

EXCELENCIA EMPRESARIAL



Entrevista **CARLOS FERNÁNDEZ** DIRECTOR GENERAL DE EPC INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

“Somos una constructora de cliente, que ha crecido en plena crisis”

Creada hace seis años como una empresa de consultoría e ingeniería, EPC ha venido conjugando cada vez más esa actividad con la construcción, que hoy en día es su core business. Hablamos con su director para conocer la tipología de proyectos que desarrolla y en qué mercados.

EPC nace y crece en el contexto de unos años muy difíciles para la construcción en España... ¿Cómo ha sido su evolución?

Efectivamente, EPC inicia su trayectoria en el año 2012, de la mano de un conjunto de directivos procedentes de un grupo industrial con implantación internacional. Inicialmente nos perfilamos como una empresa de consultoría e ingeniería, trabajando en España, Perú y Polonia. A partir de 2014, y ya con mis dos socios actuales (Roberto Perez, Director de Construcción y Miguel Ángel Navarete, Director Técnico), centramos nuestra operativa en España y, más concretamente en Madrid y Castilla-La Mancha, contando hoy con oficinas centrales en Villaviciosa de Odón (Madrid) y delegación en Torrijos (Toledo), además de las implantaciones de obra.

Curiosamente, el máximo desarrollo de EPC se produjo entre 2014 y 2017, en plena época de crisis en España, lo que nos hace ser optimistas con nuestro futuro. Entre los años 2014 y 2016 empezamos a conjugar la consultoría y la ingeniería con la construcción, que a día de hoy es nuestra principal línea de negocio; y en 2017 conseguimos nuestra primera clasificación de Contratista del Esta-



do, de manera que comenzamos a realizar Obra Pública.

En 2018 hemos iniciado el proceso para certificar todos nuestros procesos según las normas ISO 9001 y ISO 14001, de gestión de calidad y medioambiente.

Por tanto, ¿cuál es hoy su perfil de cliente?

No tenemos un solo tipo de cliente. De hecho, cualquier persona que esté leyendo esta entrevista podría serlo porque trabajamos tanto para grupos industriales en desarrollo y Administraciones Públicas como para particulares. También para inversores que quieran promover un proyecto y necesiten soporte técnico para darle forma.

¿Los proyectos industriales tienen un peso importante en la actividad de EPC?

Sin duda, área en la que acumulamos un importante know how. No en vano, como profesionales del sector, llevamos más de 20 años participando en proyectos industriales a lo largo de todo el mundo; y desde EPC llevamos desde 2012 realizando y colaborando en proyectos industriales de toda índole.

“Buscamos la optimización entre coste y resultado, desarrollando la mejor opción técnico-económica para nuestro cliente”

Como hito más destacado en este campo de trabajo, nombraría la realización de la consultoría previa, la ingeniería y la construcción de todas las actuaciones en la implantación de la Normativa IFS en un laboratorio industrial con más de 40 años de antigüedad. Este proyecto duró 15 meses, se realizó con una inversión de más de 2 millones de euros y en él estuvo implicado un equipo de EPC formado por 4 ingenieros y 2 delineantes.

Y desde 2017, comentaba, trabajan en Obra Pública...

Sí, en 2017 conseguimos nuestro primer expediente de clasificación de Contratistas del Estado y en este último año y medio hemos trabajado para dos ayuntamientos y para la Consejería de Educación de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. La previsión es que aumentemos nuestra clasificación antes de terminar 2018.

También ofrecemos servicios de consultoría, ingeniería y tramitaciones técnico-administrativas sobre todo para industriales. Desde 2012, hemos realizado proyectos tan dispares como infraestructuras viales, infraestructuras eléctricas o almacenes de productos químicos.

¿La diversificación ha sido su estrategia? Ha mencionado que también trabajan para particulares...

Sí, hemos diversificado trabajando en construcción residencial, industrial, Obra Pública, y siendo a la vez una empresa de consultoría de ingeniería y de construcción.

En construcción residencial para particulares, destacaría que cuando EPC contrata una construcción de la vivienda de un particular se convierte en su socio durante un año. No nos conformamos con ejecutar lo establecido inicialmente, sino que acompañamos al cliente en todo el proceso de la obra y en todas las decisiones intermedias que tie-

ne que tomar, poniendo a su disposición todos nuestros servicios.

¿Qué diría que les diferencia como empresa? ¿Cuáles son sus valores?

Lo que nos desmarca de nuestra competencia es el equipo técnico y humano que forma EPC, hoy en día 24 profesionales, de los cuales la mayoría tenemos un perfil técnico, contando con ingenieros de caminos, ingenieros de obras públicas, aparejadores, ingenieros industriales, licenciados en ciencias medioambientales y delineantes, además por supuesto de servicios generales.

También el uso de la última tecnología BIM (Building Information Modeling) y su puesta en servicio al cliente, que nos distingue de la constructora tradicional, participando en la cadena de valor desde la concepción y el desarrollo de los proyectos.

La filosofía de EPC es la de ser una empresa de cliente: hacemos nuestros sus proyectos en todos los sentidos, dando un servicio personalizado y buscando la optimización entre coste y resultado, desarrollando la mejor opción técnico-económica para nuestro cliente.

Creemos que nuestros clientes deben estar tranquilos trabajando en su core business mientras nosotros nos ocupamos de sus proyectos.

¿Actualmente centran todos sus proyectos en España?

Durante la primera etapa de EPC, de 2012 a 2015, participamos en dos proyectos internacionales: el desarrollo y construcción de una planta hidráulica en Perú, de 1 MW, en la comarca de Chiclayo; y el desarrollo de 5 plantas fotovoltaicas en la zona centro-sur de Polonia. En 2015 vendimos nuestras participaciones en ambos proyectos y nos centramos en desarrollar nuestro negocio en España en plena época de crisis.

Actualmente, en nuestro país tenemos en curso un 40% de nuestra cartera en obras residenciales, un 30% con Administraciones Públicas y un 30% en proyectos industriales, entre los que destacaría la recién adjudicada rehabilitación del Hospital de la Santísima Trinidad de Torrijos, construido en el siglo XVI.



www.epc-project.com
info@epc-project.com

Grupo Bathforte

Empresa Valenciana comprometida con el medio ambiente, continúa su crecimiento y expansión hacia el mercado Americano, USA y LATAM

Bathforte es un grupo de empresas con más de 25 años de experiencia en fabricación y comercialización de muebles, siendo una compañía única en España, por su tipología de productos artesanales fabricados de Madera Natural – Certificada PEFC, que vende exclusivamente en cadenas de Gran Distribución y Mercados Exteriores, destacando por su fabricación hecha a mano “HANDMADE” y ecológica.

Diciembre del Año 2012, plena crisis económica, el sector de la construcción bajo mínimos, recortes en las inversiones públicas y altas tasas de desempleo, es el escenario en el que nació Bathforte, para dar un giro a la fabricación y comercialización de muebles de baño, cocinas y hogar en general. Actualmente, es una empresa única en España por el tipo de producto, los procesos de fabricación que sigue, y por los canales de venta que emplea.

Como decíamos, tras el nacimiento de la empresa en 2012, Ricardo Montero, CEO y fundador de Bathforte & Dibath World Enterprises, ya sumaba tres décadas de experiencia en el sector mobiliario, por lo que, con todo el conocimiento y experiencia acumulada, supo cómo ir un paso más allá, poniéndose por delante de la situación en todo momento, e innovando en este sector, en el que parecía estar ya todo inventado.

Con fundamentos basados en la cultura y técnicas innovadoras, el trabajo minucioso y artesanal, y la máxima calidad en el producto final, Grupo Bathforte, ha tenido un crecimiento continuado en el tiempo, siempre con la misma misión y valores en mente:

ofrecer productos innovadores, de calidad, respetuosos con el medio ambiente, con precios asequibles para todo tipo de cliente y que se adapten a sus necesidades.

Crecimiento que ha cosechado numerosos éxitos en la división Contract/Hotelería del Grupo, con la que llevan trabajando más de 4 años consecutivos, realizando instalaciones de mobiliario para Hoteles en Norte América y Caribe, finalizando ya su sexta Obra de Hotelería con todo su equipamiento completo en los EEUU.

Grupo Bathforte, está formado por tres empresas: Bathforte, S.L., empresa matriz encargada de la fabricación, montaje, embalaje y control de calidad de todos los productos que salen de fábrica; Dibath World Enterprises, empresa filial del Grupo dedicada a la gestión de proveedores y la compra de materias primas, especializada en barnizado, tintes y acabados de los productos Bathforte, que a su vez, posee productos exclusivos destinados a obras y proyectos de hotelería en todo el mundo, y por último, Bathforte USA, empresa que opera en América del Norte y del Sur comercializando muebles especiales para el mercado del

continente americano. A través de esta corporación americana, Grupo Bathforte está trabajando con éxito en proyectos de distribución para el mercado Americano.

