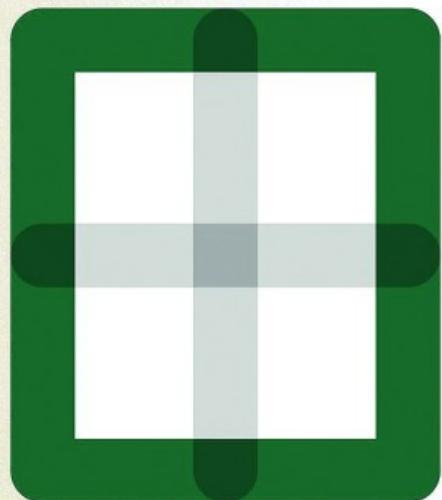


LA RAZÓN

Número 7.465 13 de junio de 2019

Premios LA RAZÓN a la Vivienda Excelente



EL ACTO

UN SECTOR INNOVADOR QUE NOS HACE VIVIR MEJOR



Óscar REYES - Madrid

Las viviendas son esos lugares donde pasamos la mayor parte de nuestras vidas. Que sean de la mayor calidad posible resulta fundamental para la tranquilidad y la seguridad de sus habitantes. Hay empresas que trabajan en esa dirección, y LA RAZÓN ha querido reconocérselo en los Premios Excelencia en la Vivienda, celebrados el pasado jueves en la sede del periódico.

La maestra de ceremonias fue María Zabay, que iba vestida por el diseñador Rubén Hernández.

Dio la bienvenida a todos los invitados, gran parte relacionados con la industria inmobiliaria, la cual «siempre ha tenido un peso importante en la economía», comentó. También quiso recordar que a este sector le afectó la crisis de forma muy dura y que «muchos de los damnificados por ese “tsunami” se están reinventando y vuelven al mercado con iniciativas y proyectos ingeniosos».

Sobre las empresas premiadas destacó que tienen puntos en común: «La búsqueda de la máxima calidad en sus servicios y productos y de la satisfacción de

«MUCHOS AFECTADOS POR LA CRISIS SE ESTÁN REINVENTANDO Y VUELVEN CON PROYECTOS CREATIVOS»

«LOS PREMIADOS COINCIDEN EN LA BÚSQUEDA DE LA MÁXIMA CALIDAD EN SUS SERVICIOS»

su cliente final. Han sabido formar equipos cualificados, que están a la última en avances técnicos y tendencias. Tratan que el precio sea equilibrado. Y miran más al largo que al corto plazo».

Y llegó el turno de los verdaderos protagonistas de la noche. El galardón, a la Mejor Inmobiliaria, recayó en Gilmar, cuyo director general, José Luis Pérez Cremades, aseguró que recoger uno siempre es agradable pero que, «si quien te lo da es LA RAZÓN entonces es un lujo». El Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad CEU San Pablo,

obtuvo el reconocimiento a la Mejor Vivienda de Iniciativa Solidaria por el proyecto VEM-Universidad San Pablo CEU. Javier Camacho indicó que la vivienda solidaria es una faceta de la arquitectura un tanto olvidada, por eso agradeció al jurado haberse acordado de ella.

El premio Producto Innovador del Año fue para el Centro de Tratamiento de Aire (CTA) de Murprotec, una herramienta que aplica tecnología avanzada para acabar con las humedades por condensación. Su director, Ángel Cano, afirmó que «lo fabricamos

EL ACTO

LA RAZÓN entregó la pasada semana los I Premios Excelencia en la Vivienda. Su objetivo es el de reconocer a las empresas que trabajan para que tengamos mayor confort, tranquilidad y seguridad dentro de nuestros hogares

CONNIE G. SANTOS, JESÚS G. FERIA, ALBERTO R. ROLDÁN



El director del periódico, Francisco Marhuenda, se dirige a los asistentes. A su derecha, la presentadora del acto, María Zabay



Benji y Daniel Mazin, Isabel Abdo, Amir Weissfish y Andrés Navarro



José Luis Pérez Cremades, Judith Ramos y Francisco Marhuenda



Los premiados, junto a los directivos de LA RAZÓN, al comienzo del acto

En ese momento no subió una persona al escenario, sino dos, Benjamín Cano y Diego Escario, directores del estudio Cano y Escario Arquitectura, la Empresa Líder en Arquitectura por su Trayectoria Profesional. Cano recordó a los 70 arquitectos que trabajan desde la razón y el corazón para poder llegar a recibir este premio, que les «motiva para seguir haciendo un mundo mejor», señaló Escario.

El reconocimiento a la Innovación y Calidad en Ascensores Eficientes lo obtuvo Ascensores Embarba. Alejandro Embarba, comentó que la empresa está presente en todas las provincias españolas y también cuatro continentes. Posteriormente, tocó recoger premio el de Expertos en Decoración del Hogar, a Ixia Regal, cuyo director Comercial, José Manuel Ródenas, se acordó de «todo el equipo humano que forma la empresa, incluso de los departamentos que nunca se mencionan».

El director general de BMI España, Portugal e Italia, Carlos Hernández, recogió el premio al Compromiso con la Calidad para un grupo que se preocupa como nadie de las cubiertas de los edificios. La compañía se ha marcado el objetivo, afirmó, «de dar tranquilidad, soluciones eficientes y más confort a los habitantes de una vivienda». En Murelli Cucine el jueves pasado estaban de aniversario (nacieron en 2013) y que mejor que celebrarlo con el premio a la Innovación Tecnológica en Diseño de Cocinas, que recibió su gerente, Felipe Lantero, que agradeció a todos los empleados y se mostró confiado en que «la cocina tenga cada vez más relevancia en la vivienda».

El premio Especialistas en Proyectos de Inversión Residencial lo logró Dazia Capital, cuyo CEO, Daniel Mazin, aseguró que el galardón les «confirma que vamos por el buen camino y nos motiva para seguir adelante», y añadió que uno de sus objetivos es «mejorar nuestro entorno», además de demostrar que «la excelencia no es sinónimo de lujo». Por su parte, Grupo Vertebra obtuvo el reconocimiento al Mejor Modelo de Negocio. Su CEO, Javier Córdoba, admitió que reconocía el «esfuerzo de todos nuestros compañeros», a los que nombró uno a uno.

Por último, se entregó el premio al Líder en Herramientas Eléctrica, que recayó en Makita, una empresa de 104 años de vida, según explicó su gerente Jorge Neira. Y añadió que empezaron «haciendo herramientas que hasta ahora han sido de cables, pero ya no los llevan y en nuestros aparatos de jardinería estamos abandonando la gasolina para usar baterías».

El petróleo de ESPAÑA

La economía real, la que ha hecho grande a este país en momentos difíciles», comentó. En especial, el sector inmobiliario, y apuntó que cuando «se tiene un "petróleo" que en nuestro caso es la vivienda porque a los ciudadanos les gusta tener una, pues hay que apoyarlo». Además, confesó que, si no hubiese sido periodista, la de arquitecto era una de las profesiones que más le gustaban. «Me parece impresionante cómo esos edificios tan grandes aguantan en pie», explicó. Y en estos tiempos de pactos, pidió a los políticos que dejen trabajar a las empresas, que «no estropeen las cosas y que haya seguridad, pues si no nadie en su sano juicio invertiría».

El director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda quiso dirigirse a los galardonados, a cuyas compañías «conforman la

e instalamos con mucho cariño para dar la mejor calidad de vida posible a los habitantes de una vivienda». Carlos Martínez Cerezo, fundador y propietario mayoritario del Grupo Retiro, ganó el Mejor Empresa en Soluciones Inmobiliarias para la Tercer Edad. A través de productos como la hipoteca inversa sus clientes pueden convertir su vivienda en un plan de pensiones, y justo a ellos quiso dedicarles el galardón.

Lorenzo Colino, CEO de Renta Garantizada, Excelencia en la Protección al Propietario, dedicó el galardón a este colectivo. Tras

él, el micrófono lo tomó el subdirector general de ASG Homes, Alberto Morán, quien recogió el premio al Mejor Residencial de Lujo de Salamanca. La distinción corrobora que tomaron la decisión adecuada, «hacer un proyecto singular, en un lugar singular de una ciudad especial».

El galardón a la Comunicación y Conectividad Residencial fue a parar a la compañía valenciana Fermax, en concreto a manos de su director general Jeremy Palacio. Para él, el premio reconocía que han sabido «adaptarse a los tiempos e innovar constantemente».

EL ACTO



El arquitecto y creador de la Arquitectura Biónica, Javier Pioz

es fundamental en algunas urbes gigantescas, como la propia Shanghai, cualquiera de Estados Unidos con ciertas dimensiones, o Dubai, «que en 1965 no tenía electricidad y 15 años más tarde había teléfonos móviles», afirmó.

Otro de los aprendizajes que se puede sacar de la naturaleza, apuntó, es la relación entre estructura y forma. Ahí tenemos a los árboles, con una forma redonda porque en su interior, en su estructura, van desarrollando «anillos de venas y fibras», explicó Pioz, «un año las venas crecen en un sentido y las fibras al opuesto, y al año siguiente lo hacen a la inversa». De esa manera, los árboles logran tener la increíble robustez que poseen, lo cual se puede aplicar a los edificios para que se mantengan en pie.

EMBAJADA DE CHINA

La naturaleza también enseña la importancia del vacío en las estructuras. Una demostración de ello se encuentra en las alas de los pájaros, en cuyo interior hay bastante espacio sin rellenar, o incluso en las plumas que conforman estas alas. Pioz no olvidó otros principios de la naturaleza, como la creación por capas, que se aplica en la arquitectura, o la de que todo es poroso, idea que puso en práctica en un edificio, contó, «sin fachada, que filtraba el aire para que en el interior la sensación térmica sea la misma que en el exterior».

Caso curioso fue el de la embajada de China en España (en Madrid), pues, para empezar, está construida en el terreno donde estaba su antiguo colegio. Tuvo que demolerlo, dijo, y recordó que todos los niños han fantaseado alguna vez con eso. Valió la pena porque en el resultado se encuentran aspectos muy interesantes como el tremendo ahorro energético que logró y la aplicación de la geometría plegada de los cactus. Estos se adaptan a los cactus que tienen alrededor para conseguir sombra, y Pioz hizo exactamente lo mismo con uno de los inmuebles, el de banquetes, que componen la embajada. Gracias a las virtudes de estas plantas que son famosas por la poca atención que necesitan, Pioz dio sombra a la mitad de un edificio entero y firmó, así, un ejemplo más de que la naturaleza puede ser el mejor amigo de la arquitectura.

Óscar REYES. - Madrid

La arquitectura está inmersa en un eterno debate: ¿se trata de una disciplina artística o técnica? Pues bien, las cosas no tienen por qué ser blancas o negras, así lo probó el arquitecto de reconocimiento internacional Javier Pioz, quien con su Arquitectura Biónica ha demostrado que uno puede hacer algo tan artístico como inspirarse en la naturaleza para encontrar soluciones técnicas para los edificios que proyecta.

Él dio con ese concepto tan extraño para la mayoría, «biónica», de una manera casual. Un librero de un establecimiento al que a veces iba tenía un libro que nunca vendía y lo usaba como calzador de una mesa, hasta que un día vio a Pioz observándolo de reojo y se lo regaló. El libro era «Iniciación a la biónica», de I.B. Litinetski, autor que explicaba que si alguien quiere saber cómo desarrollar, por ejemplo, una perforadora, sólo tiene que fijarse en las abejas.

A Pioz le resultó tan interesante que decidió aplicar ese principio a la arquitectura. Así, con el paso del tiempo, fue perfeccionando el método, bastante particular en la profesión, y su estudio se convirtió en un referente.

LA NATURALEZA COMO FUENTE DE INSPIRACIÓN

Javier Pioz trabaja la arquitectura biónica, que consiste en aplicar la estructura y la forma de los animales y plantas a los edificios que proyecta

Además, sus proyectos se caracterizan por la eficiencia energética, característica que aprendió de su observación de la naturaleza y que se adapta a las necesidades de edificación actuales. Por lo tanto, la Arquitectura Biónica está más de moda que nunca.

