejor solución.

¿Estos problemas pueden ocurrir en cualquier fábrica?

Trabajamos con empresas grandes y pequeñas en el ámbito industrial. Ocorre, sobre todo, en las que trabajan con materiales aislantes, básicamente en la industria del plástico, pero es que el plástico está en todos los sectores: alimentación, química, farmacia, electrónica, automoción, etcétera. Los coches, por ejemplo, para reducir el consumo, cada vez integran más piezas de plástico, que pesan menos.

¿Qué herramientas utilizan para combatir la electrostática?

Trabajamos con los productos de Meech desde 2002 y, cuando creé Ok Static en 2006, me convertí en su distribuidor exclusivo para España y Portugal. Tenemos

dos focos de actuación: seguridad de los operarios y optimización de los procesos productivos. Utilizamos emisores de iones de muy alta potencia y calidad que neutralizan las cargas electrostáticas. La seguridad de las personas la conseguimos eliminando los focos de electrostática de su entorno de trabajo. Cada día te-

“El control de la electrostática incrementa inmediatamente los niveles productivos, aporta seguridad y aumenta la calidad del producto”

nemos nuevos retos porque cada cliente es diferente, y constantemente buscamos soluciones para instalaciones pioneras a nivel industrial. Meech está siempre incorporando nuevos productos para adaptarse a esas soluciones. Gracias a nuestra experiencia y a los instrumentos de medición, hacemos visible la estática, determinando el lugar exacto donde colocar los componentes y solucionar el problema. Ésta es la parte más importante de nuestra colaboración.

Cuando se diseña una planta, ¿no se tiene en cuenta la electricidad estática?

Cuando el ingeniero diseña un proceso productivo, normalmente no la tiene en cuenta a no ser que tenga mucha experiencia, y es al poner en marcha la planta cuando aparecen los fallos. La electrostática es la gran desconocida, por-

que no se ve ni se toca. Nuestro trabajo es muy de pico y pala, de hacer mucha pedagogía y contactar constantemente con nuevas empresas. Una vez aplicada la solución, la vida útil de nuestros sistemas es muy extensa.

¿El objetivo es siempre acabar con la electrostática?

No. Trabajamos en el control total de la estática. Hay aplicaciones donde es necesaria, y nuestro trabajo es saber dónde hay que eliminar o generar. Por ejemplo, la carga electrostática la utilizamos para la producción de bolsas de plástico eliminando el aire y optimizando el embalaje, y en cristales como el del reloj o el de un teléfono se usa para adherirle el plástico que llevan cuando los compras para evitar arañazos. Actualmente colaboro con el Centro Español de Plásticos dando cursos de electrostática.



www.okstatic.com

Close-Up International y Symphony Health

Alianza para contribuir en el desarrollo de medicamentos y ofrecer nuevos servicios al mercado farmacéutico

La alianza reúne oficialmente a dos empresas líderes en soluciones de datos y conocimientos, para trabajar colaborativamente llevando productos, servicios y soluciones innovadoras al mercado farmacéutico y de ciencias de la vida. Ambas esperan aportar así mayor valor a sus clientes para ayudarles a alcanzar sus objetivos comerciales a través de soluciones innovadoras.

PRA Health Sciences (NASDAQ: PRAH) anunciaba hace unos días que Symphony Health, su división de datos, expandía sus servicios globales de datos a través de una alianza estratégica con Close-Up International, un proveedor líder de

auditorías del mercado farmacéutico en América Latina.

"El acuerdo con Close-Up representa un importante hito en el compromiso de Symphony Health de expandir nuestros servicios a nivel internacional", asegura Doug Fulling, presidente de Symphony Health. "La presencia a través de una docena de geografías agrega un componente crítico a las ofertas de Symphony, que construirán y fortalecerán las relaciones para ambas organizaciones en los Estados Unidos y América Latina. Las soluciones de datos y las perspectivas disponibles a través de Symphony y Close-Up International impulsarán futu-

La alianza une a dos empresas líderes en soluciones de datos y conocimientos para el mercado farmacéutico

ras estrategias de comercialización y desarrollo de medicamentos".