Muebles ecológicos y artesanales de venta en la gran distribución

Grupo Bathforte fabrica y comercializa, exclusivamente sus muebles a grandes cadenas de distribución, cuyo principal grupo de compras es ADEO GROUP, líder mundial en gran distribución del Bricolaje, donde se distribuyen los productos Bathforte bajo la marca “DIBATH”, en todas las tiendas de las cadenas AKI Bricolaje, Leroy Merlín España y BCM Leroy Merlín Portugal, cadenas pertenecientes a Adeo Group “Francia”. Los muebles que fabrica Bathforte son de fabricación artesanal y ecológica, respetuosos en todo momento con el medio ambiente, siendo que, es la única empresa del sector del mueble que fabrica muebles de madera 100% natural en España en la actualidad.

“Nuestros fabricados son únicos por su elaboración en carpintería de forma manual, siguiendo los procesos antiguos de artesanos-carpinteros. En la actualidad no existe ninguna empresa en el sector que fabrique muebles con estas características tan particulares”, asegura Ricardo Montero.

La madera con la que fabrican el mobiliario en Bathforte es de procedencia española, concretamente de pino Vizcaya. Bathforte cuenta con la certificación PEFC, que asegura la reforestación ambiental y garantiza que la madera es ecológica, y controlada en bosques de talas legales, asegurando así el equilibrio del bosque.

Además Bathforte cuenta con una cadena de custodia certificada con el PEFC, con su número de Registro, siendo una de las pocas empresas, que garantiza con este certificado, la conservación y preservación medioambiental de los bosques. Ofrecemos un producto 100% natural, duradero, con las máximas garantías y que sigue un proceso de fabricación y pintado a mano con tintes ecológicos, sin productos nocivos para la salud, lo que hace que todos los recursos que se utilizan para la fabricación de nuestros productos, nos los



ofrece la Madre Naturaleza, y convierte nuestros productos en únicos, y sostenibles en el tiempo.

Pero la implicación de Bathforte con la ecología no termina aquí. De hecho, incluso el cartón que utilizan para los embalajes de las cajas es Reciclado y Reciclable. Bathforte lleva al mercado un producto exclusivo y único al trabajar bajo unos parámetros que no se ven en ninguna otra empresa del sector en nuestro país. Todas estas cualidades de producto están, al mismo tiempo, impulsando a Bathforte hacia el mercado exterior, especialmente hacia el americano.

La expansión hacia el mercado Americano

En 2014 Grupo Bathforte se adentró en el sector de la hotelería con su división Contract a través de la matriz americana: Bathforte USA. Desde entonces, la evolución del negocio en el continente americano ha sido ascendente. “Estamos focalizados en la internacionalización de la empresa hacia Estados Unidos, mercado en el que estamos centrando la mayor parte de nuestros esfuerzos. Llevamos ya seis obras de hotelería en Florida y Las Bahamas, en las que hemos realizado todo el equipamiento integral”, nos explica Ricardo, CEO de Bathforte.

Grupo Bathforte cuenta con un centro de distribución y ShowRoom propio en Miami, junto a un distribuidor y socio local en el país.

Recientemente se está valorando la apertura de un nuevo centro ShowRo-

om en Carolina del Norte, punto estratégico para la industria del mueble en Estados Unidos. Bathforte pretende seguir creciendo en América durante los próximos años, aunque seguirá manteniendo su actividad en España de forma paralela.

Futuro y desarrollo tecnológico empresarial para un continuo crecimiento

Una de las líneas de producto que más éxito está teniendo en Bathforte, y que se comercializa mediante la marca “DIBATH”, en exclusiva para todas las tiendas de la Cadena Leroy Merlín, es la línea de muebles “Amazonia” y sus “Accesorios Amazonia”, con un volumen de venta en los últimos 3 años de más de 75.000 unidades vendidas, una media de 25.000 muebles por año, contando con una Colección de más de 500 referencias en gama.

En 2019, Bathforte, a través de la Cadena Leroy Merlín, presentará la nueva línea “Amazonia Wall”, versión 2.0 de Amazonia (mueble suspendido a pared de madera maciza natural) que, previsiblemente marcará un antes y un después, en este tipo de productos.

Por otro lado, en cuanto a las nuevas tecnologías, Bathforte está incorporando una serie de dispositivos digitales táctiles para poder controlar cada pieza en tiempo real en sus plantas de producción. A día de hoy, son la única empresa del sector en España que cuenta con este sistema de Control de Planta automatizado de IBM, a través del software de SAGE.

Bathforte trabaja bajo los más exigentes estándares de seguridad, calidad, rentabilidad, respeto al medio ambiente y responsabilidad social



Future Confort:

una referencia en muebles tapizados de calidad

Future Confort es una empresa de muebles tapizados situada en Yecla (Murcia) que fue fundada en 2010. Tras una dilatada trayectoria de más de 10 años fabricando para diferentes firmas del sector como empresa auxiliar, José Antonio Juan decidió crear su propia colección de modelos y lanzarse con un pequeño catalogo a comercializarlos en la zona de Levante.

Desde entonces, la estrategia elegida para su crecimiento ha sido la expansión nacional, comenzando por Levante, Murcia y Cataluña para progresivamente ir adquiriendo presencia en el resto zonas del mercado nacional hasta cubrirlo en su práctica totalidad. Hace ahora dos años, la dirección de Future Confort decidió comenzar lentamente con la expansión internacional, que ya está dando sus frutos en países como Francia.

Calidad e innovación

La filosofía de trabajo de la empresa, según explica José Antonio Juan, se basa en “apostar por un diseño actual, por la calidad en los materiales y la innovación en los accesorios que incorporamos a nuestros productos”. El resultado

es una gama compuesta por sofás y chaise longues tapizadas ubicados en una línea media y media-alta que están dotados de accesorios como los mecanismos metálicos –que mejoren su funcionalidad y comodidad– y de complementos para nuevas tecnologías como lámparas led o cargadores USB. Gracias a esa política, la gama Future Confort puede encontrarse en los principales



canales de distribución especializados en muebles y tapicería lo que representa alrededor del 85% de su producción, aunque la compañía está presente también en algunos grandes grupos de compras.

Instalaciones modernas

La sede de Future Confort se encuentra apenas a un kilómetro del casco urbano de Yecla, donde la empresa cuenta con 6.000 m² de instalaciones donde fabrica y almacena las materias primas que les fabrican empresas auxiliares especializadas, como goma-espumas, fibras, telas, armazones, etc. “Nuestro personal se ocupa del almacenaje, la preparación y el acabado de los muebles tapizados, así como del reparto a través de una flota propia de camiones, además del apoyo de empresas

de transportes externas”, explica José Antonio Juan.

Para potenciar su actividad comercial, la empresa está presente en diferentes ferias del sector como las de Zaragoza y Gijón o la de Yecla, esta última celebrada la pasada semana. A nivel internacional, la dirección de la empresa visita las más importantes para estar al día de las tendencias y de las principales novedades.

Una firma comprometida

Otro de los ejes de Future Confort es su compromiso con su entorno social y medioambiental. “Nuestras principales acciones en este sentido tienen que ver con el bienestar y la fidelización de los trabajadores, a través de garantizarles seguridad a largo plazo. El 92% de nuestra plantilla son empleados fijos o

indefinidos y disponen de flexibilidad de horarios para lograr una buena conciliación de la vida social y laboral”, explica el gerente de la empresa. A nivel medioambiental, la compañía está volcada con la clasificación y el reciclado de los residuos y se esfuerza en incorporar a sus fabricados materiales cada vez menos nocivos y contaminantes. “Queremos seguir trabajando en la misma línea para consolidar la firma Future y que esta se asocie a productos funcionales y de calidad”, concluyen desde la dirección de la firma.

Future

design confort line

www.futuretapizados.com

MÁS DE 70 AÑOS DANDO SERVICIO A LA CONSTRUCCIÓN

Demoliciones y excavaciones

Desamiantado

Corte y perforación
de hormigón con diamante

Somos expertos,
rápidos y eficaces



D&C MARCOS

www.demolicionesmarcos.es

Entrevista **ANTONIO VILLARREAL GALLARDO** DIRECTOR GENERAL DE GRUPO PERICO

Grupo Perico está formado por Villarreal Sur, AVG Villarreal y AVG Rent A Car



Villarreal Sur Transportes Frigoríficos

Antonio Villarreal se inventó a sí mismo cuando dejó los estudios y se dedicó al transporte de alimentos, primero con su propio camión, pronto como empresario. Con los años, a Villarreal Sur Transportes Frigoríficos, su primera compañía, le sumó AVG Villarreal Almacenaje, Distribución y Picking, con la que diversificó su actividad. La tercera sociedad, AVG Rent A Car Alquiler y Venta de Vehículos, fue otro paso lógico de alguien que, sin olvidar aquellos inicios, ha vuelto a reinventarse para seguir al pie del cañón, aplicando las mejores lecciones que le ha dado la crisis.

Tiene tres empresas, aunque todas giran alrededor del transporte.