LA TORRE DE SHANGHAI

No obstante, el punto de partida de esta vertiente de la disciplina fue el proyecto de la Torre Biónica de Shanghai, en el que participa Javier Pioz y que se presentó en Londres en 1997. El edificio, explica Pioz, «se hizo famosísimo incluso antes de empezar su construcción», la cual, añadió, «estuvo

paralizada por el desastre de las Torres Gemelas, igual que la de otros rascacielos, por el miedo a que fueran objeto de ataques terroristas». Pero el levantamiento de sus 300 pisos, destinados a albergar a unas 100.000 personas (por lo que se considera que el inmueble será una ciudad en sí mismo), se volvió a poner en marcha. Pioz sostiene que el proyecto surge de una necesidad que le hizo llegar el alcalde de la ciudad: «No puedo construir en horizontal, sino en vertical, pero no tengo demasiado dinero», le dijo.

Y la solución estaba en la naturaleza, de la que se aprende «a optimizar el gasto en materia y energía», comentó Pioz. Lo cual

Últimos PROYECTOS

Los últimos proyectos realizados por Javier Pioz no abandonan la arquitectura biónica. Por ejemplo, en Calcuta (India), ha sido el artífice de las torres The Westin & The V Twins, que constan de 177 metros de altura. Para realizarlas, cómo no, se fijó en la naturaleza, en concreto en la estructura de las vértebras de los peces y en sus espinas, con el fin de lograr una bioestructura que fuese resistente a la torsión. Ahora está inmerso en un proyecto en Malasia, en una ciudad universitaria en la que tiene la labor de crear edificios más altos para que quepa más gente. Y es que en Asia, donde se encuentran ciudades donde no cabe más población a lo ancho, en los próximos años habrá que construir hacia arriba. Javier Pioz tiene la solución perfecta y, precisamente por eso, es tan reconocido en el continente, entregándole sus premios más valiosos de arquitectura.



Vista parcial del salon de actos de LA RAZÓN durante la entrega de la primera edición de los Premios Excelencia en la Vivienda



Miguel Ángel Arana, Lisi Martín y Ángel Cano, de Murprotec



Goto Nobuo, con una máquina taladradora de la firma japonesa Makita, y Óscar Cano



Domingo Martínez conversa con María del Mar Villa y Carlos Martínez Cerezo, de Grupo Retiro



Isidro Ucera conversa con Laura Mazán y Helena Rivero. Los tres de Grupo BMI



Daniel Mazin y Amir Weissfisch, junto a Francisco Marhuenda



El director de LA RAZÓN charla con Javier Peña y Rosa Heredero



Helena Rivero, Carlos Hernández, Francisco Marhuenda, Isidro Ucera, Julio Galán, Laura Mazán y Vega Hernández



Úrsula Perona, de Ixia Regal, y el director de LA RAZÓN



Beatriz Soblechero, Francisco Pelloz, Vanessa Rodríguez, y Juan Antonio del Pozo



Juan Diego Navarro, Leticia Pérez, Belén Grimáu, Esperanza de Justo, Samuel Martínez y Juan Carlos Castiella



Rafael Morago, Estrella Molero, Ana Montemayor, Felipe Lantero, Felipe Blanquedo, Salvatore Silipo y Juan Fernández

EL ACTO



Carlos Hernández y Helena Rivero, de Grupo BMI, con Pilar Martínez y el arquitecto Javier Pioz



Jeremy Palacio, Antonio Torrarubias y Mónica Gil, de Fermax, con Mari Cruz Guillot



Javier Pioz y Pilar Martínez, en el centro, charlan con Julio Galán y Carlos Hernández



El equipo de Cano y Escario, con Diego Escario y Benjamín Cano en el centro, muestran festivamente el galardón



La presentadora, María Zabay, posa al final del acto con una de las invitadas



José Manuel Orol y Eduardo Abadía, gerente de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF)



Rafael Morago, Salvatore Silippo, Claudio Salvarini, Estrella Molero y Felipe Blanquedo, de Murelli Cucine



Francisco Pelluz, Borja Iglesias, Ainhoa Araus y Juan Carlos López



Borja Iglesias y Jesús Manzanares



Silvia Hernández y Lorenzo Colino, de Renta Garantizada



Sonia Hernández, Adela García, Andrés González, Miguel Ángel Escaño, Fernando García, Jorge Meira, Victoria Rincón, Goto Nobuo, Shibasaki Nobuyasu y Óscar Cano, de Makita

EL ACTO



Isidro Uceda, de Grupo BMI, con otras invitadas antes de que comenzara el acto



Rui Jiménez, Patricia Cendrero, Juan Muñoz y Alberto Morán



Diego Escario, María Zabay y Benjamín Cano



Vista general de la sala en la que tuvo lugar la entrega de los Premios Excelencia en la Vivienda 2019. En primer plano, María Zabay, que lució un modelo del diseñador Rubén Hernández



Antonio Baratech, Gabriela Álvarez, Javier Pioz y Pilar Martínez



José Luis Pérez Cremades, de Gilmar, y Manuel Torres



Penélope Martos y Alejandro García



Alberto Martínez, Alejandro Embarba, Rafael Díaz y Francisco Javier Santiago de Ascensores Embarba



Almudena Barrientos y Marta García



Los fundadores del estudio Cano y Escario, Diego Escario y Benjamín Cano



Marco A. Martínez, Ana Sanchís, Patricia Matón, María Jesús Requena César Granados, Manuel Avila, José Manuel Ródenas y Pedro Grande



L. de la Fuente, E. Muñoz, I. Estrada, R. Santos, C. Martínez, M. Villa, F. Martín, E. Campos, D. Fernández y Cruz Domen

EL ACTO



Esteban Caso y José Luis Pérez Cremades, de Gilmar



Varias marcas comerciales expusieron sus productos



Marta Elosúa



Pilar Fortes



La firma Alambique dio a degustar sus productos



María Zabay, en un momento del acto de entrega de los premios



Alejandro Ballón, Inmaculada Menéndez, Leticia Pérez y Juan Diego Navarro



Benjamín Cano de las Alas Pumariño, Sara de las Alas-Pumariño y Benjamín Cano



Los premiados pudieron celebrarlo durante el cóctel que se sirvió tras la entrega de galardones



Antonio Baratech y Javier Pérez Parra



Lorenzo Colino y Julián Guillén



Francisco Marhuenda y Carlos Hernández



Maestros Jamoneros ofreció a los invitados sus ibéricos

LOS PREMIADOS

El mejor MOMENTO



Gilmar ha presentado en SIMA más de 20 promociones de obra nueva en Madrid y Andalucía. Asimismo, la compañía tiene más de 2.800 oportunidades de inversión en

segunda mano. Óscar Ochoa, director del departamento de Promociones, explica en el blog de la empresa que «la oferta de obra nueva que hemos presentado

responde a la clientela más habitual en la feria, parejas jóvenes que buscan su primer hogar o inversores que pretenden encontrar su segunda residencia junto al mar».

M. C. M. - Madrid

Gilmar Consulting Inmobiliario es una empresa de intermediación que cubre todos los servicios relacionados con la compraventa y alquiler de inmuebles residenciales, locales comerciales, edificios, suelo, fincas rústicas... Es decir, cualquier operación relacionada con este sector. Como si de un todo incluido se tratara, «acompañamos al cliente en todo el proceso, asesorándole fiscal y comercialmente, e, incluso, después de cerrar la operación, llegamos a poner a su disposición todos los servicios necesarios como mudanzas, reformas, alarmas...», aseguran desde la compañía.

Desde los inicios de esta empresa hace ya más de 40 años, la profesionalidad, la vocación de servicio y la especialización de toda su red comercial han sido sus señas de identidad y hoy en día continúan siendo los pilares básicos de la firma. Al margen del asesoramiento, el estudio del mercado o la adaptación de la oferta a las necesidades del cliente son algunos de los más significativos servicios que ofrece actualmente Gilmar.

UN CHALÉ

Los socios fundadores trabajaban juntos en la comercialización de Los Ángeles de San Rafael, en la provincia de Segovia, y no fue hasta 1983 cuando decidieron lanzarse a la aventura del emprendimiento creando una inmobiliaria. Por aquel entonces, constituyeron una sociedad limitada. Les encargaron la venta de un chalé en la zona noroeste de Madrid. Lo vendieron y... desde entonces, hasta hoy.

Si bien es verdad que los consejeros delegados y propietarios de la empresa son Jesús Gil Marín y Manuel Marrón Fuertes, no es menos cierto que de un equipo de menos de 10 personas en aquel tiempo se ha pasado a un grupo de empresas con más de 350 personas, contando trabajadores y colaboradores.

Desde su fundación, Gilmar Consulting Inmobiliario ha ido abriendo oficinas e incorporando a los mejores profesionales al equipo comercial, con un programa de formación constante y poniendo especial énfasis en el trato y atención personalizada al cliente.



El director general de Gilmar, José Luis Pérez Cremades y Francisco Marhuenda

do el modelo de seriedad y confianza que ha conseguido que estemos vendiendo casas a la tercera generación de clientes», puntualizan.

EL MERCADO MANDA

En Gilmar mantienen que, en la actualidad, no existe en absoluto una sobrevaloración del precio de la vivienda y que se ha llegado a alcanzar un punto de equilibrio. De ahí que, desde la compañía de Jesús Gil Marín y Manuel Marrón Fuertes, consideren que ahora es el mercado el que manda, hasta el punto de que la oferta y la demanda marcarán los precios en función de la zona y características de cada inmueble. «No se puede generalizar en este sentido», apuntan.

Desde la compañía sostienen que la imagen del sector inmobiliario ha mejorado mucho en los últimos años porque la pasada crisis financiera depuró el sector, dejando lugar únicamente para los más profesionales. Y eso, piensan, es un factor fundamental para defender la sensación general de que se trata de un sector serio, con un peso importante en la generación de riqueza y empleo en España.

La postura de Gilmar ha sido respaldada por los trabajos técnicos realizados por organismos como el Banco de España o el Banco Central Europeo (BCE), e incluso por el Gobierno, lo que a su vez viene ratificado por una política crediticia mucho más prudente que la que había entre 2004 y 2007.

Mirando tanto el presente como el futuro, opinan que la tecnología seguirá cambiando la forma de trabajar y de conocer a los clientes. «Apostamos por la implantación de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing inmobiliario, pero estamos seguros de que, en una decisión tan importante como la compra de una vivienda, el trato personalizado seguirá siendo un factor decisivo, sobre todo a la hora de afrontar los posibles problemas que pueden surgir en el transcurso de la operación de compraventa. Éste es—y seguirá siendo—nuestro factor diferencial», apostillan.

GILMAR

PREMIO MEJOR INMOBILIARIA

UN «TODO INCLUIDO» EN EL SECTOR

La inmobiliaria Gilmar es una empresa de intermediación que cubre servicios relacionados tanto con la compraventa como con el alquiler de inmuebles, locales, edificios, fincas rústicas...

En paralelo y como consecuencia de esta estrategia de expansión y de esta política comercial, la facturación ha ido creciendo, así como el número de oficinas. De hecho, hoy en día se superan los 36 equipos comerciales en la Comunidad de Madrid, Costa del Sol, Costa de la Luz, Sevilla y Canarias.

El principal objetivo de Gilmar, comentan fuentes de la empresa, pasa por convertirse en un referente en calidad, profesionalidad y atención al cliente. En las zonas con nuevas aperturas, el reto es el de liderar el mercado, «como ya ocurre en la Comunidad de Madrid». Con nuestro trabajo, agregan, «seguiremos defendien-

«EL TRATO PERSONALIZADO ES UN FACTOR DECISIVO EN LA COMPRA DE UNA VIVIENDA»

LOS PREMIADOS

Siete ventajas
TÉCNICAS

1. **Eficiencia** en el factor forma para optimizar el ahorro energético y la habitabilidad. 2. **Racionalidad** en el sistema estructural. 3. **Adaptabilidad** para su emplazamiento en terrenos

con diferentes pendientes. 4. **Impacto medioambiental** mínimo y elevada integración paisajística. 5. **Suelo** de la vivienda rígido y elevado sobre el terreno que protege a sus habitantes

de la humedad. 6. **Utilización de materiales** de sencilla maniobrabilidad, con costes competitivos. 7. **Viabilidad económica** proporcionada con su propuesta técnica.

