

EXCELENCIA EMPRESARIAL



Entrevista JOSÉ ANÍBAL DE VERA ADMINISTRADOR DE HIJOS DE VERA MONTELONGO

La calidad y tradición del queso LacTindaya

Desde 1996, la empresa Hijos de Vera Montelongo elabora queso con leche cruda de cabra, tradicional de Fuerteventura, que comercializa en el mercado regional con la marca LacTindaya

¿Cómo se inicia su trayectoria en la elaboración de quesos?

A partir de la iniciativa de nuestros padres, Antonio De Vera Montelongo y Ana, de fundar una mini-quesería familiar, con sus seis hijos. Tras sus fallecimientos, seguimos trabajando y apostando por su consolidación y desarrollo, manteniendo la tradición en su elaboración, para obtener un queso de primera calidad, nuestros “Quesos Tindaya”, como coloquialmente se conocen.

¿Qué características definen al queso LacTindaya?

El queso LacTindaya es un queso de Fuerteventura elaborado según el método tradicional, con leche cruda de cabra autóctona. Trabajamos producción limitada, porque solo así podemos conseguir el queso con la calidad que queremos y merecen nuestros clientes. Actualmente transformamos del orden de 1.200.000 litros de leche de cabra

anuales, con los que elaboramos nuestros quesos frescos, semicurados y curados, untados con aceite de oliva y con pimentón.

¿Cómo lo comercializan?

Directamente en nuestra Quesería, en Tindaya, nuestro pueblo natal, en el municipio de La Oliva. En nuestra tienda Montelongo Gourmet, ubicada en Puerto del Rosario, inaugurada en 2004, a raíz de la demanda de nuestros clientes. Además de ofrecer nuestros quesos, contamos con una selección de productos locales, así como de otras procedencias. Nos interesa estar cada vez más cerca del consumidor.

Nuestros quesos se comercializan envasados y sin envasar, según demanda, atendiendo a la necesidad del cliente, para su consumo en casa o si lo necesita para regalar o viajar. Recomendamos siempre la forma de conservación para poder disfrutar de sus propiedades organolépticas.



La calidad es la prioridad en LacTindaya...

Sí, en “Hijos de Vera Montelongo” mantenemos la misma idea de calidad de nuestros padres y abuelos, conservando los sabores de antaño y su fuerte personalidad, ricos y complejos en olor, aroma, sabor, con potentes y singulares matices. Con las garantías sanitarias que exige la normativa europea actualmente.

Nuestro trabajo fue reconocido en 2002, cuando fuimos nominados al “Premio Mejores Empresarios Jóvenes de Canarias”.

¿Recuperar y mantener la tradición es otra de las claves de su negocio?

Totalmente, por eso producimos utilizando la tecnología imprescindible para garantizar las máximas condiciones de higiene y seguridad alimentaria en la producción del queso “Tindaya”. En el resto del proceso seguimos de manera artesanal.

Por otra parte, destacar que en el año 2010 participamos con el Instituto Canario de Investigaciones Agrarias (ICIA), en un proyecto de I+D que tenía como objetivo la recuperación de los cuajos naturales

del cabrito (baifo), destinados a la elaboración de quesos tradicionales de Fuerteventura. El resultado, publicado como Caso de Éxito por la red CIDE del Gobierno de Canarias, demostró que es viable. A pesar de ello, no se utiliza en la producción del queso tradicional por falta de apoyo y compromiso por parte de las Administraciones.

Seguiremos apostando por el “sabor a tradición” y orgullosos de que nuestros “Quesos Tindaya” se saboreen en la isla y viajen por el mundo.

Tel. 928 530 188

Entrevista JUAN JOSÉ SIGUERO DIRECTOR DE MARKETING DEL SUR DE EUROPA

“7 de cada 10 wraps que se comen en el mundo salen de nuestras plantas de producción”

Mission Foods, filial de GRUMA, empresa mexicana líder en la producción de harina de maíz y tortillas de trigo y maíz, está presente en España desde 2014 y comercializa un portfolio muy amplio de marcas entre las que destacan las marcas Mission y Mexico Foods.

Mission Foods se ha convertido en la marca líder de las famosas tortillas mexicanas. ¿Cómo han conseguido llegar tan alto y estar presentes en todo el mundo?