Villarreal Sur se dedica al transporte frigorífico desde 1998, AVG Villarreal nació en 2010 para el transporte, almacenaje, distribución, logística y preparación de pedidos, siempre de alimentación, y AVG Rent A Car se dedica al alquiler y venta de vehículos desde 2013.

¿Cómo comenzó su historia de emprendedor?

Desde pequeño iba con mi padre a todos lados, y pronto dejé los estudios porque no me gustaba estudiar. Em-

pecé vendiendo fruta, pescado y pasteles por las calles de Sevilla, después compré un vehículo muy viejo para repartir a las fruterías. Villarreal Sur la creé en 1998 para distribuir a varias empresas de alimentación. En 2001 pasé un bache muy importante, estuve al borde del cierre porque un cliente muy importante me dejó mucho dinero a deber, y necesité muchos años para reponerme. La verdad es que tuve mucho apoyo recibido por parte de los talleres. Terminé de pagar cuando ya estábamos metidos en la crisis, conseguí salir de ese agujero y ahora no debo nada. En la actualidad, entre

empleados y autónomos trabajan en mis empresas unas sesenta personas, y este año superaré los cuatro millones de euros de facturación.

¿A qué zonas dan servicio sus camiones?

Tengo 32 camiones propios y unos veinte autónomos que trabajan para mí. Nuestras instalaciones están en Sevilla y a diario salen de allí camiones para toda Andalucía. Antes distribuía a una zona más amplia, incluso fuera de España. Hacía entregas y recogidas en Francia, Alemania y Reino Unido, pero hace unos años empecé a

reducir, debido a la crisis, a los problemas de pagos de mis clientes y a los precios del gasoil, y al final decidí centrarme en Andalucía para asegurar un trabajo bien hecho. Y la verdad es que fue un acierto. He dejado de trabajar con grandes empresas de la distribución alimentaria, y me siguen ofreciendo trabajar con ellos, pero no me compensa porque no dan margen. Ahora tengo clientes de bastante facturación para los que trabajo a diario, y los mantengo gracias a la constancia y a que estoy disponible para ellos las 24 horas, ante cualquier incidencia. Soy yo quien trata personalmente con ellos.

¿Se ha recuperado el mercado tras la crisis?

El problema que tenemos ahora en España es que no hay personal para trabajar, no hay conductores con carné de repartidor. Y cuando contratas a alguien, en poco más de un mes ya están pidiendo bajas. Una de las cosas que me ayudaron a salir adelante fue parar mis camiones y seguir trabajando con autónomos. Tengo empleados que llevan conmigo veinte años, y autónomos que llevan ya doce, pero en 2013, cuando decidí remodelar mi flota y volver a contratar personal, volvieron los problemas. Tengo muy claro que, si no hubiera sido por los autónomos, hoy no estaría aquí.

¿Cómo decidió diversificar creando una empresa de venta y alquiler de coches?

Empecé a invertir en coches para vender porque es una actividad en la que cuando vendes, cobras, mientras que en el transporte normalmente cobro a los tres meses. En vez de seguir invirtiendo en distribución, decidí centrarme exclusivamente en una serie de rutas rentables, en las que puedo ofrecer el mejor servicio, y dedicar la inversión a comprar coches para

vender y alquilar, de todas las marcas. El servicio de alquiler, de momento, lo ofrezco sólo a empresas, por meses o por años. Adquiero los vehículos por lotes en subastas de embargos de la Seguridad Social, y luego los pongo a punto antes de exponerlos en el concesionario. En este momento tengo unos 60 coches en venta con un año de garantía y unos 15 en alquiler. Tengo modelos desde 2.000 a 25.000 euros, de todas las clases y marcas, además de furgonetas y furgonetas frigoríficas. Ahora, gracias a la venta online, te llaman desde cualquier sitio; el comprador de vehículos de segunda mano sabe lo que busca y lo hace por internet, hasta que encuentra el que se ajusta a su presupuesto y sus expectativas. Hoy no hace falta tener muchos puntos de venta sino uno grande donde tengas todo.

¿Cómo han crecido sus instalaciones para albergar esta nueva actividad?

Nos trasladamos a una nueva nave en 2011 porque la anterior se quedó pequeña. Ahora tengo una nave en propiedad de 500 metros cuadrados con cámaras frigoríficas y de congelación y oficinas, y otra de 700 metros de talleres y 6.000 metros de aparcamiento. Tengo mi propio taller y lavadero de coches y camiones donde hago el mantenimiento de toda mi flota.

Con esa diversidad de actividades, tendrá muchos competidores.

Competencia hay en todo a más no poder. En el sector de alimentación me llevo bien con todo el mundo, y en el del transporte igual. Todas las empresas que tienen tres o más camiones son amigos míos, y muchas que sólo tienen uno. Y conozco todas las empresas de mataderos y de alimentación de España. He estado en el 99% de los mataderos que hay en España, y en un 65% de las fábricas de embutidos, es el gremio en el que llevo toda mi trayectoria.

¿Y cuáles son ahora sus planes para seguir creciendo?

Tengo planes para poder crecer y quiero seguir creciendo, porque es bonito, pero al mismo tiempo es arriesgado porque toda la responsabilidad de la empresa y de los empleados se carga en mis espaldas. La responsabilidad es toda mía, y si un empleado no viene mañana, yo tengo que cumplir con mi cliente. Por eso en este momento donde me gustaría crecer es en el sector de automoción. El transporte es lo que a mí me gusta, con lo que empecé y con lo que he crecido, pero hemos llegado a un límite. En la venta veo la forma de seguir trabajando, pero de otra forma, que me permite vivir, porque el camión es vivir para trabajar.



AVG Villarreal Almacenaje, Distribución y Picking



AVG Rent A Car Alquiler y Venta de Vehículos

AVG VILLARREAL

avgvillarreal.com

Entrevista **MARÍA TAMARIZ** GERENTE DE SÁENZ SUMINISTROS INDUSTRIALES

“Estamos llevando a cabo la transformación 4.0”

En 1947, don Vicente Sáenz dejó su Rioja natal para abrir una tienda de repuestos automovilísticos en Valladolid. Hoy, Sáenz Suministros Industriales ha diversificado su catálogo y cuenta con 2.000 clientes, 150.000 referencias en sus estanterías y 13 empleados. “Mi abuelo vio que era el momento de volver a construir España y aprovechó, con su carácter emprendedor, este nicho de mercado”, cuenta María Tamariz, que junto con su hermano Gonzalo, son la tercera generación al frente de la empresa. Su madre, M^a Concepción Sáenz Andreu, que a sus 86 años sigue como presidenta de la empresa, recibió el premio CECALE de Oro 2017.

¿Qué representa para la empresa este premio?

Es un reconocimiento que nos hace mucha ilusión, ya que premiaron la trayectoria y el buen hacer de una mujer empresaria, que empezó cuando casi no había ninguna, y también el trabajo hecho por las generaciones anteriores. Pero también es una motivación para nosotros, que nos impulsa a seguir trabajando para adaptarnos a los cambios en el mercado.

Santiago Aparicio, presidente de CECALE, recaló en la gala que uno de los retos era la industria 4.0, ¿hacia ahí se encamina Sáenz Suministros Industriales?

Pues sí. Nuestra pretensión es mantener lo bueno que nos ha traído hasta aquí y ponerlo al servicio de la innovación para mejorar nuestro servicio. Es

un sector muy tecnificado y queremos estar a la altura de los clientes que tenemos y de los que queremos conseguir. Trazamos un plan estratégico, que empezó en 2016 y terminará en 2020, en el que pretendemos duplicar el tamaño de la empresa gracias a ser más eficientes, especialmente en la logística, con un almacén y un sistema de pedidos y entregas mucho más informatizado, ágil e intuitivo para seguir aportando valor al cliente. En definitiva nuevos procesos de gestión de calidad en todos los departamentos de la empresa.

La introducción de las nuevas tecnologías generalmente conlleva una reducción de personal...

En nuestro caso no es así, de hecho, estamos ampliando la plantilla. Siempre hemos sido una empresa familiar y queremos seguir siéndolo. No quere-

mos sustituir a nadie por un robot, sino hacerles el trabajo más sencillo y operativo para aumentar nuestra eficiencia interna y que esto repercuta en un mejor servicio para el cliente.

Todos los cambios conllevan problemas, por lo menos hasta la adaptación completa a ellos ¿Cómo se hace para minimizarlos?

Haciéndolos poco a poco. Por un lado, nuestra máxima es que el cliente no debe notar lo que estamos haciendo, solo los resultados. Por otro, tanto directivos como empleados nos pusimos en manos de Marta Vivancos (MVCOACHING), una excelente coach que nos ayuda a canalizar el estrés y nos da herramientas para adaptarnos y motivarnos para los nuevos retos profesionales.



70 años de vida, nuevos retos... ¿Y la vista puesta en el siglo?