Pedro GONZÁLEZ - Madrid

De los aproximadamente 70 millones de personas que se han visto obligadas a huir de sus hogares en todo el mundo, hay casi 25,4 millones de refugiados. Y para darles cobijo, tanto a ellos como a todos aquellos que se enfrentan a situaciones de emergencia, como podrían ser las de desarraigo forzoso, las provocadas de forma sobrevenida por catástrofes naturales, los conflictos bélicos o las persecuciones políticas que obligan a las poblaciones a abandonar su lugar de origen, el Proyecto de Investigación VEM (Vivienda de Emergencia Militar) transformalos cada vez más extendidos campos de refugiados en lugares dignos de acogida.

Su principal objetivo es el de mejorar de forma eficiente el problema de alojamiento para los desplazados, especialmente en campos de refugiados, durante el tiempo prolongado de espera, desde la supervivencia hasta su reasentamiento definitivo.

Desarrollado por la Universidad CEU San Pablo, dentro del ámbito de arquitecturas en situación de crisis humanitaria, consiste en una unidad mínima de habitabilidad, concebida para entornos posdesastre y sometidos frecuentemente a desplazamientos poblacionales de gran escala. La solución se basa en un sistema adaptable que, de forma progresiva, puede mejorar sus prestaciones a medida que sea necesario y en la que se pueden incorporar elementos constructivos relacionados con las diferentes culturas autóctonas afectadas.

Es, a fin de cuentas, un producto aerotransportable y modular dentro de operaciones logísticas con objetivos para ayuda humanitaria. La pertinencia innovadora del proyecto VEM surge en un momento actual en el que el problema es realmente grave, ya que la necesidad de abastecimiento de viviendas de emergencia se sitúa en 300.000 nuevas unidades cada año para refugiados o desplazados forzosos en los más de 100 asentamientos existentes. En la mayoría de los casos se reduce la intervención a los primeros efectos de la urgencia o refugio, quedando interrumpido el proceso que conduciría a las fases deseables de reconstrucción y desarrollo de las poblaciones afectadas.

Desde una vocación humanitaria, un estudio previo de los efectos

PROYECTO VEM-U. CEU SAN PABLO

PREMIO A LA INICIATIVA SOLIDARIA

UN «ANTICRISIS»
HUMANITARIA

El Proyecto de Investigación Vivienda de Emergencia Militar transforma los campos de refugiados en lugares dignos de acogida. Está concebido para entornos posdesastre y sometidos a desplazamientos de gran escala



Javier Camacho, profesor de la Universidad CEU San Pablo, y el director de LA RAZÓN

negativos ocasionados por el aumento creciente del número de refugiados en el mundo constató la ausencia de soluciones dignas de habitabilidad, adaptables en el tiempo a las condiciones del entorno geográfico y cultural.

«El proyecto surge como iniciativa académica de trabajo en equipo, desde el Grupo de investigación Rebirth-Inhabit del Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad CEU San Pablo, con financiación privada empresarial, por parte de Airbus Defence & Space». Juan Manuel Ros, investigador principal Rebirth-Inhabit, del Departamento de Arquitectura y Diseño de la Escuela Politécnica Superior de la CEU San Pablo, explica que la complejidad de factores que intervienen para mitigar las crisis humanitarias obliga, en la mayoría de las ocasiones, a establecer medidas mínimas provisionales frente a los modelos arquitectónicos de alojamiento.

LA NECESIDAD DE
ABASTECIMIENTO DE
VIVIENDAS DE ESTE
TIPO ESTÁ EN 300.000
NUEVAS CADA AÑO

Las características de funcionalidad, habitabilidad y eficacia del modelo VEM cumplen con las recomendaciones y regulaciones normativas de los organismos internacionales exigibles a este tipo de productos. De igual modo, han sido desarrollados distintos ensayos de control de calidad y laboratorio de materiales que hacen del producto un resultado de alta fiabilidad técnica.

El modelo VEM tiene numerosas ventajas. Quizá la principal sea su bajo coste de fabricación. «El final depende de su producción en serie, de su localización industrial y de pequeñas variables de calidad material, estableciéndose de forma aproximada en torno a los 2.000 euros», apostilla Ros.

Desde la Universidad CEU San Pablo remarcan la pretensión de desarrollar una arquitectura humanitaria que tenga en cuenta la recuperación de la identidad perdida por parte de los afectados a través de una sencilla arquitectura que permita poner en valor las tradiciones locales.

LOS PREMIADOS

Humedades
EN VERANO

El verano ya está aquí y es momento de tomar una decisión para eliminar las humedades. Tratarlas en esta época del año, cuenta López, «es muy buena

opción para tener la vivienda acondicionada antes de la llegada de la época fría». Además, a veces pensamos que en los periodos de calor se notan menos. Pero López

añade que «lamentablemente, cuando una vivienda padece humedades de carácter estructural, éstas no desaparecerán en verano».

CTA DE MURPROTEC

PREMIO PRODUCTO INNOVADOR DEL AÑO

CENTRO DE TRATAMIENTO DE AIRE,
EL ENEMIGO DE LAS HUMEDADES

La nueva versión de esta herramienta innovadora será lanzada próximamente. Por lo tanto, la empresa mejorará su servicio para eliminar las humedades procedentes de la condensación



El director de Murprotec en Madrid, Ángel Cano, y Francisco Marhuenda

Óscar REYES - Madrid

Pocas cosas hay más molestas dentro de una casa que las humedades. Y eso que estamos acostumbrados a ellas porque pueden aparecer por múltiples motivos. Todos hemos sufrido alguna y, también, hemos tenido que recurrir a profesionales para que la eliminen. Una de las empresas en ese trabajo es Murprotec, con una trayectoria de más de 60 años, un tiempo en el que «hemos evolucionado muchísimo y mejorado todos nuestros servicios hasta poder ofrecer

garantías reales y testadas de nuestros tratamientos», asegura su director general en España y Portugal, Miguel Ángel López.

En Murprotec se dedican a las humedades estructurales, aquellas que son crónicas, pues surgen por un problema en la edificación y que, «si no se tratan adecuadamente serán recurrentes», afirma López. Pueden ser de tres tipos: por capilaridad, filtraciones laterales y condensación. Las primeras aparecen cuando el terreno absorbe mucha humedad y los muros de los edificios filtran el agua como si fuera una esponja. Este fenómeno provoca humeda-

des que pueden llegar al metro y medio de altura.

Las segundas se generan en los garajes, sótanos y plantas bajas y salen a la luz cuando el agua presente al otro lado de un muro penetra dentro del edificio a través de la pared de forma lateral. Por último, la condensación se origina cuando se produce un excesivo nivel de vapor de agua en el ambiente y se genera la condensación del agua. Los efectos más visibles de estas humedades son hongos y mohos en esquinas y paredes, así como cristales empañados en ventanas y espejos, explica López. Para cada uno de

«**TODOS NUESTROS PRODUCTOS SON EXCLUSIVOS, PATENTADOS Y DE FABRICACIÓN PROPIA**»

estos problemas, añade, «en Murprotec tenemos un tratamiento definitivo, exclusivo, patentado y de fabricación europea que nos permite ofrecer hasta 30 años de garantía de resultados».

La condensación, por ejemplo, lo tratan con la tecnología llamada Central de Tratamiento del Aire, que aspira aire nuevo tomado del exterior, lo filtra y lo insufla forzado en la vivienda, generando una débil sobrepresión. Así, procura una oxigenación y un ambiente de bienestar inmediato. En cuanto a las filtraciones laterales, cuentan con un sistema exclusivo de encubado, un tratamiento definitivo a contrapresión con resinas hidroepoxy de última generación, empleadas también para construir los cascos de los barcos. Y para tratar la capilaridad utilizan la tecnología MESC (microemulsiones siliconadas concentradas). Estas microemulsiones recubren la superficie interior de los capilares con una solución hidrófoba que impide, de forma drástica y definitiva, el fenómeno de subida capilar.

No obstante, en Murprotec no se conforman con estas herramientas y constantemente buscan mejorarlas. López manifiesta que poseen «laboratorios propios de I+D en los que desarrollamos nuevas técnicas, mejoramos procesos o investigamos nuevos materiales con los que situarnos a la vanguardia del sector. Todos nuestros productos son exclusivos, patentados y de fabricación propia en Europa. Nuestro departamento de innovación está en constante desarrollo y dentro de muy poco lanzaremos la nueva versión de la Central de Tratamiento del Aire (CTA) que contará con numerosas novedades».

Gracias a este desarrollo, en sus 60 años de historia han ido ganando peso como compañía. De ese modo, en la actualidad operan en siete países europeos a través de una equipo de más de 350 técnicos especializados, y cada año realizan más de 13.000 obras. Por lo tanto, la experiencia con la que cuentan es indudable. No obstante, a López sí le resulta extraño que otros competidores más jóvenes intenten ponerse a la altura de Murprotec: «Siempre me resulta curioso que empresas con cinco o diez años de trayectoria, incluso menos, publiquen garantías de 30 años en sus tratamientos cuando no han podido testar que eso sea real».

LOS PREMIADOS

Cultura de la
HERENCIA

En los comienzos de la empresa, al tratarse de una compañía pionera, solían decir que «predicaban en el desierto». Sus propuestas, muy asentadas en

Europa, aquí no eran conocidas. No obstante, Martínez Cerezo también lo achaca a la tan arraigada «cultura de la herencia», pero cree que pronto se

normalizará el uso de estos productos «que nos permiten convertir el ahorro acumulado en las viviendas en liquidez sin dejar de disfrutar de nuestra casa».



El fundador del Grupo Retiro, Carlos Martínez Cerezo, muestra el galardón tras entregárselo Francisco Marhuenda

23 años, en el asesoramiento e intermediación de estos productos para los mayores de 65 años. El proyecto empresarial se gestó en 1996 a través de la empresa de Consultoría Martínez Cerezo & Asociados que inició una ampliación de su negocio bajo la clave de la especialización en un sector, el de la tercera edad, que ya se vislumbraba como clave en el futuro, dando lugar a la sociedad Grupo Renta Vitalicia Mayores, S.A. que actúa en el mercado bajo el nombre comercial de Grupo Retiro.

UNA RESPUESTA

«Nuestro proyecto buscaba dar una respuesta a una situación social y demográfica concreta que no era otra que un intenso envejecimiento poblacional, donde el colectivo de personas mayores de 65 años carece de recursos suficientes para cubrir sus necesidades durante la jubilación, debido a la cuantía de las pensiones públicas y a que su principal ahorro vital estaba concentrado en su vivienda, el lugar en el que quiere seguir residiendo».

Martínez Cerezo relata que así surge un proyecto empresarial orientado a la búsqueda de soluciones inmobiliarias y financieras innovadoras que ayuden a las personas mayores a resolver, con el apoyo de su casa como principal ahorro, las distintas problemáticas económicas, mejorando su calidad de vida.

Si bien es cierto que el crecimiento de Grupo Retiro ha sido constante desde sus inicios, también lo es que durante la última década ha resultado aún más vertiginoso. Y es que la contratación de rentas vitalicias inmobiliarias, de hipotecas inversas, de ventas de nuda propiedad y las compraventas con alquiler garantizados está cada vez más extendida.

Y el crecimiento del negocio se ha visto acompañado por un incremento de la plantilla; de manera que si en los orígenes contaba exclusivamente con una oficina en Madrid en la que trabajaban dos empleados, actualmente está conformada por un equipo de 17 distribuidos por Cataluña, Islas Baleares, País Vasco, Cantabria, Navarra, Andalucía, Comunidad Valenciana, Aragón y La Rioja. Un crecimiento que ha tenido su reflejo en términos de facturación, que ha registrado crecimientos anuales medios del 20% durante los últimos cinco ejercicios.