"Al construir esta alianza, nos enfocamos en brindar mayor valor a nuestros clientes que operan en nuestras dos ge-

ografías, ayudándoles a lograr sus objetivos comerciales mientras trabajamos con los proveedores líderes de soluciones de datos e informaciones", afirma Norberto Bonaparte, CEO y fundador de Close-Up. "Estamos comprometidos en brindar soluciones innovadoras al mercado como parte de esta alianza que beneficiará las estrategias de crecimiento de nuestros clientes".

Symphony Health proporciona datos exhaustivos y análisis para ayudar a los profesionales a comprender el ciclo de vida completo del mercado, desde el análisis predictivo del mercado hasta la influencia del paciente, la prescripción médica, el cumplimiento de la farmacia, el reembolso del pagador y la compensación de ventas. Por su parte, Close-Up es una compañía con presencia global dedicada al análisis e investigación de nuevas técnicas, para el de-

Las soluciones de datos y las perspectivas disponibles a través de Symphony y Close-Up International impulsarán futuras estrategias de comercialización y desarrollo de medicamentos

sarrollo de las auditorías e informes del mercado prescriptivo, aportando contenidos y tecnologías de servicio exclusivos para la industria farmacéutica.

Se fortalecerá la operativa de ambas organizaciones en EE.UU y América Latina

ENTREVISTA **Jordi Garriga** Socio Director General de e-motiva

“Ayudamos a las organizaciones a hacerse merecedoras del compromiso de su gente”

e-motiva es una consultora de recursos humanos que se define a sí misma como una boutique, algo que hace a partir de un enfoque diferente a lo habitual en el mercado y su especialización en gestión estratégica del compromiso. Para conocer mejor su filosofía de trabajo, hablamos con su Director General, Jordi Garriga.

¿Cuál es la labor de e-motiva?

Desde hace 16 años ayudamos a nuestros clientes a potenciar y alinear el compromiso de las personas con sus prioridades estratégicas. Nos gusta pensar que contribuimos a construir proyectos empresariales por los que valga la pena comprometerse y dar lo mejor de uno mismo.

¿De qué manera?

En la práctica, proponemos dos tipos de servicio. El primero, que representa alrededor del 20% de nuestro trabajo, es consultoría de recursos humanos con la alta dirección, a la que acompañamos a liderar situaciones empresariales muy complejas y exigentes, y en las que el compromiso es un factor clave del éxito. Pienso, por ejemplo, en fusiones, reestructuraciones, cambios de rumbo o cultura... Ahí actuamos poniendo de relieve y gestionando “el lado huma-

no” de la transformación. Nos gusta decir que ayudamos a los directivos a ponerse “las gafas de ver personas”.

¿Y el segundo servicio?

El 80% de nuestra actividad consiste en ayudar a grandes organizaciones a entender qué piensa su gente, cómo se siente y qué actitudes tiene frente a los retos empresariales. Y eso se sabe...preguntando. Somos expertos en crear espacios de participación para que la gente pueda expresarse y aportar su visión de la situación con el objetivo de impulsar mejoras.

¿Qué diferencia este método de los tradicionales?

Hemos desarrollado e-Map Attitudes, una metodología muy innovadora de alto valor estratégico y enfoque muy práctico que nos permite cambiar radicalmente el enfo-



que de las tradicionales encuestas de clima, identificando y mapeando actitudes e identificando palancas de alto impacto para incrementar el compromiso.

Según su experiencia, ¿cuál es el mapa de las organizaciones con las que tratan?

Si tomamos como referencia las 320.000 encuestas que tenemos desde 2016, hay un 21% de personas con un compromiso entusiasta

o total con su empresa, un 38% de compromiso crítico, un 25% se muestran escépticas y un 16% de personas están en situación negativa. Aunque las diferencias entre organizaciones pueden ser muy notables, tenemos claro que este conocimiento es de alto valor añadido para nuestros clientes.