Me parece que el día después de celebrar los 70, ya estábamos pensando en los 100. Es un orgullo ser la tercera generación que está al frente de la empresa, y todavía lo es más ver que la cuarta ya empieza a trabajar en ella. Hay referencias que ya las vendía mi abuelo y, mientras nadie invente un sistema distinto, los productos de tornille-

ría, de transmisión de potencia, los rodamientos... se seguirán vendiendo. Somos conscientes del tesoro recibido y pretendemos honrar los valores heredados de compromiso y especialización, y añadimos otros como la innovación o la excelencia. De este modo, conseguiremos aumentar nuestro valor añadido para el cliente a partir de un equipo cohesionado y apasionado por la empresa a la que representa.

<https://saenz-si.com>

Entrevista **LUIGI CANCEMI** DIRECTOR COMERCIAL DE SCHLEGELGIESSE IBERIA

“Nuestros productos aportan mayores garantías de prestaciones y durabilidad”

Líder en soluciones para cerramientos, Schlegel-Giesse es el resultado de la fusión de dos empresas de reconocido prestigio. Ambas conservarán las marcas con las que se han hecho fuertes en el mercado: Schlegel, especializada en juntas de sellado de alta calidad e innovación, y Giesse, con sus herrajes, que proporcionan las mayores prestaciones. La nueva empresa forma parte del grupo Tyman PLC, que cotiza en la bolsa de Londres.



¿Con qué filosofía nace SchlegelGiesse?

Nuestra filosofía se puede resumir en una frase: “Sealing and hardware solutions, all in one”. Esto significa que pretendemos ofrecer una solución completa en cerramientos, sin que se tengan que buscar diferentes proveedores. Por eso se han unificado las estructuras de Schlegel y Giesse, que abarcan tanto las juntas de sellado como los herrajes.

¿Cómo se diferencian sus productos?

Nuestros clientes saben que cada una de las muchísimas referencias que tenemos en nuestro catálogo ofrecen las más altas garantías de calidad, durabilidad y sencillez de montaje. Dentro de esa va-

riada gama, cada marca tiene sus productos top: el Q-lon de Schlegel y el Chic de Giesse. El Q-lon es una junta de sellado que permite a los cerramientos (y no sólo) alcanzar los más altos niveles de prestaciones térmicas, acústicas y de durabilidad, mientras que el Chic es un revolucionario sistema oculto para aperturas batientes y oscilobatientes de las ventanas de aluminio, con las más amplias posibilidades de regulación, una gran sencillez de montaje, altas prestaciones certificadas y apertura a 180 grados.

¿Qué otros valores les diferencian de sus competidores?

SchlegelGiesse es una empresa líder

en nuestro sector, y las cifras de ventas lo confirman. Nos posicionamos en un nivel alto de gama, y muchos clientes eligen nuestros productos porque les aportan mayores garantías de prestaciones y durabilidad. Nuestras soluciones están pensadas para las necesidades de los productores de cerramientos, que son quienes utilizan nuestros productos, y nuestra estrategia comercial se centra en una estrecha cooperación con los distribuidores y los extrusores de perfil.

¿En qué mercados operan?

Somos una multinacional presente en todos los continentes, en más de cien países. Para la Península tenemos nuestras instalaciones en Sant Feliu De Llobregat (Barcelona), con un importante centro logístico, y disponemos de la red de ventas más grande y capilar del mercado: doce empleados para visitar a los clientes y cubrir todo el territorio, desde Cataluña hasta Portugal y Canarias. Desde aquí también exportamos a México, que tiene un gran potencial todavía no explotado. En los últimos cuatro años hemos incrementado las ventas en la Península más de un 50%, y queremos seguir en esta buena racha. Tenemos buenas perspectivas, ya que la empresa hace importantes inversiones en el desarrollo de nuevos productos de calidad, y esto nos permitirá seguir siendo líderes de mercado.

www.schlegel-intl.com/es
www.giesse.it/es
www.schlegel.com/eu/es

Entrevista **ÁNGELA LÁZARO** ADMINISTRADORA Y GERENTE DE SOLYSOL®

“La soldadura es un arte que va más allá del simple proceso de unir metales”

Solysol® fue creada en 2008 como distribuidora de productos de soldadura. Diez años después es una de las empresas de referencia en su campo de trabajo, que abarca el mundo de la soldadura en su sentido más amplio, desde la formación de profesionales al suministro de equipos y consumibles. Sobre ello preguntamos a su responsable, Ángela Lázaro, Ingeniera Metalúrgica, Ingeniera Internacional de Soldadura e Inspectora y Educadora de Ingenieros, Inspectores y Soldadores.

¿Diría que existe cierto desconocimiento en torno a la importancia de las soldaduras?

La soldadura es mucho más que lo que el público general piensa: suele asociarse a puertas, rejas, mobiliario y poco más, pero la soldadura está presente en cada necesidad de nuestra vida cotidiana y de las sociedades modernas, desde al tomar una ducha (las conducciones de agua y gas...) a las infraestructuras (puentes, viaductos, edificios...), pasando por la fabricación de barcos, submarinos, trenes y automóviles, o en plantas energéticas y hasta en aeronáutica y el sector aeroespacial, en la fabricación de vehículos y de los componentes que los integran.

¿La variedad de sectores en los que tiene presencia exige mucha especialización?

Para toda la soldadura involucrada en estos sectores hay que tener en cuenta muchos tipos de materiales metálicos, sus propiedades mecánicas, su comportamiento durante y tras la soldadura y también la habilidad para soldarlos en todas las posiciones, con una variedad de procesos que se deben escoger según su aplicabilidad, productividad y calidad deseada del producto.

Nosotros entendemos la soldadura no sólo como un negocio con el que subsistir vendiendo producto, que es uno de los pilares en los que debemos apoyarnos para poder ofrecer el resto de nuestros servicios. Para nosotros, la soldadura es un arte que va más allá del simple proceso de unir metales. Es un continuo desafío en el que hay que estar al tanto de los últimos avances tecnológicos, a la vez que hay que tener un control absoluto de las técnicas más utilizadas con el fin de poder ofrecer al cliente la solución óptima para cubrir sus necesidades, maximizando la calidad y minimizando el coste.

¿Qué factores diría que condicionan una buena soldadura? ¿El profesional que la realiza es clave?

Para realizar una soldadura que

garantice, durante mucho tiempo, la integridad de cada componente, es necesaria la intervención de muchos expertos, profesionales de soldadura: ingenieros que diseñan y definen los requerimientos necesarios para dar una garantía al proyecto; inspectores que se aseguran que se cumplen los requerimientos; y soldados que ejecutan las soldaduras. En Solysol® intentamos dar formación y asesoramiento a cada uno de esos expertos para que alcancen los mayores niveles de profesionalidad. Y también a las empresas para que logren que sus soldaduras puedan tener las garantías necesarias y puedan competir a nivel mundial en la producción de sus componentes.

“Proporcionamos servicio completo para que nuestros clientes tengan éxito en sus proyectos soldados. Todo lo necesario para soldar con garantía y competitividad”

¿La formación es una de sus líneas de negocio?

Sí. Desde nuestros inicios, nos encontramos ante un déficit de conocimiento en nuestro sector y, en cambio, hay una enorme demanda de profesionales bien formados que pueden ir ganando experiencia en los sectores que mencionaba. Por ello nos dedicamos a la formación y certificación de esos profesionales, como Escuela Oficial y Centro Acreditado de la American Welding Society o AWS (“la Harvard de la Soldadura”).

¿Qué otros servicios ofrecen?

Asesoramos a profesionales y empresas sobre los procesos y procedimientos más productivos y óptimos en calidad para cada aplicación; y trabajamos en investigación y desarrollo de técnicas novedosas y asistencia a las empresas en su implantación y formación de sus



Ángela Lázaro, Administradora y Gerente de Solysol. Ingeniera Metalúrgica, Ingeniera Internacional de Soldadura, Inspectora y Educadora de Ingenieros, Inspectores y Soldadores, junto a Fernando Sánchez Deza, Soldador homologado en todos los procesos, materiales y posiciones e Instructor de Soldadores.



Inspección de Soldadura. Formación y Certificación impartida por Solysol

profesionales en su uso, en nuestro Centro Tecnológico ARC-TECH®.

Solysol es además un referente en el suministro de equipos y consumibles de soldadura...

Sí, suministramos equipos y consumibles de reconocido prestigio y garantía para preparar las soldaduras, realizarlas e inspeccionar su calidad. Este servicio es el más duro de mantener: algunos de los grandes fabricantes sólo piensan en cifras y no aprecian el valor de una empresa con nuestra capacidad para ofrecer sus productos; mientras que los consumidores sólo tienen en cuenta el precio inicial del producto, anteponiéndolo a la calidad y garantías. Esto es arriesgado por ambas partes y es lo que intenta-

mos defender: porque el producto sin conocimiento no tendrá una aplicación totalmente satisfactoria y el puro precio sin calidad ni garantía puede resultar muy caro en el medio y largo plazo y muy arriesgado en las aplicaciones de alta responsabilidad en las que está presente la soldadura.