GRUPO RETIRO

PREMIO MEJORES SOLUCIONES INMOBILIARIAS PARA LA TERCERA EDAD

CONVIERTE LAS VIVIENDAS EN RENTABLES «PLANES DE PENSIONES»

Esta pequeña empresa madrileña está especializada en gestionar rentas vitalicias inmobiliarias, hipotecas inversas, ventas de nuda propiedad y compraventas con alquileres garantizados

Pedro GONZÁLEZ - Madrid

España es un país de inversores, mayoritariamente, conservadores; sobre todo cuando el objetivo pasa por ahorrar a largo plazo de cara a la jubilación. Sin embargo, el mal comportamiento de los mercados bursátiles ha provocado que, a cierre de marzo, más del 70% de los partícipes en planes de pensiones hayan perdido dinero, de media, en el último año.

El auge de estos productos está estrechamente relacionado con la nula rentabilidad que ofrecen los

más tradicionales, y hasta la fecha extendidos: los depósitos bancarios, que se han quedado sin rendimiento como consecuencia de la política monetaria del Banco Central Europeo (BCE). De hecho, los bancos pagan un irrisorio 0,06% a sus clientes por captar sus ahorros; es decir, la mitad que hace un año y mulejos del casi el 5% con el que se remuneraban en octubre de 2008.

En resumidas cuentas, al entrar en la edad de jubilación, los españoles tienen pocas posibilidades de sacar provecho a sus ahorros. Y en este contexto, entra en escena

Grupo Retiro, desde donde ayudan a las personas mayores a convertir sus viviendas en su «mejor plan de pensiones», destaca Carlos A. Martínez Cerezo, socio fundador y accionista mayoritario de una empresa pionera en España en la gestión integral de productos de rentabilización o licuación del patrimonio inmobiliario, como son las rentas vitalicias inmobiliarias, las hipotecas inversas, las ventas de nuda propiedad y las compraventas con alquiler garantizados.

Se trata de un despacho de abogados especializado, desde hace

SU FACTURACIÓN HA TENIDO AUMENTOS ANUALES MEDIOS DEL 20% EN LOS ÚLTIMOS CINCO EJERCICIOS

LOS PREMIADOS

Cinco
CONSEJOS

Renta Garantizada da cinco consejos a aquellos propietarios que quieran emprender la aventura de alquilar una vivienda. El primero de ellos es contratar los servicios de un

profesional; el segundo, investigar exhaustivamente los precios de la zona; tercero, buscar al inquilino ideal; en cuarto lugar, es muy importante redactar el contrato de

forma adecuada, que no queden lagunas que los inquilinos puedan aprovechar y proteger el inmueble a través de cláusulas, y por último, contratar un seguro de impago.



El CEO de Renta Garantizada, Pedro Colino, y Francisco Marhuenda

El servicio más demandado, junto a la garantía en el cobro de la renta, es el de gestión integral. A través de éste, se realiza un estudio de solvencia, un contrato de arrendamiento, la gestión de la fianza en Ivima (Instituto de la Vivienda de Madrid), la gestión de los suministros, los cobros y los pagos, las incidencias, la desocupación y los honorarios de los abogados necesarios. Es decir, se encarga de todas las preocupaciones que acarrea al alquilar.

La fuerte demanda de este servicio, comentan, se debe a que «en la actualidad se está profesionalizando el sector, los propietarios prefieren dejar en manos de profesionales la gestión de sus viviendas y despreocuparse del día a día, desde la elaboración del contrato de arrendamiento, pasando por la resolución de incidencias, hasta la desocupación del inmueble, no tienen tiempo y delegan en empresas como la nuestra, la gestión».

AUGE DEL ALQUILER

Aunque, como decíamos al principio, el mercado del alquiler viva un momento de auge, en Renta Garantizada guardan cierto recelo sobre su evolución en los próximos años. A pesar de la fuerte demanda, los domicilios disponibles para arrendar podrían caer drásticamente a causa de la nueva regulación que ha propuesto el Gobierno de Pedro Sánchez. Si finalmente dicha norma entra en vigor, admiten, «sería un error tremendo, pues si se limitan las rentas de los alquileres, muchos propietarios se plantearán la opción de vender sus viviendas, por lo que la oferta de alquiler en esas zonas bajara sustancialmente».

La reforma, apuntan, tiene otro problema, los propietarios verán reducidos sus ingresos y, por ese motivo, disminuirán sus intenciones de ir actualizando las casas para que el parque de viviendas vaya renovándose: «No invertirán en ningún tipo de mejoras, por lo que nos encontraríamos domicilios y edificios abandonados, en el centro de nuestras ciudades». Así, que el futuro parece muy oscuro.

Óscar REYES - Madrid

RENTA GARANTIZADA

PREMIO EXCELENCIA EN LA PROTECCIÓN AL PROPIETARIO

LA MEJOR DECISIÓN
DE LOS INQUILINOS

La empresa se asegura de que cobres el alquiler todos los meses, pero además cuenta con otros servicios como la defensa judicial en caso de desahucio o la gestión integral del inmueble. Desde la compañía no ven correcta la reforma del alquiler propuesta por el Gobierno

disipen, por lo que le hacen un gran favor a la ofertar de alquileres en la capital, una de las ciudades donde la demanda más se ha disparado en los últimos años.

Renta Garantizada asegura el cobro del alquiler mes a mes a pesar de que el inquilino no lo pague. Por lo tanto, otorgan al propietario la mayor de las tranquilidades al miedo más común. Precisamente, eso es lo que les diferencia de sus competidores. La mayoría de las empresas del sector no cuentan con el respaldo de una compañía de seguros que

se haga cargo de ello, sostiene. Y en su caso se trata de una de las que más reputación tiene en su sector, Mapfre.

Éste es el servicio más destacado de Renta Garantizada, pero hay otros que hacen que ser propietario no sea para nada una preocupación. Además, cuentan fuentes de la compañía, «nos encargamos de la defensa judicial en caso de desahucio, incluyendo todos los gastos que se puedan generar así como la protección por posibles daños en la vivienda».

«LOS PROPIETARIOS PREFIEREN DEJAR EN MANOS DE LOS PROFESIONALES LA GESTIÓN DE SU CASA»

El mercado inmobiliario ha sufrido una fuerte revolución en los últimos años, protagonizada por el alquiler. Ha pasado de representar el 11% del total de operaciones en 2001 al 24% en 2018, y aunque seguimos lejos de países como Alemania, con un 45%, o Reino Unido, con un 30%, poco a poco nos vamos acercando a Europa, con una media en torno al 29%. Este auge viene provocado por un «cambio de mentalidad, ahora muchos jóvenes prefieren no hipotecarse y arrendan en vez de comprar», afirman desde Renta Garantizada, empresa que se ocupa que los dueños de las casas en alquiler no tengan ningún problema y tengan la seguridad de cobrar lo acordado a final de mes.

El grupo al que pertenece la empresa lleva más de dos décadas asesorando en el sector inmobiliarios. Ellos, en particular, se dedican al alquiler de viviendas en Madrid y, explican, «lo hacemos con total seguridad y garantía para el propietario. Hay muchos que no quieren arrendar su casa bien por miedo a que no les paguen la renta, bien porque no saben o porque no pueden gestionarlo». Su trabajo es que todas estas incertidumbres se

LOS PREMIADOS

Calidad
SOSTENIBLE

Desde su fundación en 2007, ASG Homes comenzó con sus proyectos en Alemania para aterrizar en España en 2013. Ha desarrollado sus complejos

residenciales por toda la geografía de nuestro país, siempre atendiendo a la misma filosofía de calidad y sostenibilidad. «Realizar proyectos singulares con altos estándares de

calidad y cuyo proceso de diseño y construcción sea respetuoso con el medio ambiente son principios básicos que caracterizan a esta compañía», dice Víctor Pérez Arias.

Elena MAGARIÑOS - Madrid

La necesidad de cuidar, de forma individual, el medio ambiente, es algo que cada vez resulta más evidente en el mundo en el que vivimos. Un mundo en el que es indispensable un compromiso que no provenga únicamente de las grandes compañías, sino, sobre todo, de cada ciudadano, ya que solo así la humanidad podrá dejar, para las generaciones futuras, un mundo mejor del que ha encontrado. Por eso, en un momento en el que el desarrollo tecnológico avanza hacia el desarrollo de elementos cada vez más eficaces y menos dependientes a nivel energético, una buena vivienda ya no es aquella que más metros cuadrados ofrece, sino la que es capaz de conjugar el diseño y la comodidad con la calidad y la eficiencia. Todo esto es algo que tienen muy en cuenta en ASG Homes.

Y es que Residencial España ha convertido uno de los edificios más emblemáticos de Salamanca en algo más que un complejo de viviendas, ya que es el primer edificio de la ciudad con una instalación eléctrica cien por cien renovable, algo que se ha conseguido a través de geotermia vertical con bombas de calor y sondas de PEX. Esto permite un gran rendimiento de las fuentes de energía, ya que con esta técnica se aprovecha el calor de la tierra para uso doméstico, conduciéndolo hasta el edificio para resolver todas las necesidades de calefacción y agua caliente sanitaria.

«Residencial España se ha concebido como un proyecto respetuoso con el medio ambiente y con el entorno urbanístico», señala el consejero delegado de ASG Homes, Víctor Pérez Arias. De esta manera, el complejo urbanístico combina su excepcional ubicación en el centro de Salamanca con una altísima calidad de los acabados de sus viviendas, así como con la amplitud y luminosidad de sus estancias. «También nos hemos centrado en unas cuidadas zonas comunes, lo que hace que este residencial sea un proyecto único, realmente diferencial», subraya. Así, Residencial España alberga 24 viviendas de entre 2 y 4 dormitorios, garaje, solárium, gimnasio, spa, piscina climatizada, domótica integral en todo el edificio y preinstalación de recarga para vehículos eléctricos.



Alberto Morán, subdirector general de ASG Homes, y Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN

ASG HOMES

PREMIO MEJOR RESIDENCIAL DE LUJO DE SALAMANCA

EMPEZAR LA CASA POR
EL TEJADO ES POSIBLE

La promotora inmobiliaria se caracteriza por desarrollar proyectos que conjugan la calidad y el diseño con una apuesta clara y concisa por reducir la huella energética de sus instalaciones

ASG HOMES APUESTA POR UN DESARROLLO SOSTENIBLE RESPETANDO LOS ESTÁNDARES MÁS ALTOS

En ASG Homes se muestran especialmente comprometidos con el medio ambiente porque consideran que el mundo de la vivienda debe ser cada vez más sostenible. «Creemos que esto es así, en primer lugar, por la integración en el entorno de una ciudad histórica como Salamanca, que es un reto muy exigente», señala. «El diseño y la construcción de viviendas con carácter sostenible tienen que ser un principio básico entre todas las compañías del

sector, y ASG Homes apuesta por un desarrollo sostenible respetando los estándares más altos de calidad tanto en el diseño como en la ejecución», añade. Por ello, todos los proyectos de la empresa están registrados en BREEAM, un certificado de construcción sostenible líder a nivel mundial, lo cual asegura que todas las obras de construcción que realizan siguen los parámetros marcados. «El respeto al medio ambiente y la eficiencia energética marcan,

desde el inicio, los proyectos de esta compañía, en la cual una de sus principales señas de identidad es la consciencia de la necesidad de intervenciones sostenibles y comprometidas con un futuro de calidad», subraya.

Pero su compromiso con el medio ambiente no es lo único que caracteriza a las políticas de Responsabilidad Social Corporativa de ASG Homes. «Entre los principios básicos que conforman el ADN de nuestra compañía se encuentra, para empezar, la integridad, por lo que promovemos comportamientos éticos y socialmente responsables entre sus empleados», dice. «También consideramos fundamental la transparencia, la cual conseguimos por medio de actuaciones visibles e identificables que transmitan honradez y generen confianza en el público», explica. Ejemplo de ello es que, por medio de su página web, se puede visualizar cada uno de los pasos dados en la construcción y promoción de su proyectos. «Por último, intentamos fomentar la igualdad, ofreciendo las mismas oportunidades a todos los integrantes de la compañía», indica.

LOS PREMIADOS

Equipo
HUMANO

Fermax fue fundada en 1949 por Fernando Maestre, un amante de la electrónica. Poco a poco se han ido expandiendo hasta estar presentes internacionalmente y

contar con ocho delegaciones a nivel nacional. La razón del éxito, apunta Jeremy Palacio, «fundamentalmente es su equipo humano. Las personas son

nuestro valor y mayor activo y una gran ventaja diferencial, y son ellas las que han hecho posible, con su talento y esfuerzo, el éxito de la compañía».