¿Cuál es el aspecto más valorado por las personas?

Nuestro análisis demuestra que el

factor con mayor impacto en el compromiso es, sin lugar a dudas, la confianza y la coherencia, y también demuestra que el compromiso no va de dinero. Para cada organización calculamos cuáles son los factores con mayor impacto en el compromiso para gestionarlo estratégicamente.

¿Cuáles son los planes de futuro de e-motiva?

Reforzar nuestro actual proceso de crecimiento e internacionalización en cuatro ejes: propuesta de valor (en actualización constante), digitalización, equipo humano y posicionamiento como expertos en compromiso. En este sentido queremos empezar a compartir y publicar el conocimiento generado y la experiencia acumulada en todos estos años, aunque lo más importante sigue siendo construir relaciones de confianza a largo plazo con nuestros clientes y red de aliados como hemos hecho hasta ahora.



www.e-motiva.com

ENTREVISTA **Gisela Llopart** Propietaria de Fincas Llopart y Llopart Administración 2020 S.L, y su hija **Arianna**

“Ofrecemos un trato próximo, directo y alejado de la frialdad de las franquicias”

Fincas Llopart es una de las empresas con más solera de la comarcas barcelonesas en el sector inmobiliario, especialmente en el área del Baix Llobregat y, más recientemente, en la ciudad de Barcelona. Hablamos con sus propietarias y responsables, Gisela y Arianna.

¿Cuáles son los orígenes de Fincas Llopart?

G.L.: La empresa la fundó mi padre, Lluís Llopart, en 1962. Al principio se centró en la compra de solares para realizar promociones y edificar en ellos, pero pronto fue evolucionando para adaptarse al mercado, de modo que sin abandonar aquella actividad, comenzó a dedicarse a la compraventa de inmuebles y, además, al alquiler para estancias de verano y de larga temporada. Hoy está presente en la empresa la segunda generación de la familia, representada por mí, y también la tercera, en este caso en la persona de mi hija Arianna.

¿Cuál es la estructura de la empresa?

A.L.: Nuestra sede se encuentra en Castelldefels y tenemos también una oficina en Barcelona. En conjunto, somos un equipo formado por 11 personas que cuenta además con la colaboración del bufete de abogados de la familia, y de mi tío, informático, que nos ha dado soporte a la hora de innovar y de adaptarnos a las nuevas tecnologías. Asimismo, también contamos con la colaboración de mis hermanos: uno dedicado al sector inmobiliario y, la otra al área del marketing.

¿Qué servicios ofrece actualmente Fincas Llopart?

A.L.: La crisis ha hecho que aparcemos durante un tiempo las promociones inmobiliarias, pero la intención es retomar ese trabajo cuando las condiciones del mercado inmobiliario mejoren. Entre tanto, nuestra oferta comprende la intermediación en la compra, venta y alquiler de todo tipo de inmuebles, desde apartamentos a pisos en la zona de la playa y en el casco urbano, locales, pasando por hoteles completos e incluso por una masía modernista construida por Francesc Berenguer, un arquitecto discípulo de Antoni Gaudí, que está catalogada como patrimonio cultural. Además, también somos administradores de fincas, tanto de comunidades de propietarios como para administración vertical.

¿Qué diferencia a la firma de sus competidores?

G.L.: Creo que hay varios aspectos que nos definen, pero seguramente el más importante sea el trato que damos a nuestros clientes, que es muy próximo, directo y alejado de la frialdad que suele caracterizar a las franquicias. Como empresa familiar que somos, les escuchamos para conocer qué necesitan y ofrecerles la mejor atención posible. Más allá de eso,



somos una empresa con mucha solera y experiencia; no todas las agencias inmobiliarias pueden presumir de llevar más de 57 años al pie del cañón.

¿Se traduce esta forma de trabajar en una clientela fiel?

G.L.: Sin duda. El cliente aprecia la calidad del servicio y que seamos capaces de resolver sus dudas y problemas. Y eso, en un mercado y una localidad como Castelldefels, donde tenemos todo tipo de clientes, es señal de que hacemos bien las cosas.