Lo que nuestros clientes reconocen en Solysol® es la elevada y distinguida especialización, el conocimiento profundo de nuestro campo, que es la soldadura, y nuestra capacidad de asistirles en sus necesidades, sobre todo cuando deben cumplir requisitos especiales con códigos internacionales y cuando deben implantar procesos nuevos de soldadura. Nuestra excelencia se erige en el conocimiento.

¿En qué proyectos trabajan actualmente, en España y en el mundo?

En España, estamos trabajando en la introducción de procesos de soldadura novedosos que suponen claras mejoras sobre los tradicionales. En la esfera internacional, destacaríamos el desarrollo del procedimiento para la reparación en funcionamiento y de forma segura del gasoducto del Magreb-Europa, cuyo resultado ha sido un éxito reconocido por las autoridades en este campo; la asistencia en fabricación y montaje de puentes e infraestructuras para empresas españolas que trabajan a nivel internacional; la asistencia, puesta en marcha y entrenamiento de personal en el funcionamiento de equipos para soldadura especializada en construcción de tanques de almacenamiento de crudo y gas en China, Chile, Perú, Costa Rica, Bélgica; la formación de soldados de Kenia, Tanzania, Marruecos, Perú, Colombia, Portugal, como Centro Oficial Examinador de AWS; y la formación y certificación de ingenieros e inspectores de soldadura de varias nacionalidades.



<http://arctech.es>

Entrevista EMILIO GUERRA DIRECTOR GENERAL DE SHOWLEAP TECHNOLOGIES

“Showleap es una herramienta muy potente para proporcionar autonomía a las personas sordas”

Showleap Technologies es una empresa que ha desarrollado un sistema capaz de facilitar la comunicación de las personas sordas con su entorno social. Hablamos con su Director General, Emilio Guerra, para que nos cuente en qué consiste su propuesta.

¿Qué es Showleap?

En pocas palabras, es un traductor en tiempo real de la lengua de signos a voz y viceversa pensado para facilitar la comunicación entre personas sordas y oyentes.

¿Cómo surgió la idea de poner en marcha este proyecto?

Uno de los socios fundadores de la empresa es ingeniero de telecomunicaciones y se fijó como objetivo solucionar los problemas de las personas sordas a la hora de comunicarse en su día a día con su entorno social. Hace cuatro años que comenzamos a trabajar en el desarrollo del sistema y dos que la compañía está en marcha.

¿Cómo funciona Showleap?

El sistema es la unión de varios

elementos. El primero de ellos está compuesto por dos brazaletes que recogen el movimiento de los brazos, manos y dedos y la persona que habla en lengua de signos española. El segundo elemento es un software de desarrollo propio que reconoce esos movimientos, traduce lo que ha dicho la persona y lo trasmite en tiempo real y mediante bluetooth a un sintetizador de voz que puede ser un smartphone, una tableta o un ordenador portátil. Además, el sistema recoge el mensaje de voz del interlocutor y lo convierte en texto para que la comunicación sea fluida.

¿Qué acogida está teniendo el sistema?

Muy buena. Hemos contado con la colaboración de la Confederación Estatal de Personas Sordas



(CNSE), del Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (CNLSE) y también de la Fundación ONCE. Todos esos organismos han visto en Showleap una herramienta muy potente para proporcionar autonomía a las personas sordas.

También lo ha visto así el Ayuntamiento de Madrid...

Así es. El Ayuntamiento de Madrid nos ha adjudicado el concurso

de compra pública precomercial de los servicios de I+D para desarrollar una solución que les permita interactuar con las personas sordas usuarias de la lengua de signos que acuden a hacer gestiones al ayuntamiento. Creemos que durante el próximo año el proyecto podrá implementarse y será también un punto de partida para comercializar el sistema al público final.

¿Es un modelo exportable?

Sin duda. Hay que tener en cuenta que la lengua de signos no es internacional, sino que incluso dentro de España hay diferencias. En cualquier caso, el sistema está pensado para poder añadir bibliotecas de signos que permitan a cualquier persona sorda utilizarlo, ya sea en su lengua propia e incluso en terminología técnica relativa a algún sector concreto.

¿Cuáles son los retos de futuro de Showleap?

Somos pioneros en el uso conjunto de la inteligencia artificial y la lengua de signos, de manera que nuestro reto es seguir por ese camino. Hoy estamos trabajando en mejorar el sistema y en lograr a medio plazo que Showleap incluya también el reconocimiento facial como apoyo a la comunicación. Las personas sordas siempre necesitarán un intérprete para algunas cosas, pero un sistema como el nuestro es un fuerte empujón a su autonomía. Seguiremos investigando en esa línea.

www.showleap.com

Entrevista MANUEL JIMÉNEZ CHAPARRO DIRECTOR GENERAL DE ABONOS JIMÉNEZ

“El sector agrícola se enfrenta a la búsqueda de cultivos rentables y sostenibles”

Abonos Jiménez comenzó su andadura empresarial de la mano de su fundador, D. Luis Jiménez, quien comenzó a comercializar fertilizantes sólidos en la década de los sesenta bajo la marca comercial Abonos Luis Jiménez Cabello. Desde entonces, como se dice, ha llovido mucho, y la empresa, hoy denominada Abonos Jiménez, cuenta con tres grandes centros de producción en Córdoba, Sevilla y Beja (Portugal), siendo líder en el sur de la península.

¿Qué diferentes líneas de productos componen el catálogo de Abonos Jiménez?

Para adaptarse a las necesidades del cliente y a las condiciones del mercado, la Compañía ha ampliado su cartera, ofreciendo productos de alto valor agregado, fortaleciendo así su relación con los clientes. Nuestro catálogo de productos abarca desde abonos convencionales como complejos, abonos compuestos de mezcla, etc., hasta abonos líquidos, abonos especiales como cristalinos sólidos, líquidos densos y foliares, así como fitosanitarios.

¿Qué servicios más destacados están ofreciendo a sus clientes?

Ofrecemos asesoramiento técnico-agronómico, para lo que contamos



con un equipo técnico multidisciplinar de alto nivel que visita a nuestros clientes y realiza recomendaciones de abonados y/o fitosanitarios. Este servicio de asesoramiento, combinado con el hecho de que somos fabricantes de diversas líneas de producto (fertilizantes líquidos, foliares, blending, etc.) permite una atención objetiva, personalizada y específica para cada cliente.

Por otro lado, nuestro laboratorio no sólo es parte fundamental de nuestro departamento de Calidad e I+D, también lo es en nuestra relación directa con el cliente, pues nos

permite, mediante los análisis correspondientes de suelo, hoja y agua, la detección de las necesidades nutricionales concretas para cada plantación.

Además, realizamos la aplicación de fertilizantes y fitosanitarios; disponemos de stock permanente de insumos agrícolas (lo que nos permite proveer a nuestros clientes del producto requerido en el momento requerido); y trabajamos una logística de suministro ágil y eficaz con flota de vehículos propia.

Abonos Jiménez cuenta con ubicaciones estratégicas e instalaciones de última generación. Somos capaces de realizar formulaciones a la carta, con el objetivo de que nuestros clientes consigan sacar el máximo rendimiento a sus cultivos.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el sector agrícola en España y qué papel pretenden jugar desde Abonos Jiménez?

El sector agrícola se enfrenta a la búsqueda de cultivos rentables y sostenibles. Abonos Jiménez, siempre en línea con el cliente, mediante su departamento de I+D, vuelca sus esfuerzos en la fabricación de productos eficientes que maximicen el rendimiento agrícola mediante una fertilización racional y sostenible.

Por último, ¿en qué novedades están volcando sus esfuerzos?

Teniendo siempre como premisa la plena satisfacción del cliente, nuestros esfuerzos se centran en desarrollar productos eficientes que consigan el máximo rendimiento en los cultivos en el marco de una política ambiental respetuosa. Asimismo, trabajamos en la implantación de nuevas instalaciones cercanas a las zonas de consumo, permitiendo así una reducción de costes que se traslada directamente a una disminución en el precio del producto, así como en una mayor agilidad en los suministros.



Agroquímicos-Semillas-Plásticos

www.abonosjimenez.com



Entrevista **JAVIER MARTINEZ SANZ** DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO PROSOLIA
JUAN CARLOS GUAITA MARTÍ SOCIO FUNDADOR

La energía Solar Fotovoltaica ha llegado para quedarse

Desde el año 2003 Prosolia viene desarrollando proyectos de energías renovables, centrándose en la solar fotovoltaica como alternativa más viable para implantarse en nuestra sociedad. Tras los vaivenes del sector durante los años pasados en España y tras años de actividad en otros países donde la estabilidad regulatoria sí permitían su desarrollo, Prosolia se enfrenta ahora a una segunda etapa en España.

¿Qué servicios y productos ofrece Prosolia en el campo de las renovables?

Las renovables son la fuente de energía más barata en gran parte de las geografías con mayor radiación y lo será en el resto del mundo en apenas 10 años. En ese marco, Prosolia se posiciona como una empresa de referencia en soluciones integrales de energía renovable, dada su experiencia y su capacidad para el desarrollo, construcción y mantenimiento de este tipo de instalaciones solares. Somos una empresa global dentro de la tecnología solar fotovoltaica, ofreciendo servicios desde su fase desarrollo hasta el mantenimiento a largo plazo, pasando por la construcción y legalización de los proyectos.