Óscar REYES - MADRID

Dentro de la vivienda, la seguridad es lo primero. Muchos de los peligros tienen su origen en el exterior y, para evitar que se cuelen en casa, resulta importante tener un sistema que permita prevenirlo. En ese sentido, los porteros han evolucionado hasta, gracias a las nuevas tecnologías, incorporar los vídeos. Por lo tanto, ya no cabe duda de quién quiere acceder al interior. En Fermax llevan fabricando y comercializando porteros desde hace siete décadas, siendo testigos directos de su desarrollo.

En todo ese tiempo, cuenta su director general, Jeremy Palacio, «nuestro compromiso con la innovación, la calidad de materiales y la estética han estado siempre presentes. Nuestra gama de producto, en constante evolución y desarrollo, busca dar respuesta a las diferentes necesidades y demandas que se presentan en el mercado».

Han notado que cada vez se reclama más seguridad en la vivienda, una función que los porteros y videoporteros han reforzado mediante los sistemas innovadores de Control de Acceso que, «con dispositivos como lectores de huella, lectores de proximidad o elementos de radiofrecuencia, permiten el acceso únicamente a personas previamente autorizadas y registradas», subraya Palacio. Hoy en día, añade, «la evolución de las tecnologías y la aparición de la conectividad ha favorecido y potenciado la aparición de nuevas funcionalidades orientadas a aumentar la seguridad en las viviendas, pudiendo incluso controlar el acceso a las mismas sin necesidad de hallarse en el interior de ellas».

INNOVACIÓN

Han trabajado en esa dirección innovadora hasta que, actualmente, pueden decir que han elaborado el primer sistema digital de videoportero capaz de funcionar sobre dos hilos, el DUOX, el cual, explica Palacio, «nos permitirá lograr nuestro objetivo en la actualidad: convertir nuestro videoportero en el corazón tecnológico de la vivienda». Sin duda, añade, marcará la tendencia futura en este mercado tan tecnologizado.



Jeremy Palacio,
director general de
Fermax, y Francisco
Marhuenda

distintos dispositivos, sostiene el director genera.

También poseen la nueva línea de placas Marine Elite, fabricadas en acero inoxidable. Son antivandálicas, muy resistentes, y permiten la personalización total en cuanto a color, tamaño, composición y serigrafía por lo que aportan un gran valor añadido diferencial y exclusivo a la hora de responder a las demandas más personalizadas. Por último, continúa Palacio, «cabe destacar otro producto relevante; el kit Way-Fi, que permite desviar la llamada del videoportero a tu móvil permitiéndote ver quién está llamando a tu puerta, contestar y abrir la puerta desde donde estés de forma totalmente remota».

DIFERENCIAS

Lo que diferencia a Fermax del resto de sus competidores es, por encima de todo, el espíritu innovador que posee, pues invierten todos los años entre un 5 y un 6% de las ventas en Investigación y Desarrollo. Pero, sobre todo, la mayor distinción es el prestigio que ha acumulado durante tantas décadas de experiencia. En ese tiempo, y realizando una labor incansable, ha logrado construir un canal de comercialización que está muy estructurado y definido y que les coloca en una posición privilegiada dentro del sector.

Palacio manifiesta que, entre sus clientes, «a nivel nacional, tratamos habitualmente con almacenes, instaladores y/o distribuidores, teniendo con la mayoría de ellos una relación desde hace mucho tiempo. Por otro lado, a nivel internacional también disponemos de una amplia red de distribuidores en más de 70 países que gestionamos tanto desde la central como a través de nuestras siete filiales internacionales. Asimismo, realizamos una labor de prescripción muy importante interactuando directamente con arquitecturas y promotoras ofreciendo nuestra amplia gama de soluciones para sus proyectos». Y fruto de este arduo trabajo, es un referente en el sector.

FERMAX

PREMIO A LA COMUNICACIÓN Y CONECTIVIDAD RESIDENCIAL

LA EMPRESA QUE TE DA COMPLETA SEGURIDAD

Uno de los objetivos de sus productos es que la gente esté tranquila en el interior de su vivienda. Aplican la última tecnología para sus videoporteros y han lanzado recientemente nuevas gamas que cambiarán el mercado

Además, en Fermax cuentan con otras novedades que incluyen las últimas tecnologías. Por ejemplo, el sistema MEET: una tecnología cien por cien TCP/IP basada en una infraestructura Punto a Punto (P2P) eficiente, flexible y con gran adaptabilidad. Ofrece una calidad de vídeo

HD y de audio digital que aseguran una comunicación de gran calidad, poniendo al servicio del usuario un abanico de posibilidades y funcionalidades que facilitarán su día a día. Y no sólo en términos de comunicación sino también de conectividad, seguridad o integración con

**TODOS LOS AÑOS
INVIERTE ENTRE EL 5%
Y EL 6% DE LAS VENTAS
EN I+D, UN FACTOR
DIFERENCIAL**

LOS PREMIADOS

Mejorar la
calidad de
VIDA



El principal reto de Cano y Escario, señalan, pasa por satisfacer las necesidades arquitectónicas que exige la sociedad en cada momento, mediante una empresa

que, utilizando todos los recursos y avances disponible, sea capaz de mejorar la calidad de vida de las personas que vayan a habitar sus edificios. «Queremos una compañía

ordenada donde se consigan estos objetivos con una estructura que permita a profesionales adscritos a ella desarrollar su pensamiento de arquitectos de forma plena».

CANO Y ESCARIO

PREMIO EMPRESA LÍDER EN ARQUITECTURA POR SU TRAYECTORIA PROFESIONAL

PASIÓN POR LA ARQUITECTURA COMO FORMA DE PENSAR

Los responsables de la firma Cano y Escario se muestran convencidos de la necesidad irrenunciable de transmitir emociones a través de cada uno de los proyectos que desarrollan



Los directores del estudio, Diego Escario y Benjamín Cano, y el director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda

que la arquitectura, además de cumplir con sus funciones prácticas, tiene la necesidad irrenunciable de transmitir emociones. Y esa base fundacional intentan mantenerla en todos sus proyectos. «Nuestra motivación parte de nuestro pensamiento cristiano y trascendente y se proyecta en la certeza de poder mejorar la calidad de vida de las personas creando espacios maravillosos donde van a pensar, trabajar, soñar, vivir...», apostillan. Pero más allá, Cano y Escario ha superado la barrera de los 5 millones de facturación anual sólo con la actividad de diseño de proyecto y dirección técnica de las obras.

Explican que el sector de la arquitectura es muy sensible a las variaciones y vaivenes del desarrollo económico en cada momento. Así, mientras durante los años del boom el valor del suelo y, por tanto, su ubicación era lo único importante, ahora, desde que comenzaron a vislumbrarse los primeros destellos de la recuperación, ha cambiado completamente el paradigma.

Así, recuerdan que aunque en el mercado residencial entraron con decisión los fondos de inversión extranjeros, atraídos por los buenos precios que se ofrecían y por una cierta estabilidad económica, el mercado estaba totalmente caído y los nuevos promotores empezaron a exigir diseños excelentes, calidades altas, espacios amplios y los últimos avances tecnológicos. «Con este escenario, el producto que se ha creado en estos últimos años ha sido excelente», remarcan.

Sea como fuere, creen que, en estos 30 años, la valoración del diseño, en general, y de la arquitectura, en particular, ha tenido un despegue enorme; hasta el punto de que «la arquitectura ha pasado de ser un producto únicamente cultural a convertirse simultáneamente en uno de consumo».

Y achacan esta transformación, fundamentalmente, al aumento de la cultura de la sociedad. En cualquier caso, declaran que supone una gran noticia para la profesión, ya que abre nuevos retos y amplía la libertad en el diseño en campos que antes les estaban muy restringidos. «La valoración de nuestra profesión va en aumento. Y eso, dentro de las dificultades, es una buena noticia para el presente y el futuro», sentencian.

Pedro GONZÁLEZ - Madrid

Cano y Escario es una empresa de arquitectura empeñada en ofrecer el mejor diseño en todos sus proyectos. En su ADN está implantada la vinculación completa al objetivo de producto que tiene fijado el promotor, sea público o privado, como interlocutor directo con la sociedad. Un compromiso que, asimismo, inspira desde el diseño hasta el precio, sin olvidar la calidad y los plazos.

Fuentes de la empresa aseguran que la compañía surgió de un enamoramiento profundo de la arquitectura como forma de pen-

samiento, servicio y desarrollo personal. Por otro lado, añaden que su posicionamiento profesional ha partido siempre del momento social y económico, proyectando su visión e intentando aportar soluciones a los problemas que la sociedad exige a la arquitectura en cada momento.

Tras 30 años de trayectoria profesional, desde Cano y Escario explican que la empresa se fue creando, desde el primer minuto, paso a paso. «La ilusión por hacer las cosas bien se ha mantenido viva durante todo este tiempo, que ha estado lleno de motivación e ilusión por la arquitectura, por el pensamiento, por el desarrollo de

la historia y su unión directa con el arte y la creación», destacan.

Si bien Cano y Escario cuenta en su plantilla con 75 profesionales, entre los que se hallan fundamentalmente arquitectos-técnicos y superiores- y aparejadores, la empresa arrancó con dos socios fundadores, a cuyos apellidos debe su nombre.

El comienzo fue lento, aunque afrontaron los primeros encargos pequeños con mucha ilusión y dedicación. Pero, en seguida, surgieron oportunidades de crecer. Y las aprovecharon. «Un proyecto de hotel en Toledo, una iglesia en Parla, los primeros bloques...». No obstante, detallan que

LOS PROMOTORES EXIGEN AHORA DISEÑOS EXCELENTES, CALIDADES ALTAS Y TECNOLOGÍA PUNTA

actualmente hacen hospitales, colegios, auditorios y, desde luego, mucha vivienda de todos los niveles y tipologías.

Atentos siempre a la evolución del mercado, Cano y Escario ha desarrollado una especialización pormenorizada en cada producto. Se muestran convencidos de

LOS PREMIADOS

Cercanía al
CLIENTE

Después de casi 60 años de historia, el principal objetivo de Ascensores Embarba es el de «seguir ofreciendo los mismos servicios que en el pasado, pero con las herramientas

de ahora» a sus clientes. Esto se traduce en ofertar productos a medida en los que se utilizan materiales innovadores como el «solid surface», «materiales del

futuro del ascensor que ya lo hacemos presente». Alejandro Embarba señala que la cercanía al cliente seguirá siendo un valor distintivo de la compañía.

M. C. M. - Madrid

El ascensor es el vehículo que más se utiliza en el mundo y, curiosamente, es precisamente España el país que más ascensores tiene por cada 1.000 habitantes. A pesar de esta circunstancia, el sector de la elevación es, tal como dice Alejandro Embarba Díaz, adjunto a Dirección de Ascensores Embarba, «bastante duro y desconocido para el gran público, que solamente se acuerda del ascensor cuando nos quedamos atrapados o cuando hay una reunión en la comunidad de propietarios».

A pesar de esta situación, esta compañía malagueña ha sido capaz de destacar por sus diseños y su servicio pre y postventa al cliente, cualidades que le han hecho merecer el Premio a la Innovación y Calidad en Ascensores Eficientes, otorgado por el diario LA RAZÓN.

Embarba sostiene que lo primordial, a la hora de alcanzar este galardón, ha sido contar con un capital humano de excepción en la empresa. «Sin lugar a dudas, hemos ido constituyendo con el paso del tiempo un equipo excelente, donde se pone auténtica pasión por el trabajo bien realizado, lo que se traduce en el desarrollo de productos propios con los mejores materiales al alcance de nuestra mano», explica.

PROVEEDORES DE PRIMERA

Además, otro factor diferencial es el de los materiales que utiliza en la fabricación de sus productos, así como la atención cercana que presta al cliente final. «Nuestros proveedores son de primer orden, y esto nos permite innovar continuamente ya que se producen unas sinergias que nos hacen crecer», señala.