¿Cuáles son los retos de futuro de Fincas Llopart?

A.L.: El objetivo es crecer, pero hacer-

lo de un modo controlado que no perjudique los niveles de calidad y servicio que nos han acompañado desde el primer día. En este sentido, tanto el equipo de la empresa como la tercera generación de la familia comparten esa forma de entender el negocio donde la creatividad y la profesionalidad caminan de la mano.

G.L.: En este sentido, uno de los servicios que estudiamos para el futuro es retomar la promoción de inmuebles, junto con la comercialización de viviendas íntegramente reformadas, aportando así un valor añadido y diferenciándonos aún más de la competencia.

www.fincasllopart.com



ENTREVISTA **Xavi Garcia Muret** Director General de STC Nedap

“Los hurtos pueden suponer el 50% de los beneficios de una tienda”



¿Los hurtos son una de las grandes pérdidas para las tiendas?

Sí, la pérdida desconocida puede llegar a suponer hasta el 50% de los beneficios, su componente más importante es el hurto. Y las estadísticas dicen que estos pequeños robos no entienden de clase social o nacionalidad, solo hace falta la oportunidad.

¿Se pueden evitar con facilidad?

Nuestras soluciones para evitar el hurto en el comercio y mejorar la gestión de stocks con elementos inteligentes (RFID) son utilizadas por los líderes del sector retail. El antihurto clásico sigue siendo una

parte importante de nuestro negocio: aportamos la mejor tecnología del mercado y nos aseguramos que aporta el mayor valor al cliente, conectándonos de forma remota para que los sistemas estén siempre funcionando y ajustados. Este antihurto ha evolucionado a RFID con etiquetas inteligentes que hablan con sensores en las tiendas, el Internet of things aplicado al comercio. Permite inventarios, escanear con el móvil y salir de la tienda sin pasar por la caja...

Una revolución en servicio y experiencia para el cliente...

Sí. Durante muchos años se ha

hablado de la omnicanalidad, RFID lo hace posible de manera fácil y eficiente. Hoy, la exactitud de los inventarios de un comerciante sin RFID es del 60%, produciendo muchas interferencias. La implantación de RFID permite llegar a un nivel de precisión de stock del 99%. STC Nedap es la primera empresa que está presentando este RFID con frecuencia UHF al mundo de las bibliotecas, sector muy avanzado en la implantación de RFID pero con una tecnología que tiene muchas limitaciones.

¿Y sale a cuenta?
Aplicamos la tecnología para que el coste total de la solución sea el menor posible, añadiendo el máximo valor, tanto en reducción de pérdidas como en incremento de ventas. Si aportamos valor a nuestros clientes tenemos una razón para existir y crecer. Maximizamos el valor de la inversión, no tanto fijándose en el precio de entrada sino en el coste total en un periodo de 5 años, aunque la vida útil de algunos equipos llegan hasta 15 años.

“Maximizamos el valor de la inversión tanto en reducción de pérdidas como en incremento de ventas”

¿Quedan muchas etiquetas por poner?
Cada año hemos crecido por encima del 40%, y el último el 120%. STC Nedap se distingue por sus esfuerzos de innovación, que incluyen la exploración de nuevas soluciones. Estamos trabajando en la

STC Nedap etiqueta más 100 millones de productos cada año

instalación de equipos antihurto que sean compatibles con RFID, la sustitución de antenas en las entradas por sensores en techo y la integración de las antenas en las cajas de cobro para tener entornos de compra más amigables. También hemos lanzado la primera etiqueta antihurto ecológica que, además, funciona mejor.

STC | nedap | retail

stcnedap.com
info@stcnedap.com

ENTREVISTA **Miquel Vilchez** Responsable de Vimat Ignifugats

“Vimat Ignifugats ofrece atención personalizada en protección pasiva contra el fuego”

Vimat Ignifugats es una empresa especializada en la aplicación de soluciones de protección pasiva contra el fuego. Hablamos con su fundador y máximo responsable, Miquel Vilchez, para conocer qué diferencia a la firma de sus competidores.