¿Qué perspectivas se dibujan en la realización de proyectos en España?

Al contrario que en el pasado, la energía renovable no necesita de las subvenciones y ayudas del Estado. A pesar de que la regulación actual no fomenta el desarrollo de la tecnología, sí que proporciona un marco estable lo que, junto con la competitividad del sector frente a otras tecnologías, hace que la previsión de crecimiento sea estable.

¿Podría hablarse de un cambio de tercio relativo a los costes?

Efectivamente, el desarrollo del sector lo permite no solo un marco regulatorio estable y claro sino también

una bajada de costes importante gracias a la madurez del sector y la amortización de las fábricas de componentes, que han permitido un notable ajuste en los precios de los principales materiales utilizados en la construcción de una planta solar.

¿Qué líneas de negocio abarcan?

Prosolia está actualmente abarcando las dos principales líneas de desarrollo dentro de la tecnología solar fotovoltaica: el autoconsumo y los parques solares. El autoconsumo, como alternativa rápida limpia y eficiente en aquellos centros de consumo donde las cur-

“El actual marco regulatorio y la bajada de precios fomentan el desarrollo de proyectos de fotovoltaica en España”



vas de demanda de la energía coinciden con las de generación de la planta solar. Ofrecemos este servicio bien a través de una inversión por parte del consumidor final, en la que el cliente rentabiliza la inversión a través de los ahorros generados, o bien a través de la venta directa de energía producida por la instalación. En esta última solución el cliente disfruta de ahorros sustanciales en su consumo eléctrico sin tener que hacer ningún tipo de inversión.

Los parques solares fomentan la generación de energía a gran escala y esto permite unos precios más competitivos que facilitan la generación distribuida para competir con otras tecnologías. La combinación de las dos vías de desarro-

llo permite a Prosolia tener una visión global del sector y dar respuestas a las demandas de la sociedad actual.

¿Cuáles son sus instalaciones más recientes?

Prosolia ha venido construyendo plantas solares de manera ininterrumpida en varios países estos años, siendo alguna de las más relevantes la planta de Pepsi en Lisboa o la terminal marítima de Alicante entre otras.



www.prosoliaenergy.com

Entrevista **DANIEL CARAZO** DOCTOR INGENIERO INDUSTRIAL. DIRECTOR TÉCNICO DE OFEINCO

Estrategias que reducen la factura eléctrica

Hay dos cosas que, en general, todos pensamos: la primera, que la energía eléctrica es cara; y la segunda, que no podemos hacer nada para evitar que nuestra factura siga creciendo. Lo primero es cierto, pero lo segundo no, o lo es solo a medias. En este sentido, Ofeinco lleva desde 1973 ofreciendo un asesoramiento completo orientado al ahorro y la eficiencia energética. Su trabajo permite al cliente cambiar de bando y dejar de sentirse indefenso ante las compañías eléctricas. Se acabó ser siempre el peón que pierde la partida...

Trabajan en el marco del ahorro energético desde 1973...

Sí, Ofeinco es una Pyme de carácter familiar creada por mi padre, Jaime Carazo, que nació como una empresa de ingeniería enfocada al ahorro y la eficiencia energética. Mi padre era un gran experto en el tema (en el año 1986 ya publicó un libro sobre tarifas eléctricas), lo que hizo que pronto tuviera en cartera a grandes consumidores de energía, como fábricas, cadenas hoteleras, sucursales bancarias, ministerios, universidades, hospitales...

¿Cómo han evolucionado? ¿Siguen con el mismo perfil de clientes?

Nuestro planteamiento se ha orientado siempre a clientes entendidos como consumidores de energía, independientemente de su actividad y tamaño, con el claro y cuantificable objetivo de reducir el coste de su factura eléctrica. Lo que sucede es que muchos de los grandes consumidores de energía han creado departamentos internos desde los que gestionan estas cuestiones, lo que ha hecho que nuestro trabajo haya acabado orientado más al mediano consumidor, empresas multipunto o que simplemente no cuentan con esa ingeniería interna. La empresa ya ha superado el relevo generacional y hemos actualizado nuestra oferta, incluyendo nuevos servicios y enfoques como telemedida y monitorización, planes de eficiencia energética, implantación de sistemas de gestión energética acordes a la ISO 50001... Tenemos clientes en toda España.

¿La clave de su trabajo es poner en marcha estrategias que permitan reducir el coste de la factura eléctrica?

Sí, en concreto la de asesorar al cliente para que minimice el coste energético en sus instalaciones. Para ello hay dos caminos: por una parte, reducir el consumo de energía; y, por otro, reducir el precio medio global. Dos estrategias muy diferen-

ciales y para las que se precisa un amplio conocimiento técnico. Desde Ofeinco, primero trabajamos en minimizar el precio (facturas acordes a contrato, ajustar la tarifa, elección de la compañía eléctrica...), contratando la opción más ventajosa desde una total independencia. Esta parte puede hacerse sin inversiones, pero no la segunda, que se centraría en proponer medidas para disminuir el consumo. Para reducir ese consumo puede ser necesario, por ejemplo, cambiar a alumbrado LED o el sistema de climatización, medidas que son conclusiones de una auditoría energética (obligatoria para las grandes empresas a partir del Real Decreto 56/2016), servicio que nosotros también ofrecemos.

Existen, por tanto, herramientas para pagar menos electricidad?

Claro, optimizar los parámetros técnicos, explotar la competencia entre las compañías comercializadoras... Nosotros analizamos un mínimo de diez ofertas, de entre las que elegimos la más ventajosa para el cliente. El ahorro que se deriva de nuestro trabajo es real. Como ejemplo, hemos conseguido reducir la subida anual a solo un 3-5%, frente al 10-20% que proponían inicialmente las compañías.

Hacemos un diagnóstico inicial gratuito sobre las posibilidades de ahorro de cualquier empresa.



www.ofeinco.com

¿Se siente indefenso ante las compañías eléctricas?



Entrevista **CARMEN GAYO** DIRECTORA DE DINEO CRÉDITO

“La necesidad de financiación a corto plazo ha sido resuelta mediante la tecnología”



Las fintech viven su época dorada, y dentro de ellas, el segmento de los micro-préstamos sigue en auge. Empresas como Dineo Crédito están revolucionando la financiación tal y como la conocíamos, combinando la atención en puntos físicos con la concesión de micro-préstamos online. Los micro-préstamos de Dineo Crédito están destinados a resolver necesidades ocasionales de liquidez económica a corto plazo. Descubrimos cómo funcionan.

¿A qué factores sociales y tecnológicos considera que se debe el auge de los micro-préstamos por internet?

La necesidad de soluciones de financiación a corto plazo han existido siempre, aunque en la actualidad su demanda es mayor. Ahora, y gracias a la tecnología, se pueden ofrecer soluciones rápidas y efectivas, ya que es posible evaluar datos en tiempo real de forma segura y confidencial. Esto crea un entorno óptimo para este producto financiero.

¿Eran necesarios “aires nuevos” en el sector financiero?

Sin duda. Las necesidades evolucionan, vivimos en un mundo cada vez más tecnológico, y todos los sectores han de dar respuesta a esta necesidad.

Hace una década, si alguien necesitaba dinero de forma puntual, tenía pocas soluciones. Hoy en día, puede obtenerlo de forma segura e inmediata gracias a las nuevas tecnologías que aportan las fintech.

En este nuevo contexto, ¿qué ventajas ofrece Dineo Crédito a los consumidores y a las empresas?

Dineo es una compañía 100% española, que conoce bien las necesidades e inquietudes de la sociedad actual. La atención al cliente, ya sea físicamente o de manera telefónica, es proporcionada por agentes especializados que ayudan a resolver cualquier planteamiento efectuado.

Además de operar a través de internet, también disponen de puntos físicos...

Así es. Además de operar de forma online en www.dineo.es, es posible realizar la solicitud de un micropréstamo en los stand existentes en las más de 80 tiendas Cash Converters que se encuentran en todo el territorio nacional.

¿Cuál es el procedimiento que debemos seguir para obtener financiación con Dineo Crédito?

Tan fácil como acudir a los puntos Dineo de cualquier tienda Cash Converters, acceder a www.dineo.es, o llamar al 901 888 777 y aportar los datos que se solicitan. Se trata de un sencillo proceso guiado de cara al cliente, y que trata los datos proporcionados con una tecnología avanzada que, en tiempo real, mide las variables necesarias para evaluar la capacidad de crédito y proporciona una respuesta.

Para finalizar, ¿de qué forma podemos garantizar que Dineo Crédito sigue un método transparente y seguro?

En Dineo velamos por la aplicación responsable de las líneas de crédito de nuestros clientes y les proporcionamos toda la información de forma totalmente transparente.