«Embarba comienza su andadura en los años 60, unos primeros años que supusieron un periplo lleno de obstáculos que hemos sabido salvar gracias a las personas que han formado parte de la empresa en cada etapa, y a los cuales les damos nuestro agradecimiento infinito», relata. Pero, a pesar de que el comienzo fue duro, la compañía logró hacerse un hueco dentro del sector de la elevación. «El despegue definitivo lo damos en torno al año 2000, con la inauguración de una nueva fábrica», añade. Y es que esto supuso para la compañía andaluza



El adjunto a Dirección, Alejandro Embarba, y el director, Francisco Marhuenda

para aplicar las normativas necesarias y otras que ha implantado la empresa en su afán de mejora continua en la gestión de la calidad para el diseño, la fabricación, el ensamblaje, la instalación y la inspección final de ascensores. «Todos nuestros certificados son expedidos por Aenor», apunta Embarba.

PANTALLAS INNOVADORAS

«Un gran reto que tenemos planteado en la actualidad en nuestra organización es el de lograr la estandarización a la hora de fabricar nuestros productos, pero precisamente de esto han nacido los últimos modelos Z1, que juegan con la luz y el minimalismo», argumenta. En definitiva, un concepto diferente de ascensores, impregnados de la última tecnología. «Prueba de ello son nuestras pantallas Newsglobal, capaces de conectar nuestros ascensores con el cliente, ofreciendo desde información hasta teléfono», subraya.

Sin embargo, la innovación, para Embarba, no tendría sentido si no fuera de la mano de, como dice el lema de la compañía, «Mejorar la vida de las personas» en todos los aspectos. «Es evidente que estamos rodeados de contaminación por todos lados y todos tenemos nuestra parte de culpa, de ahí que producir de una manera sostenible hará que cuidemos este mundo y las generaciones futuras, las cuales no debemos de olvidar mirando para otro lado», explica. Por este motivo, Embarba se centra principalmente en el compromiso con el medio ambiente, poniendo en marcha la búsqueda de materiales sostenibles para sus ascensores. «Además, la maquinaria que se utiliza va encaminada hacia el ahorro energético total, utilizando regeneradores de energía, apagados automáticos de todo el sistema cuando no se usa o variadores de frecuencia, entre otros», asevera. De esta manera, se ha propuesto alcanzar dos objetivos: no sólo llevar a cabo una acción a favor del medio ambiente a través del ahorro energético y de la producción de sus materiales, sino también de una acción social para que el cliente ahorre en su recibo.

ASCENSORES EMBARBA

PREMIO A LA INNOVACIÓN Y CALIDAD EN ASCENSORES EFICIENTES

EL PASADO SE MEZCLA
CON EL FUTURO

Ascensores Embarba, una empresa familiar asentada en Málaga, destaca en la fabricación de estas instalaciones en el país en el que más elevadores hay por cada 1.000 habitantes a nivel mundial

una producción de más de 1500 ascensores anuales.

Pero, después de esos magníficos años que vivió la industria de la construcción, «por desgracia para todos, llegó la gran crisis económica, la cual hemos superado como empresa trasladando nuestra estrategia de trabajo hacia el mantenimiento, con notorie-

dad y mucho esfuerzo». Y no solo lograron superar esta dura etapa, sino que, además, actualmente Ascensores Embarba ha abierto sus puertas a todo el mundo, vendiendo en los cinco continentes.

Así, esta sociedad de carácter familiar ha ido creciendo hasta estar conformada por más de 600 personas que trabajan cada día

UN FACTOR
DIFERENCIAL ES
EL DE LOS MATERIALES
QUE UTILIZA EN LA
FABRICACIÓN

LOS PREMIADOS

Catálogo sin
HUECOS

Lo que empezó con simples elementos de decoración hechos en cerámica y porcelana ha acabado convirtiéndose en un catálogo completo de productos

con los que amueblar y vestir todo tipo de hogares. En poco más de 20 años, la distribuidora Ixia Regal ha multiplicado por cien su colección, ofreciendo hoy un

amplio abanico de opciones que pueden verse visitando su «showroom», bien presencialmente, bien a través de su web y distintas redes sociales.



José M. Ródenas,
director Comercial
de Ixia Regal, y
Francisco Marhuenda

esta línea, la empresa asegura que la clave del éxito en su sector está en la adaptabilidad, cualidad que les ha permitido entender y saber las necesidades de sus clientes y adelantarse a la hora de facilitarlas. Además, y como apunta Ródenas, el sector de la decoración es uno muy cambiante, por lo que esa adaptabilidad ha ayudado también a Axia Regal a la hora de mantenerse al día de las últimas tendencias.

CLIENTES REPETIDORES

Con un equipo humano de más de 20 personas, instalaciones con más de 700 metros cuadrados de exposición y de 7.500 de capacidad de almacenaje y una amplia red comercial que abarca no sólo el territorio peninsular, sino también parte de Francia e Italia, la distribuidora de artículos del hogar y de decoración Ixia Regal puede presumir de que más del 85% de sus clientes repiten año tras año, garantía de confianza y, por consiguiente, de eficiencia. Entre los productos que ofrece esta compañía encontramos desde piezas de cerámica hasta mobiliarios de jardín pasando por muebles auxiliares, artículos de iluminación, decoración vertical y textil y, también, pequeños obsequios dentro de la línea de regalo y Navidad.

Ahora, con la mirada puesta en el futuro, la empresa alicantina asume el reto de seguir creciendo y madurando a través de la llamada tecnología 5G: «Estamos preparándonos para un futuro con diversidad de canales de distribución más allá del tradicional, como puede ser la tienda online, un futuro abriéndonos aún más al resto de Europa», dice José Manuel Rodenas.

Y lo harán como lo vienen haciendo hasta ahora, apostando por el buen gusto al mejor precio, buscando la originalidad en decoración allá donde esté y cueste lo que cueste para ponerla al alcance de todos los públicos, trabajando por conseguir espacios de confort únicos alrededor de los cuales escribir muchas vidas y muy distintas. Porque, como en todo, el interior importa tanto o más que el exterior.

Marilyn DOS SANTOS -Madrid

IXIA REGAL

PREMIO EXPERTOS EN DECORACIÓN DEL HOGAR

**DEMOCRATIZANDO
EL BUEN GUSTO**

La distribuidora de artículos del hogar Ixia Regal lleva más de 20 años trabajando por hacer accesibles a todo el mundo las piezas de última moda en decoración. De esta manera ha conseguido situarse como la marca de estilo en interiorismo al mejor precio

Piezas decorativas a prueba de crisis económicas. Ésa es la verdadera especialidad de Ixia Regal, una empresa que nació en Alicante en 1996, precisamente, durante los últimos coletazos de la recesión económica que siguió a las inversiones públicas millonarias como los Juegos Olímpicos y la Expo de 1992: «En ese momento, el mercado empezaba a resurgir y aparecieron nuevas demandas; fue entonces cuando vio la luz Ixia para dar servicios con los que cubrir esas necesidades que se iban generando», explica su directivo José Manuel Rodenas. Aventurarse en una época en la que el miedo y la desconfianza regían el sistema financiero supuso un riesgo, pero acabó siendo un acierto y, por eso, Ixia Regal merece hoy el reconocimiento de su sector.

«Hemos apostado e invertido en épocas de crisis cuando la tendencia era a recogerse, hemos buscado un equilibrio entre precio y calidad, pero sobre todo y como ya venimos diciendo desde hace más de una década, queríamos democratizar el buen gusto, el que todo el mundo tuviera acceso a piezas de moda a un precio razonable, ayudar a tener, con un presupuesto ajustado, un entorno agradable donde vivir y descan-

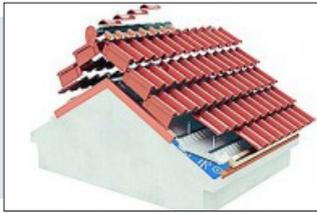
sar», resume Ródenas que, asegura, «ha intentado siempre mirar hacia delante sin dar importancia a lo que hiciesen los demás».

Cuando hablamos de excelencia en la construcción de viviendas tendemos a pensar en la estructura, en los pilares y en las columnas, en definitiva, en el cuerpo de la casa. Sin embargo, hay otra parte fundamental a la hora de medir la calidad de un hogar: su interior. Y es que, como bien afirman desde la Dirección de Ixia Regal, «hoy en día, ambos sectores van de la mano y se de-

bería construir decorando, pensando en las personas que van a pasar gran parte de su existencia en ese lugar». En la actualidad, y cada vez más, los compradores tienen mayores exigencias en este sentido, y como muestra de ello el auge de los decoradores de interiores: «La gente necesita encontrar un espacio de descanso donde sentirse a gusto conforme a su estilo de vida, a su personalidad, a sus aficiones... y para eso la decoración aporta soluciones personalizadas», continúa José Manuel Rodenas. De hecho, y en

«LA GENTE NECESITA SENTIRSE A GUSTO EN UN ESPACIO ACORDE CON SU ESTILO DE VIDA, SU CARÁCTER...»

LOS PREMIADOS

Tejados
EFICIENTES

La concienciación medioambiental de la sociedad ha llevado a que las empresas, sean del tipo que sean, busquen cada vez más formas de ahorro y de eficiencia energética

ante una realidad cada vez más urgente. Grupo BMI no se queda atrás en este sentido y lanza varios sistemas completos de cubiertas que incluyen aislamiento térmico y

film impermeable además de las tejas o las láminas; es el caso del sistema Tectum First, que permite reducir notablemente el consumo de calefacción.

Marilyn DOS SANTOS - Madrid

Del frío en invierno y del calor en verano, de las lluvias primaverales y de los vientos huracanados. El tejado nos protege de las inclemencias climatológicas ahí fuera, nos cobija y pone a salvo y mantiene en pie nuestros hogares y lugares de trabajo. Por eso, quienes viven por y para el sector y lo conocen a la perfección saben que aquello de empezar la casa por el tejado no es ningún disparate, sino más bien una necesidad, al menos de diseño: «Tomar decisiones erróneas a la hora de pensar qué tipo de cubierta se quiere en una casa puede acarrear consecuencias muy negativas y, por eso, el tejado es, si no la más, una de las partes más críticas de una vivienda».

Así de contundente lo advierten los expertos de Grupo BMI, el mayor fabricante de soluciones de impermeabilización de techos planos e inclinados en toda Europa y con una presencia significativa en partes de Asia y África. Una compañía surgida apenas en 2017 de la fusión de otras dos, pero que aún en ellas dos largas trayectorias profesionales: Grupo Braas Monier Building e Icopal, dos líderes del sector a nivel europeo, uno en el campo de las cubiertas inclinadas y el otro en el de las planas. «Aunque BMI parezca algo nuevo, realmente no lo es, ya que contamos con más de un siglo de experiencia en el mercado; en la Península, nuestra historia se remonta a mediados del siglo XX, cuando arrancaron su actividad las primeras fábricas de tejas de hormigón», relatan desde el grupo empresarial.

El pasado otoño, durante su presentación oficial como nueva marca e imagen, Grupo BMI recibió en su stand a más de 5.000 visitantes durante la feria ePower&Building de Madrid, lo que desde la compañía reconocen como un momento a destacar en esta nueva etapa. Desde la empresa aseguran que el mérito no está en la responsabilidad autoimpuesta de buscar la excelencia, sino en poder poner esa buena intención de manifiesto con hechos: «Muchas empresas de nuestro sector pueden decir que están comprometidas con la calidad, pero no todas pueden demostrarlo», aseguran desde la compañía. Para ello, el grupo cuenta con varios servicios espe-



El director de Marketing y el director general de BMI España y Portugal, Julio Galán y Carlos Hernández, respectivamente, junto a Francisco Marhuenda

GRUPO BMI

PREMIO COMPROMISO CON LA CALIDAD

EMPEZAR LA CASA POR
EL TEJADO ES POSIBLE

La alianza empresarial integrada por Grupo Braas Monier Building e Icopal es líder europeo en cubiertas gracias a su experiencia y solidez financiera, su excelencia productiva y material, y a su capacidad de transformación

«LOS PRODUCTOS SON TESTADOS EN COMPLEJOS TECNOLÓGICOS DE ÚLTIMA GENERACIÓN»

cializados como garantía, empezando por el BMI Technical Center: «Todos nuestros productos son testados en un complejo tecnológico con instalaciones de última generación en Alemania e Inglaterra, donde se somete a infinidad de pruebas de resistencia y durabilidad a cualquier producto o solución que se quiera comercializar; se trata de ensayos mucho más exigentes que los que se realizan habitualmente a nivel europeo», explican.