¿Cuáles fueron los orígenes de Vimat Ignifugats?

La empresa nació hace doce años y la pusimos en marcha mi hermano y yo, de modo que es un proyecto personal. Teníamos experiencia como aplicadores y decidimos poner en marcha nuestro propio proyecto. Poco a poco fuimos haciendo algunos trabajos, ganándonos la confianza de algunos clientes y haciendo que nuestra estructura fuese creciendo para poder asumir esa mayor demanda, pero siempre sin perder nuestra filosofía.

¿En qué consiste esa filosofía?

Principalmente en una atención rápida, eficaz y disciplinada frente a la demanda de todos nuestros clientes. Vimat es el reflejo de sus impulsores y,

en mi caso, hablamos de una persona muy metódica, ordenada y amante de cuidarlo todo hasta el más mínimo detalle. Eso se traduce en una metodología que está muy planificada y que nos permite ofrecer una atención al cliente directa, rápida, eficaz y muy personalizada. A todo ello, claro, hay que sumar la calidad de los trabajos que llevamos a cabo.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

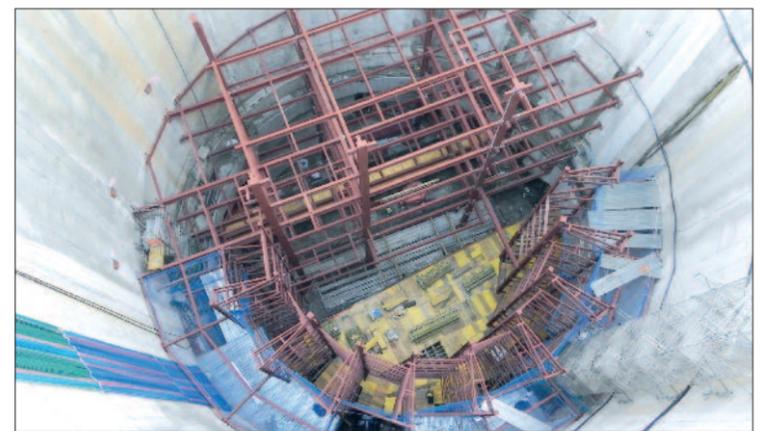
Al principio trabajábamos para empresas grandes del sector que nos subcontrataban, pero pronto fuimos ganando clientes finales y hoy en día ofrecemos nuestros servicios a constructoras e ingenierías, mayoritariamente.

¿Con qué estructura cuentan para su día a día?

En doce años hemos pasado de ser dos personas a tener un equipo de 30 profesionales. Todos ellos comparten al máximo nuestra idea de cómo hay que hacer las cosas, lo que se demuestra en la baja rotación que tenemos. A nivel de instalaciones, el año pasado inauguramos la nueva sede, donde además de la zona de almacén disponemos de 250 m² de oficinas que nos permiten trabajar mejor.

¿Se traduce esa forma de trabajar en una clientela fiel?

Hacer las cosas bien hace que los clientes te valoren, pero en nuestro sector, el precio es un factor muy importante. En obra nueva es incluso determinan-



te; en rehabilitación quizá hay algún margen más porque más que aplicar un producto para ignifugar, lo que haces es ofrecer una solución que incluye asesoramiento en función de los inconvenientes, dificultades y particularidades de cada obra. En estos años hemos realizado proyectos complicados, en ocasiones por el trabajo en sí a ejecutar y legalizar, como han podido ser las últimas líneas de metro de Barcelona actualmente en construcción, y en otras debido a la integración estética de nuestra aplicación con edificios históricos como puede ser la Sagrada Familia o la Casa Batlló.

¿Cuáles son los planes de futuro de Vimat Ignifugats?