Pertenece a la AEMIP, donde los asociados garantizan la aplicación del “Código de Buenas Prácticas” mediante el cual, se protege a los Clientes fomentando el uso responsable de este producto financiero. Además, en Dineo se llevan a cabo auditorías recurrentes para garantizar la correcta aplicación de todos los procesos.



www.dineo.es

Entrevista **ESTHER ALAMÁN** DIRECTORA DE I+D DE SECRETOS DEL AGUA™

El agua es el secreto de la belleza

La firma española Secretos del Agua™, creada por el laboratorio ONA Investigación, ha revolucionado la cosmética con tratamientos para piel y cabello basados en su exclusivo Agua Biopolar™ y activos botánicos ecológicos de la máxima pureza, logrando aportar gran energía a nuestras células.

¿Cómo surge ONA Investigación?

La Organización de la Naturaleza del Agua (ONA) es fruto de la inquietud de científicos españoles por desentrañar las anomalías en el comportamiento del agua. Dentro de un riguroso marco científico, se han desarrollado procesos de ordenamiento estable en el tiempo de las moléculas de agua, que consiguen darnos un sinfín de aplicaciones, dentro y fuera de la cosmética.

Su investigación se centra en las estructuras moleculares del agua...

¿Con qué objetivos?

El principal es que estas estructuras moleculares aporten la energía y orden necesarios a nuestras células para su correcto funcionamiento y división. Por ejemplo, en el caso de una piel pigmentada, le comunicamos a las células qué cantidad de melanina debe generar para lograr un tono uniforme y luminoso, evitando su generación desequilibrada y desordenada.

¿Qué secretos esconde el agua?

El agua es el componente esencial de nuestro cuerpo, pero es necesario el equilibrio y estructuración en su composición para realizar correctamente los procesos metabólicos. Por ello, el agua es nuestro principal activo, trabajando desde una coherencia en su estructura que se transmite instantáneamente al organismo. Desde un profundo rigor científico, nació el Agua Biopolar™.

¿Qué es el Agua Biopolar™?

Es el resultado de un complejo proceso en el que agua pura es sometida a diferentes procesos bioenergéticos para generar estructuras capaces de aportar máxima energía al organismo. Gracias a ella, se transmiten al sistema celular la información de activos botánicos de gran pureza y ecológicos, aportando beneficios como la regeneración celular o eliminación de toxinas, entre otros.

¿En qué consisten los tratamientos de Secretos del Agua™?

Secretos del Agua™ crea “ciencia con consciencia”. Tratamientos para piel y cabello que son realmente necesarios para la sociedad en la que vivimos, ya que cada día hay más alteraciones debido a la alimentación, es-

trés, contaminación, abuso de cosmética sintética agresiva... Por ello hemos desarrollado tratamientos capilares, faciales y corporales totalmente naturales, saludables y biodegradables para tratar esas alteraciones, siempre con el Agua Biopolar™ como principal elemento.

“Tratamos las alteraciones desde su origen para que la piel recobre su estado natural”

¿Qué diferencia a Secretos del Agua™ del resto de la cosmética?

Principalmente, la forma en la que tratamos las alteraciones, es decir, trabajamos a través de energía, no solo a través de la barrera física de la piel. Ese es el motivo por el que estamos obteniendo resultados sorprendentes. Secretos del Agua™ tiene una consciencia elevada con respecto a las personas y a lo que nos rodea. No escondemos las alteraciones, sino que las tratamos des-

de su origen para que la piel recobre su estado original mediante tratamientos saludables y procesos respetuosos con el medio ambiente, generando productos efectivos y biodegradables.



www.secretosdelagua.com



Entrevista ELENA CERMEÑO DIRECTORA GENERAL DE GRUPO EL GALLINERO

“Restaurante, finca y hotel nos permiten ofrecer lo que cada cliente necesita”

Grupo El Gallinero es una empresa familiar que ofrece espacios versátiles en plena naturaleza para todo tipo de eventos y celebraciones: un restaurante (Restaurante El Gallinero), una finca (Cortijo El Gallinero) y un hotel de 4* (Hotel FC Villalba). Todo a tan solo 39 km de Madrid, a los pies del Parque Natural de la sierra de Guadarrama, en Collado Villalba.

¿Por qué el nombre de El Gallinero?

El Restaurante El Gallinero está emplazado en una finca, antigua propiedad del Marqués de Pelayo, aristócrata apasionado por la serranía madrileña. En ella, como es lógico, había un gallinero, que a día de hoy seguimos teniendo, algo que a niños y a mayores les encanta ver.

¿Qué tipo de cocina podemos encontrar en el Restaurante El Gallinero?

La cuidada gastronomía que ofrecemos en el Restaurante El Gallinero guarda los cánones de la alta cocina tradicional, aportando toques personales que nacen de la inspiración diaria,

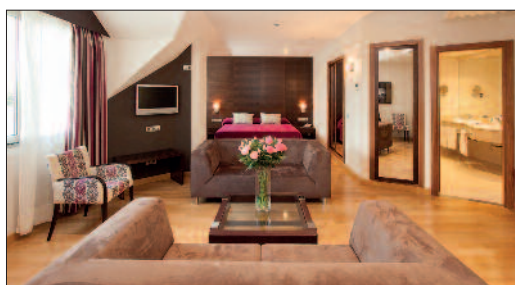
teniendo muy en cuenta la época del año y los productos estrella que cada estación proporciona. Nuestro servicio esmerado y profesional, junto a la calidad y elaboración de nuestra cocina, son capaces de satisfacer a los paladares más exigentes.

La finca Cortijo El Gallinero ha sido galardonada en 2018 con los Wedding Awards que el portal bodas.net concede entre las empresas del sector nupcial ¿Qué significa para ustedes este reconocimiento?

Pues una alegría inmensa

recibirlo por tercer año consecutivo, un reconocimiento al buen hacer y algo que nos anima a mejorar y superarnos con cada enlace. Como nos dicen los novios, lo mejor es el trato que les brindamos. Sentimos que confían en nosotros plenamente para un día tan especial y único. Al tener el Cortijo y el Restaurante, les damos dos alternativas: uno para bodas grandes y en exclusiva; y, en caso de no llegar a los cien invitados, pueden celebrarlo en el Restaurante, con la misma calidad y servicio.

¿En qué fundamenta el éxito empresarial?



Nuestra premisa siempre es el trato exquisito, atención personalizada y de calidad, tanto en servicio como en producto. Nuestro clientes siempre alaban nuestro mimo al detalle y dedicación.

Finca Cortijo El Gallinero, Restaurante El Gallinero y Hotel FC Villalba ¿Qué es lo mejor de cada una de las divisiones de negocio que hace aún mejor el grupo?

Lo mejor del Grupo es la unión de las 3, ya que se puede hacer un evento grande en el Cortijo, hacer Team Building en los amplios jardines, saborear nuestra exquisita cocina del Restaurante el Gallinero y dar alojamientos en un hotel de 4 estrellas a invitados o asistentes del evento en un radio de 250 metros y con ambientes totalmente diferentes.

El Hotel FC Villalba está construido con una arquitectura moderna, pero guardando la esencia del entorno natural, consiguiendo un lugar

único, acogedor y funcional especialmente enfocado para cualquier tipo de evento, convenciones o formación, con 4 salones polivalentes.

¿Apuestan por el business resort?

Sí, además de los banquetes nupciales, son muchas empresas las que apuestan por nosotros para desarrollar desde exposiciones a actividades de Team Building, grandes conferencias, reuniones... Tenemos todo lo necesario para ofrecer amplios servicios y que queden contentos. Y si nos ponen retos para la organización, mejor, eso nos gusta, ya que aprendemos cada día cosas nuevas.



www.grupoelgallinero.com
comercial.corporate@grupoelgallinero.com
Tel.: 91 840 66 58

Entrevista GABRIEL FEDERICO CEO DE TEKEFINGERS

“El consumidor demanda propuestas gourmet diferentes, como TekeFingers”



Con 60 puntos de venta en España, presencia en otros países de Europa, entre ellos Alemania, y próximamente también en EE.UU., Canadá y México, Tekefingers se posicionan cada vez más sólidamente como una sabrosa alternativa a las palomitas, las golosinas y los bocadillos de siempre en cines, parques temáticos y estadios deportivos. Un snack diferente, riquísimo, natural, sin aditivos, fácil de comer y con muchos sabores diferentes que está conquistando a mayores y pequeños. Comprobado: comer solo uno es imposible...



¿Cómo nace el concepto TekeFingers? El consumo de tequeños es habitual en algunos países de América...

Efectivamente, el tequeño es un producto que nace en América. En Venezuela formó parte de mi crianza... El producto en sí tiene tal aceptación que estábamos convencidos que se podía exportar al mundo, con posibilidades de convertirse en algo tan extendido como puede ser una pizza. En Venezuela hay tal mezcla de personas procedentes de todo el mundo, de diferentes razas, religiones y culturas, que se convierte en un lugar privilegiado para un estudio de mercado: si en Venezuela es el aperitivo más consumido podría calar en cualquier otro país del mundo. Y a esa aventura nos lanza-

mos. Empezando por Austria e Inglaterra. Esa experiencia nos hizo saber cómo enfocar el producto comercialmente en España, donde iniciamos nuestro recorrido en 2016.