Ponen como ejemplo el túnel de viento en el que Grupo BMI somete a sus tejas a distintos climas para probar su estanqueidad e impermeabilidad. Además de esto, la marca ha creado también la BMI Academy, un centro de formación dirigido a técnicos, instaladores y arquitectos, y el BMI Expert, un órgano de asesoramiento para esos mismos trabajadores durante las fases de planificación de cada obra. Porque, como bien apuntan desde

Grupo BMI, «un buen producto no sirve de nada si no se instala correctamente y no se tienen en cuenta sus especificidades durante la fase de diseño de la cubierta». Como resultado, productos que, en algunos casos, llegan hasta los 50 años de garantía.

SOLIDEZ E INNOVACIÓN

Pero la clave del éxito de la empresa pasa también por su amplia variedad de catálogo: «Poseemos un profundo conocimiento de los mercados en los que estamos presentes, lo cual nos permite ofrecer a cada tipo de cliente los productos y soluciones que dan respuesta a sus necesidades en materia de cubierta en todo momento», recalcan.

Y, así, pretenden que siga siendo, que la marca BMI pueda sostenerse como sinónimo de fortaleza, solidez e innovación para poder continuar desarrollando todo tipo de soluciones con las que facilitar el trabajo de unos y mejorar la vida de otros. «En BMI cuidamos de la cubierta como si estuviéramos cuidando de nosotros mismos», concluyen desde la compañía, y esa sea tal vez la verdadera llave del éxito.

LOS PREMIADOS

Corto, pero
INTENSO



Murelli Cucine nace en 2015 con el propósito de alzarse como referente en el sector del diseño de cocinas, para lo cual siempre han considerado al cliente como valor

esencial. «Una cocina puede decir mucho de una persona y solo poniéndonos de su lado, podemos crear espacios únicos», dice el gerente de la compañía. «A lo largo

de estos años hemos vivido en una carrera de fondo en la que podemos decir de manera rotunda que estamos muy satisfechos con el camino recorrido», añade.



El gerente de
Murelli Cucine,
Felipe Lantero, y
Francisco Marhuenda

queda reflejado que para Murelli es únicamente la satisfacción de sus clientes lo que cuenta a la hora de valorar su trabajo. «Que el cliente nos valore como empresa de la manera que lo hace es el mayor aval para seguir por este camino», apostilla. «El diseño de cocinas es un sector que no te permite descansar», asevera Lantero. Por eso, el principal reto de la compañía es, precisamente, el de ser diferentes. «No queremos caer en lo simple, en lo común», recalca, aunque reconoce que esto «es un valor añadido que deja un listón muy alto, pero que asumimos con gusto». «La cocina es el centro de la casa y como tal tenemos que trabajar», subraya, ya que para ello cuentan con un equipo de diseñadores, decoradores y especialistas con una larga y dilatada experiencia. «Esto nos hace trabajar tranquilos, porque ellos ponen sus conocimientos y gusto ante lo desconocido, y así consiguen una conjugación magnífica que nos hace trabajar con ilusión continua y renovada siempre», explica.

MEJOR CALIDAD

Sin embargo, a pesar de la excelencia que demuestran, Lantero no considera que Murelli haya alcanzado la perfección. «De cara al futuro debemos continuar creciendo y expandiendo la marca de Murelli Cucine», dice. Pero esto solo llegará «si trabajamos en la línea por la que venimos transitando en los últimos años», ya que el diseño nunca para de crear nuevas tendencias. «Es algo en continua evolución y conseguir marcar su ritmo es una aspiración que nos mantiene vivos y con ganas de seguir avanzando así», añade, consciente de que, solo de esta manera, conseguirán mantener esta línea ascendente que nos sitúa como líderes en el sector.

En Murelli Cucine trabajan con materiales de la mejor calidad y, a partir de ahí, los adaptan al diseño. «Solo desde este distintivo de calidad creamos cocinas que se adaptan perfectamente a cada cliente», indica Lantero. «Nuestras cocinas destacan, precisamente, por adaptarse a cualquier entorno y personalizarse al máximo, siempre teniendo en cuenta las necesidades del cliente», señala.

Elena MAGARIÑOS -Madrid

MURELLI CUCINE

PREMIO A LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL DISEÑO DE COCINAS

INNOVACIÓN TAMBIÉN EN LA COCINA

«Una renovación continua» es el secreto de Murelli Cucine, una empresa que destaca por ser capaz de personalizar y adaptar sus diseños, con materiales de alta calidad y fabricación propia, logrando así resultados sorprendentes para el cliente

La cocina es, de todas las estancias de una casa, aquella que, probablemente, más precise de la unión del diseño y la funcionalidad. Es un lugar que necesita las mejores condiciones de higiene y eficiencia a nivel energético, pero también el confort y la comodidad de un hogar. Todo esto es, precisamente, lo que han tenido en cuenta en Murelli Cucine, ganadores del Premio a la Innovación Tecnológica en el Diseño de Cocinas otorgado por este periódico. ¿Su punto fuerte para lograrlo? Haber tenido, durante los cuatro años de vida de esta joven empresa, la prioridad absoluta de renovarse constantemente. «Para nosotros siempre ha sido importantísimo estar a la vanguardia del sector, tanto en diseño como en el componente tecnológico, tan importante en la actualidad», dice Felipe Lantero, gerente de la compañía. Tal como el propio Lantero confirma, a lo largo de los últimos años se ha experimentado un cambio social muy grande, «ya que este espacio ha pasado a ser el verdadero corazón del hogar» y esta circunstancia ha sido, precisamente, lo que ha permitido a una empresa como Murelli crecer de forma exponencial en apenas un lustro. «Hemos podido apostar por unos diseños en los que facilitar el trabajo

jo y la convivencia de la gente, siempre atendiendo a lo que ellos mismos demandan», subraya. Y es que las cocinas han pasado de ser una parte de la casa para probar, compartir, conversar y crear, abiertas, integradas y luminosas. «Para lograrlo es indispensable que la innovación tecnológica pase, sin lugar a duda, por una mayor individualización en la que podamos crear espacios únicos y especiales», añade Lantero. Una labor, además, «que no habría sido posible sin el equipo de profesionales con el que contamos, además de la fábrica

propia que nos permite una mayor autonomía para innovar a una mayor velocidad».

Este continuo proceso de renovación que se hace visible en su showroom, donde exponen las distintas ideas y opciones a las que los usuarios pueden acceder, siempre a la vanguardia de la innovación. Pero nunca lo hacen solos, ya que el uno de los objetivos de esta empresa es, precisamente, prestar asesoramiento para adaptarse a las necesidades específicas que se les presentan, contando para ello con técnicos e interioristas. En todo esto

**CUENTA CON
TÉCNICO EXPERTOS
E INTERIORISTAS
QUE PRESTAN
ASESORAMIENTO**

LOS PREMIADOS

Darya Art
COMMUNITY

La actividad de Dazia Capital da un paso más allá del mundo de la promoción residencial para apostar por el talento de los artistas más jóvenes del país. Así, crea Darya Art

Community, un espacio de colaboración entre creadores, galerías, universidades y ayuntamientos cuyo objetivo principal es el de integrar, a través de

concursos, el arte en los proyectos inmobiliarios de la empresa. Su última iniciativa de fue la entrega del primer premio corporativo en la feria de arte Urvanity el pasado marzo.

Marilyn DOS SANTOS- MADRID

Una casa de ensueño, equipada con la última tecnología y acompañada por el mayor de los jardines, pero, a su alrededor, se extiende un paraje inhóspito y sin vida. Hay casas que no están hechas para los lugares sobre las que las erigieron y puntos en el mapa privilegiados que merecen construcciones a su nivel.

Esta premisa que, de primeras parece lógica, no siempre se cumple en el mundo de la construcción y, por ello, cuando está presente en un proyecto esto le suma un importante valor añadido, ése en el que ha querido poner el foco la promotora residencial Dazia Capital.

«Desde el inicio tuvimos una visión clara del espacio que queríamos ocupar en el sector residencial: queríamos convertirnos en un promotor de referencia, distinguiéndonos de los demás por la calidad de nuestros proyectos, recalando que la excelencia no es necesariamente lujo y marcando como objetivo hacer el mejor proyecto posible para cada ubicación», afirma Daniel Mazin, CEO de la empresa, haciendo referencia al momento de escasez de promotores residenciales que se vivió en el país tras la crisis económica, especialmente en las ubicaciones urbanas.

Fundada en hace seis años, en 2013, la empresa ha invertido ya en diversos proyectos repartidos por Madrid y Costa del Sol, todos ellos muy diversos, tanto de rehabilitación de edificios como de obra nueva.

ENFOQUE ARTESANAL

Pero, ¿cómo alcanzar el éxito en un sector que ha salido tan malherido de los devenires de la economía nacional? En el caso particular de Dazia Capital y tal y como apunta su CEO, el secreto reside fundamentalmente en la elección de localizaciones singulares y, consecuentemente, el desarrollo de promociones residenciales que, en su opinión, han de ser exclusivas e inimitables. «Nuestro modelo de negocio sólo se puede realizar con un enfoque artesanal, alejándonos de las promotoras que aplican procesos más industrializados; en nuestra filosofía, cada edificio es único, no tenemos modelos de promoción



El CEO de
Dazia Capital,
Daniel Mazin, y
Francisco Marhuenda

desdelaseriedad y profesionalidad con la que realizamos nuestras adquisiciones hasta la entrega a los compradores de un producto diferencial y de calidad», concluye en este sentido el responsable de la compañía.

De entre los 19 proyectos de Darya Homes, marca promotora de Dazia Capital, la empresa no tiene duda a la hora de destacar dos: Alcalá 141, por tratarse de un proyecto arquitectónico innovador con viviendas de lujo contemporáneas en el corazón del barrio prime por excelencia en Madrid, el barrio Salamanca; y Jardines de Cuatro Caminos, por representar una apuesta clara por la revitalización de la zona con una promoción de 95 viviendas repartidas en cuatro edificios con piscina y garaje. Proyectos todos adaptados, no sólo al lugar en el que se alzan, sino también a los tiempos en los que se enmarcan: «Hemos sabido comprender que, en la era digital, el nuevo cliente está más informado y es más exigente y, por eso, pensamos que nuestras promociones están en línea con las viviendas del futuro, son comprometidas con el medio ambiente y, consecuentemente, están alejadas de las que se hacían antiguamente», afirma al respecto el CEO de Dazia Capital, Daniel Mazin.

DAZIA CAPITAL

PREMIO ESPECIALISTAS EN PROYECTOS DE INVERSIÓN

EDIFICIOS A LA ALTURA
DE SU UBICACIÓN

Tras poco más de cinco años de actividad, Dazia Capital aspira ya a convertirse con su marca Darya Homes en la promotora residencial de referencia nacional apostando por la diversidad y la singularidad

aplicable a todos los proyectos. Por este motivo, que tenemos tan interiorizado, nos es imposible replicar las promociones», asegura Daniel Mazin.

La compañía considera que esta seña de identidad y forma de actuar sólo se consigue de una manera: contando con un equipo

multidisciplinar integrado por los mejores, en los estudios de arquitectura y en la obra, a la hora de diseñar planos y llegado el momento de levantar una construcción. «La identidad de Dazia Capital se apoya fundamentalmente en el compromiso que adquirimos con todos nuestros clientes

«CADA UNO DE
NUESTROS EDIFICIOS
ES ÚNICO. NO ES
POSIBLE REPLICAR LAS
PROMOCIONES»

PARTE DEL ENTORNO

El concepto de construcción de Dazia Capital pasa por entender cada edificación como parte viva del entorno que la abraza, como pieza indispensable de un paisaje urbano que merece ser mimado, como el paisaje natural merece ser cuidado. Como resultado y gracias a las últimas tecnologías y materiales de vanguardia, obtenemos promociones residenciales con carácter propio que reavivan los barrios y respetan el entorno. Por el momento, esto es una realidad en Madrid y Costa del Sol, en un futuro deseable para una empresa sin límites, lo será también en Barcelona, Alicante, Málaga... Todo lo que sea necesario para confirmarse como la promotora residencial de referencia a nivel nacional.