El futuro pasa por crecer poco a poco

y con medios propios, tal como hemos hecho hasta ahora. No queremos un crecimiento rápido si eso pasa por una reducción de los niveles de calidad y servicio que venimos dando durante todos estos años. Si ahora contamos con 20 operarios trabajando en la calle y podemos hacer 600 obras al año de diversa índole, el reto es mantener esa idea de empresa seria, metódica y capaz de ofrecer al mercado exactamente lo que está buscando

Trayectoria premiada

Recientemente, Miquel Vilchez recibió el Premio al Joven Empresario en la 11ª edición de los Premis Emprenadors de l'Alt Empordà 2019. Los galardones, que reconocen la trayectoria del fundador de Vimat Ignifugats, están impulsados por los ayuntamientos de Figueras y Roses, la Associació d'Empre-

saris i Emprenadors de Girona, el Consell Comarcal de l'Alt Empordà, el Setmanari de l'Alt Empordà i la Associació Fòrum Imagina. Además, cuentan con el apoyo de la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Girona, Catalunya Emprèn, el Fondo Social Europeo y el Servei Educatiu de l'Alt Empordà.



vimat-ignifugats.com

ENTREVISTA **Jaime Soler** Vice President and Country Chief Executive Iberia Ingram Micro

“Innovamos ofreciendo productos y soluciones fiables, competitivos y flexibles”



Ingram Micro es uno de los principales actores a nivel mundial en el sector de la distribución de tecnología. Para conocer con más detalle cuál es su labor, hablamos con Jaime Soler, Vice President and Country Chief Executive Iberia Ingram Micro para España y Portugal.

¿Cuál es la actividad de Ingram Micro?

Ingram Micro es una multinacional con presencia en los cinco continentes que se dedica a la distribución de tecnología (hardware, software y soluciones de valor añadido) y a actuar como nexo de unión entre los fabricantes y los usuarios. Hoy en día somos el mayorista con la más extensa presencia en el mercado mundial, y también el que más factura: alrededor de 50.000 millones de dólares.

¿Con qué estructura cuentan en España?

Disponemos de oficinas en Barcelona, Madrid y Portugal y tenemos almacenes en Constantí (Tarragona), Azuqueca (Guadalajara) y Canarias desde los que ofrecemos servicio en toda Iberia. Además de un equipo de más de 150 desarrolladores para nuestra plataforma cloud en Santander. En conjunto, nuestro equipo está formado por unas 600 personas y cerramos el pasado ejercicio con unas ventas de 800 millones de euros.

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de la compañía?

Creo que lo que mejor nos define es el capital humano de la empresa. Somos conscientes del valor que aportan las personas, de modo que cuidamos mucho a nuestros equipos y apostamos por perfiles fiables, tecnológicamente preparados y dispuestos a hacer carrera con nosotros. Por eso trabajamos para tener gente motivada y responsable, personas que se impliquen en el día a día y no teman a la responsabilidad y a la toma de decisiones. Todo eso es fundamental a la hora de contratar talento y también de retenerlo en un mercado que evoluciona muy rápidamente como el de la distribución de tecnología.

¿De qué manera ha evolucionado?

A un ritmo rápido que ha hecho que empresas como la nuestra hayan tenido que adaptarse rápidamente y ofrecer una serie de servicios que hace solo unos años no existían.

Por ejemplo...

Tradicionalmente, el negocio de Ingram Micro, como el de muchos distribuidores, se orientaba al ámbito transaccional. Comprábamos productos a los fabricantes, construíamos un stock

que nos permitiera suministrar en tiempo y forma, los vendíamos a los revendedores y les ofrecíamos también soluciones de financiación. Era una labor con poco valor añadido y que poco a poco, aunque sigue vigente, ha ido cediendo espacio a otro tipo de estrategia basada en los servicios.

¿Qué tipo de servicios?

Básicamente, aquellos que nos permiten pasar de vender productos a ofrecer soluciones a necesidades concretas. ¿Un ejemplo? Cada vez son más los usuarios que tienen necesidades de movilidad para mantener la eficacia y la conectividad de sus equipos comerciales. Ahí es donde podemos ofrecerles soluciones completas que integran hardware, software y servicios de valor añadido.