¿Cómo han adaptado el concepto de tequeño tradicional? ¿Qué es un TekeFingers?

TekeFingers es una masa semihojaldrada, rellena de diferentes ingredientes, resultando un producto muy atractivo, de delicioso sabor, nada grasiento y 100% natural porque no lleva químicos ni aditivos. Más allá de los tradicionales fingers de queso, que también ofrecemos, nuestros TekeFingers pueden ser dulces o salados, con sabores muy distintos, como los de queso crema

y guayaba, los de pizza, los de plátano y queso, dulce de leche y oreo y, por supuesto, de chocolate.

Producimos en España para la UE y en marzo de 2018 abrimos nuestra segunda planta de producción, ubicada en Miami, desde donde comenzaremos a surtir a EE.UU., Canadá y México.

¿Dónde se consumen actualmente TekeFingers?

Nuestra estrategia comercial se ha orientado a salas de cine, parques temáticos y estadios deportivos, al sector del entretenimiento y el ocio. En Alemania, trabajamos con Cineplex, la mayor cadena de cines del mercado alemán.

Actualmente en España estamos presentes en cines Yelmo, Kinopolis y

Odeón Multicines, además de en Terra Mítica Valencia, el Parque Warner en Madrid y varios estadios de fútbol, entre ellos Mestalla (Valencia), Wanda Metropolitano (Atlético de Madrid) y San Mamés (Bilbao). Si los consumes, repites.

¿Cuál está siendo la acogida?

Muy buena. En Venezuela ya comprobamos que cualquier momento del día era bueno para comer un tequeño y que gustaba a gente de todas las edades, y eso es lo estamos viendo también aquí, en los cines y parques temáticos en los que TekeFingers está presente. Creemos que los centros de ocio y entretenimiento tienen que innovar y ofrecer experiencias nuevas.

La gente quiere experimentar, probar cosas diferentes, salirse de lo rutinario y ahí entramos nosotros, cubriendo un nicho de mercado con un nuevo snack para picar y para compartir. Creemos que la calidad del producto y su componente innovador es lo que está consiguiendo que estemos teniendo una importante acogida entre el público español. Y en breve Tekefingers llegarán también a casa, a través de Uber Eats. Nuestra idea es que en el futuro puedan estar además en el lineal de los supermercados.

www.tekefingers.com

f @tekefingers

Entrevista MARIO CARPINTERO DIRECTOR GENERAL DE HERRERO & ASOCIADOS

“El Derecho Digital impregna todos los órdenes de la vida”

Tras más de 35 años en el sector, la firma Herrero & Asociados presume de ser un referente en Propiedad Intelectual Internacional y una de las firmas líderes en patentes y marcas. Lo acreditan sus más de 150 profesionales que suman varios siglos de experiencia en el sector. Hablamos con Mario Carpintero, director general de la compañía, sobre las características que definen a la firma y sobre la importancia del Derecho Digital en la actualidad.

¿Qué equipo humano está detrás de Herrero & Asociados?

Herrero & Asociados está compuesta por más de 150 expertos entre los cuales se cuentan abogados, ingenieros, químicos, biólogos, agentes de la propiedad industrial y agentes europeos de patentes que han superado el examen (EQUeS) en dos idiomas diferentes al español, lo que nos permite ofrecer asesoramiento en las lenguas tecnológicas más frecuentes. Todos ellos son especialistas en entender las necesidades de nuestros clientes, y cubrirlos eficientemente a corto plazo y coste competitivo.

¿Qué diferentes divisiones de negocio forman el despacho?

Nos caracteriza una estructura flexible que se adapta con rapidez a un mundo de cambios constantes. Por ejemplo, fuimos la primera agencia en constituir una asesoría jurídica interna porque lo vimos necesario, y seguimos adaptándonos a una demanda muy cambiante y dinámica.

Actualmente, nuestras divisiones de Derecho Digital, Nombres de Dominio, TIC y Ciberseguridad, son ejemplos de nuestra adaptabilidad y se unen a las tradicionales de Signos Distintivos e Invenciones. Contamos además con áreas transversales: Asesoría Jurídica, Valoración de Intangi-

“Ámbitos como internet y las redes sociales son una fuente de conflictos constantes para la propiedad intelectual”

bles, Transferencia de Tecnología y Patent Box, Vigilancia Tecnológica, Antipiratería, Propiedad Intelectual y Formación *in house* en todas estas materias.

¿En cuáles de ellas demuestran un mayor expertise?

Las disciplinas que conforman el “corazón” de nuestra firma son las derivadas de la Propiedad Industrial y estamos entre las tres primeras compañías en solicitudes de patentes y marcas en España, con importantes reconocimientos internacionales. Pero si algo nos caracteriza es la innovación. Fuimos el primer despacho de Propiedad Industrial en acreditarnos como agentes registradores en el dominio “.es”, ayudamos a redactar el contrato de agente registrador, y desarrollamos los primeros servicios conjuntos de marcas y TMCH (la base de datos mundial que evita “apropiarse” de una marca utili-

zando uno de los nuevos dominios disponibles).

¿Qué diferentes servicios ofrecen a sus clientes?

Contamos con una amplia variedad de servicios para satisfacer necesidades globales y complejas. Cada asunto supone actuaciones previas, trámites de registro y actos posteriores, entre los cuales están los judiciales (defensa ante vulneraciones, nulidad y caducidad), incluidos arbitrajes y mediaciones, tanto en España como en el extranjero. Cada campo genera dos tipos de servicios: los generales (derechos protegidos) y los específicos (para un sector determinado o un grupo de clientes con un mismo problema).

¿De qué se ocupa el área de Derecho Digital?

El Derecho Digital impregna todos los órdenes de la vida, y hemos vivido en directo su nacimiento y crecimiento. Tratamos con dos aspectos clave: la consultoría en protección de datos y la ciberseguridad para la que han de trabajar coordinados expertos en informática, abogados... Además, desarrollamos métodos de protección basados en tecnologías como blockchain e investigamos constantemente para detectar nuevas oportunidades.

¿Qué importancia tiene contar con un área específica en digital?

Ámbitos como internet y las redes sociales son una fuente de conflictos constantes para la propiedad intelectual: es fácil obtener un nombre de dominio idéntico a una marca registrada y hay graves problemas de piratería. Por eso es importante contar con un asesoramiento jurídico especializado capaz de entender realidades complejas e interconectadas.

Parte del equipo de la firma está compuesto por jóvenes talentos, ¿cómo logran atraer este capital humano?

Nuestros profesionales del área Digital tienen una media de 26 años, con una preparación insuperable y grandes capacidades y experiencia. Y viven “en digital”, lo que unido a su gran iniciativa, les ha permitido, por ejemplo, desarrollar un producto específico para las Escape Rooms, un nuevo concepto de ocio que está en auge.

Para retener este talento, es vital ofrecer formación continua y un entorno atractivo a quienes buscan no sólo posiciones interesantes, sino también reconocimiento, crecimiento y carrera profesional.

¿Cómo consiguen salvaguardar e impulsar las marcas en la era de la digitalización?

Entre nuestros clientes hay marcas globales sometidas a gran escrutinio público. Nuestra metodología ha ido adaptándose a ese entorno de amenazas y oportunidades constantes y nuestro asesoramiento se aleja muchas veces del puro Derecho. Ayudamos con la estrategia de marca, la planificación del I+D+i, etc. Hay que pensar en todo (marcas anteriores, significado en distintos países, prohibiciones), y eso sólo puede hacerse si se cuenta con un departamento acostumbrado a comprobar

“Estamos trabajando en reducir la publicidad de productos falsificados en internet y redes sociales”

cada detalle y con una red en el extranjero.

Actualmente están presentes en distintos puntos del mundo, ¿esperan seguir creciendo fuera de nuestras fronteras?

Sin perder la vista el negocio nacional, sí queremos más presencia internacional para dar un mejor servicio a nuestros clientes. La globalización ha sido un proceso sin el que ahora nos sería inconcebible estar en el lugar en el que estamos y queda mucho mundo por explorar.

¿Qué planes tiene Herrero & Asociados para los próximos años?

Los retos que nos plantean el presente y el futuro inmediato nos han mostrado la conveniencia de dejar paso a una nueva generación de directivos y profesionales con su propia visión para seguir dando lo mejor. La velocidad a la que surgen nuevos desafíos obliga a adaptarse rápidamente. Estamos trabajando, por ejemplo, en reducir la publicidad de productos falsificados en internet y redes sociales, y en crear nuevas herramientas para facilitar el seguimiento de nuestro trabajo a los clientes, que son quienes están en el foco de todos nuestros esfuerzos.

HERRERO & ASOCIADOS

www.herreroymasociados.com



Equipo de Derecho Digital de la firma, capitaneados por su responsable, María Divi