LOS PREMIADOS

Sostenibilidad
MEDIOAMBIENTAL



«El sector cada vez valora más los sistemas de garantías que permiten gestionar adecuadamente los diferentes riesgos inherentes a la actividad». Córdoba remarca la

importancia de la solvencia, la calidad, el respeto por el medio ambiente y la eficiencia energética para que cada vez tengan menos impacto los residuos derivados de

los elevados consumos de combustibles fósiles. Como consecuencia, las empresas que compitan en estos factores son las que sobrevivirán».

GRUPO VERTEBRA

PREMIO AL MEJOR MODELO DE NEGOCIO

UNA COMPAÑÍA QUE VERTEBRA LA INGENIERÍA Y LA CONSTRUCCIÓN

La empresa, que asume el ciclo completo del proceso edificatorio está, experimentando crecimientos superiores al 300% y prevé facturar más de 170 millones de euros en los tres próximos años



Los socios fundadores de Vertebra, Carlos Izarra de la Cruz y Francisco Javier Córdoba Donado, junto a Francisco Marhuenda

El presidente explica que los primeros son equipos que se formaron junto con los fundadores en las mismas empresas y que, por tanto, reúnen dos cualidades fundamentales: la de poder trabajar de una forma muy consolidada, debido a la larga trayectoria conjunta, y la de tener una gran experiencia gracias a los grandes contratos de infraestructuras que pudieron desarrollar a lo largo de su trayectoria anterior.

Los proveedores, por su parte, son empresas que trabajan para las más importantes constructoras del país; lo que no quita que muchos de ellos hayan creído en el modelo y se hayan vinculado con la compañía al máximo, llegando hasta el accionariado. Y ello explica que «Vertebra sea capaz de desarrollar cualquier proyecto de ingeniería y construcción», destaca Córdoba.

La empresa está experimentando crecimientos superiores al 300%, lo que asimismo origina un aumento de referencias que, a su vez, aceleran el proceso de generación de cartera. «Los contratos están aumentando de importe y los equipos gestores de los mismos junto con los proveedores que los ejecutan se encuentran cada vez más cómodos».

El presidente de Vertebra cuenta que al principio los accionistas hicieron una inversión en el «equity» de la compañía y que, pese a que se está logrando un beneficio neto, éste se reinvierte. «Los “partners” financieros confían cada vez más en la empresa, lo que está redundando en el aumento de su solvencia. Disponemos de un plan estratégico en el que se prevé realizar facturaciones superiores a los 170 millones de euros en los tres próximos años».

Córdoba sostiene que el grupo que cofundó y ahora preside aspira a ser «un referente de calidad de diseño y ejecución en los proyectos que realiza. «Nuestra vocación es la de dar servicios a lo largo de toda la cadena de valor de cualquiera de los productos que están en nuestra cartera, generando un valor añadido que permita al cliente estar más cómodo en la cifra de “capex” que tiene destinado a sus desarrollos inmobiliarios o de infraestructuras». Y el presidente señala que esto deja a la firma de ingeniería y construcción en una posición en la que no tiene que competir en precio.

Pedro GONZÁLEZ - Madrid
Vertebra es una compañía de ingeniería y construcción que se basa en la subasta a proveedores y clientes, lo que le ha llevado a alzarse con el Premio al Mejor Modelo de Negocio.

La construcción se ha convertido para muchos clientes en una «commodity» donde operar con precios competitivos resulta determinante. El producto no está definido a la hora de ofertar y el nivel de incertidumbre y riesgo es muy elevado. No obstante, Vertebra tiene la capacidad de asumir el ciclo completo del pro-

ceso edificatorio, es decir, desde la compra del suelo hasta su comercialización final.

En 2015, los socios fundadores de la compañía, Francisco Javier Córdoba y Carlos Izarra, decidieron aprovechar lo que parecía el inicio de un nuevo ciclo de crecimiento económico en España, tras un amplio periplo por importantes grupos constructores nacionales e internacionales. Así, desde su propia empresa, pudieron sacar partido a toda la experiencia profesional acumulada y el «network» del sector. «La idea original era la de “vertebrar” a todos los agentes en la elabora-

ción de los proyectos», asegura Córdoba, quien además de socio fundador es el presidente.

Compuesta por ingenieros de Caminos, arquitectos y licenciados en Dirección y Administración de empresas con más de 20 años de experiencia en compañías muy consolidadas que incluso cotizan en el Ibex, y al margen de los socios fundadores—que son los generadores de negocio—, la empresa tiene dos patas que le permiten alcanzar el equilibrio que sirve de plataforma de desarrollo de los contratos: el equipo de Vertebra y las compañías especializadas que actúan como proveedores.

«LAS COMPAÑÍAS QUE SOLAMENTE COMPITAN EN PRECIO ACABARÁN SIENDO EXPULSADAS DEL SISTEMA»

LOS PREMIADOS

Tecnología de
BATERÍAS

Contando con un catálogo de más de 500 modelos distintos de máquinas, no es fácil elegir una de sus herramientas como la mejor, pero, aun así, Makita se atreve a

apostar por un tipo de herramienta como la más característica de la marca hoy por hoy: las de baterías de ion de litio. «Gracias a esta tecnología se pueden realizar

múltiples funciones, desde hacer un agujero hasta tomar una taza de café pasando por limpiar la habitación, escuchar la radio o cargar nuestro teléfono», explica.



El presidente de Makita, Goto Nobuo, y Francisco Marhuenda

Makita se ha propuesto firmemente a servir para mejorar su vida diaria mediante la fabricación de la mejor maquinaria eléctrica posible. Todo junto da como resultado una imagen de marca de prestigio y comprometida, que ha sido situada por sus clientes y consumidores como una de las líderes mundiales de la herramienta eléctrica.

SOLUCIONES TOTALES

En la actualidad, Makita cuenta con una selección de más de 500 modelos de herramientas, pero, ¿qué tienen todas ellas en común? Jorge Neira lo tiene claro: la calidad superior. «Creemos que Makita ya no es sólo un proveedor de herramientas para la construcción, sino un proveedor de soluciones totales para la construcción, así como para el mantenimiento de jardines y edificios; y es que, estamos desarrollando herramientas con la última tecnología para evitar emitir polvo, ruido y vibraciones y poder así brindar un ambiente muy cómodo no sólo a los usuarios, sino también a las personas que nos rodean», explica el gerente al respecto. En este punto, cabe destacar el objetivo medioambiental de la compañía, que se define como una empresa respetuosa con el entorno y preocupada por el futuro del planeta en la medida en que trabaja por reducir, año tras año, las emisiones de sus productos, tanto en relación a los combustibles como al ruido, un factor de perturbación de la vida diaria de todos a la orden del día en los núcleos urbanos actuales.

«Tenemos un gran reto por delante, que es el de sensibilizar a la población de que el medio ambiente hay que cuidarlo y de que todos debemos contribuir a ello; con nuestro mundo de baterías nosotros así lo pretendemos, pero aún queda muchísimo camino que andar en España», reconoce consciente de la magnitud del problema Jorge Neira.

Siempre con la mirada puesta en el largo plazo, Makita se marca como misión la de desempeñar un papel real en el desarrollo y mejora de la sociedad a través de la producción y venta de herramientas eléctricas cada vez más avanzadas y en sintonía con la naturaleza. Y lo hará, además, ofreciendo su gama de piezas a precios más que razonables, manteniéndose en su habitual línea de expansión mundial.

Marilyn DOS SANTOS - Madrid

MAKITA

PREMIO LÍDER EN HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS

DE PROVEEDOR LOCAL A FABRICANTE MUNDIAL

Lo que empezó en Japón en torno al suministro de pequeñas piezas y componentes ha evolucionado en un siglo hasta convertirse en uno de los productores globales de herramientas electroportátiles más importantes

Desde el inicio de los tiempos, la capacidad de crear instrumentos cada vez más complejos y especializados para desempeñar determinados oficios nos singulariza y nos facilita el día a día. Por eso, no habrá excelencia constructiva sin herramientas de trabajo excelentes y en constante adaptación a las nuevas necesidades de los usuarios. Así lo entienden desde Makita, empresa nipona nacida en 1915 como una tienda especializada en la venta y reparación de motores eléctricos y transformadores que, a partir de 1958, empezó a comercializar los primeros cepillos eléctricos del país; con ello, Makita dio el pistoletazo de salida de una carrera que, hoy, sigue librando a una velocidad envidiable. «A partir de 1970, Makita inicia un gran periodo de expansión incorporándose al mercado americano para, posteriormente, expandirse alrededor del mundo; ahora contamos con 10 fábricas y más de 50 sucursales repartidas por todos los continentes», relata orgulloso Jorge Neira, gerente de la compañía en España. Afianzada hoy como uno de los mayores fabricantes de herra-

mientas electroportátiles a nivel mundial, Makita da trabajo a un total de 17.000 personas en contratación directa y tiene una facturación que sobrepasa los 4.000 millones de euros, aunque, advierte el directivo, «Makita tiene un objetivo propio para el negocio, pero su prioridad es la satisfacción del usuario final».

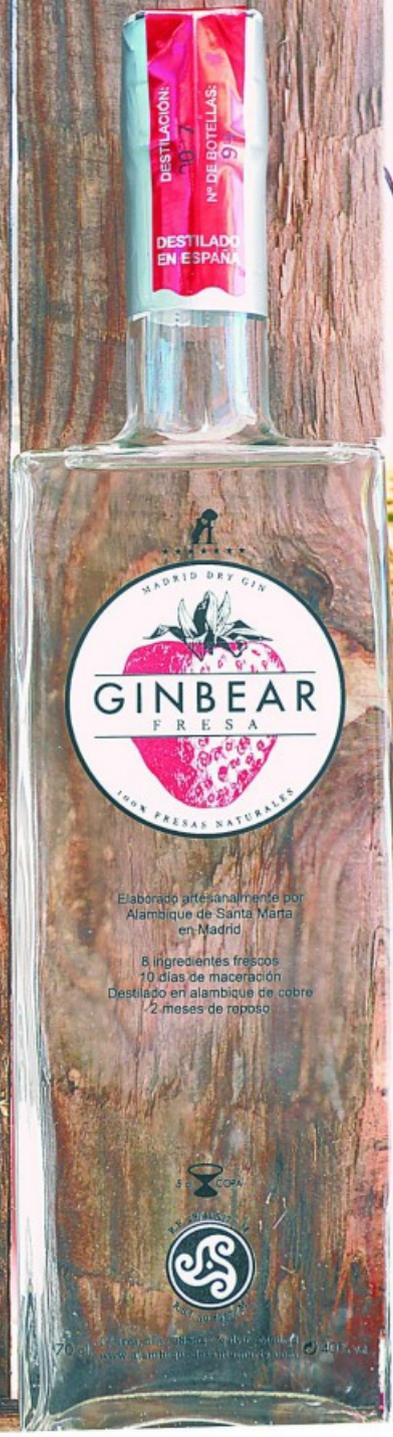
Con más de un siglo de historia, parece evidente la necesidad de unas claves para poder mantenerse en lo más alto del sector, en definitiva, de establecer unos pilares

teóricos sobre los que asentar su actividad empresarial. En este sentido, Makita defiende y pasa de generación en generación tres premisas fundamentales: en primer lugar, la seriedad en el trabajo, por la que la empresa se compromete a respetar todas y cada una de las leyes de los diferentes países en los que tiene presencia; la máxima diligencia, posible gracias a un equipo cualificado y a la utilización de la mejor tecnología para sus productos, y, por último, la lealtad, en especial, a sus clientes, a los que

«QUEREMOS CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE CON NUESTRO MUNDO DE BATERÍAS, PERO AÚN QUEDA MUCHÍSIMO»

DESCUBRE GINBEAR

la ginebra de Madrid



Alambique de Santa Marta, una destilería familiar que trabaja la excelencia presenta GinBear, la ginebra de Madrid.

VISITA NUESTRA TIENDA ONLINE.

www.alambiquedesantamarta.com