Las soluciones cloud son algunas de ellas.

Así es. En los últimos años, Ingram Micro ha ido creciendo y adquiriendo empresas que nos permiten ofrecer este tipo de soluciones que se basan en el pago por servicio. Y no solo hablamos de software como servicio, sino también de infraestructuras como servicio e incluso de dispositivos en ese mismo régimen. Es una tendencia general de los últimos años el pasar de vender una licencia de software a ofrecer un pago por uso; nosotros vamos más allá y ofrecemos también el resto de elementos que necesitan los usuarios.

¿En qué otros servicios han innovado?

Otro de los campos en los que estamos creciendo mucho es el de los servicios logísticos. El crecimiento del e-commerce hace que muchos de estos negocios necesiten servicios especializados que les permitan tener una logística robusta y eficiente en términos de costes. Aquí no vendemos un producto concreto, sino puros servicios logísticos para cualquier distribuidor o revendedor de tecnología (El Corte Inglés, Mediamarkt, Amazon...) o para empresas que utilizan el canal de venta online.

¿De qué manera han afectado todos esos cambios al canal?

Han creado un nuevo paradigma de la distribución de tecnología y también han permitido la aparición de nuevas oportunidades de negocio. Por eso dedicamos una parte de nuestros esfuerzos a la formación del canal en nuevas tecnologías, algo que consideramos fundamental.

¿Se puede innovar en un sector como este?

La innovación en productos llega de la mano de los fabricantes, que son los que generan nuevos equipos. En lo que nos atañe a nosotros, procuramos ser innovadores a la hora de adaptarnos a las necesidades del usuario final para proporcionarle soluciones fiables, competitivas y flexibles, tanto en el suministro de productos como en la lo-

gística, pero también en la creación de fórmulas financieras que permitan afrontar sus operaciones o en los servicios de valor añadido que afectan a sistemas críticos y en los que cada vez se precisa más velocidad y seguridad.

Por eso hemos puesto en marcha una plataforma cloud que quiere convertirse en el marketplace de referencia para aquellos proveedores de servicios y fabricantes de hardware y software que los deseen. Para ellos representa un escaparate enorme; para nuestros clientes, un único lugar en el que encontrar todo lo que precisan.

¿Cómo entiende Ingram Micro la responsabilidad social corporativa?

La compañía está muy implicada con su entorno y colabora en diferentes campañas con los ayuntamientos de Viladecans, Alcobendas y Constantí organizando, por ejemplo, charlas tecnológicas y de marketing para la gente de esas localidades o actuando con procesos de mentoring y asesoramiento en el ámbito de la formación profesional. También colaboramos con proyectos relacionados con el medio ambiente o con personas con diversidad funcional. Le decía antes que damos una importancia capital a las personas en nuestra organización, y un ejemplo de ello es que sometimos a su opinión el equipamiento de la nueva sede de Viladecans cuando nos trasladamos aquí.

¿Cuáles son los planes de futuro de la compañía?

Queremos continuar siendo líderes y hacer que conviva la oferta transaccional con la de soluciones y servicios de valor añadido. Por eso seguiremos atentos al mercado, formando al canal e incorporando a nuestra oferta aquellas soluciones que, como la ciberseguridad, más se demandan actualmente. Y hacerlo teniendo en cuenta criterios de calidad, eficiencia y también de coste.



DESCUBRE LA NUEVA...

NOU DE LA RAMBLA 145
08004 BARCELONA
PARAL.LEL

M L2 L3

SALA

Plataforma



CARRER
NOU DE LA
RAMBLA

145

DJ

80S 90S
FUNK TIME
OLDIES ROCK
RUMBEATS
MIXMUSIC
INDIE
ETC...

ABIERTO

JUEVES · VIERNES · SÁBADOS
Y VIGILIAS DE FESTIVOS

info@salaplataforma.com

WWW.SALAPLATAFORMA.COM