La marca Mission lleva desde 1959 fabricando y comercializando tortillas y especializándose en el pan plano tanto en México como en EE.UU., Australia, Inglaterra, etc. Se calcula que actualmente 7 de cada 10 wraps que se comen en el mundo

han sido fabricados en alguna de nuestras plantas. Todo esto nos ha dado una experiencia única en la elaboración de este tipo de alimento.

La innovación es parte importante para esta compañía. ¿En qué apartados queda reflejada, en el desarrollo de nuevos productos, en el proceso de fabricación...?

La innovación forma parte de nuestro ADN desde que encontramos el método industrializable para elaborar las tortillas. Hoy día desarrollamos nuevos procesos y productos siempre muy atentos a las necesidades del consumidor que ya no es solo el mexicano. Aho-



ra hemos eliminado el aceite de palma de nuestros productos y acabamos de lanzar la primera tortilla con Chia y Quinoa del mercado.

¿España es un mercado importante para la marca? ¿Qué índice de penetración tienen?

España es un área muy interesante para nosotros, los hábitos de consumo tanto de panes planos como de comida mexicana crecen a buen ritmo y se están sofisticando igual que pasa en otras categorías de consumo.

Nuestra cuota en valor en alimentación, según la consultora Nielsen, es del 23% en la parte de panes planos; en Tex-Mex supera el 15% en Hipermercados, donde estamos totalmente presentes, lo que demuestra que el público valora mucho nuestros productos.

¿Qué canales de distribución han elegido para llegar a los consumidores finales?

Estamos presentes en todos los canales de venta, somos muy fuertes en los especialistas de comida rápida y restauración donde proveemos las tortillas y los nachos a casi todas las franquicias que ofrecen menús Tex-Mex o Wraps.

También trabajamos las colectividades como hospitales y colegios. Desde nuestras plantas en España servimos al sur de Europa y Norte de África.

¿Cuáles son los objetivos propuestos de la marca en nuestro país a corto y medio plazo?

La compañía va a continuar invirtiendo fuertemente en la ampliación de capacidad y construcción de nuestras marcas.

La marca Mission tiene el objetivo de educar en el consumo de wraps como una alternativa más saludable, fácil y divertida de usar que otros panes más clásicos.

En la parte de la comida mexicana el mercado está preparado para evolucionar del Tex-Mex a recetas auténticas mexicanas por lo que trabajamos en desarrollar el consumo en el hogar y el de la calle con nuestro foodtruck que acude a los eventos más conocidos para ofrecer recetas basadas en nuestro conocimiento del auténtico México.

www.missionwraps.eu
www.mexifoods.com



Entrevista JUAN VICENTE GARCÍA JORDÁN PROPIETARIO

“El año climatológico ha sido bueno. De esta añada saldrán algunos vinos para recordar”

En 2013, la unión de Bodegas Hacienda del Carche y Bodegas Casa de la Ermita, base del Grupo Esencia Wines Cellars, dio lugar a un nuevo concepto bodeguero de alta capacidad técnica en la D.O.P. Jumilla. Fue gracias a la pasión de Juan Vicente García Jordán, cuarta generación dedicada al vino y propietario de la bodega. Él es quién nos cuenta más sobre el proyecto.

Una frase me llamó la atención en su web: “La vid es un combate entre la materia, los elementos, la biología y la mano obrante que hace despertar los sentidos”

Las características microclimáticas de la zona, de suelos pedregosos, la especificidad de un clima mediterráneo en un territorio marcadamente continental... todos esos aspectos conforman un espacio ecológico reservado a las variedades de uva más resistentes, como la predominante Monastrell, y al viticultor más entregado. Esto liga la subsistencia de ambos a la capacidad de este último para gestionar largos periodos de sequía, valorar la carga de fruto que corresponderá a cada planta y, finalmente, convertir en estímulos sensoriales lo que la viña otorga al bodeguero.

Pero no todos tienen un campo de batalla como el vuestro...

Cierto. Nos encontramos en un bello paraje del Parque Regional de la Sierra del Carche (Murcia). El suelo calizo y un clima extremo, de pobres precipitaciones, hacen de nuestros viñedos el lugar idóneo para el desarrollo de la variedad Monastrell. Su fruto es de gran concentración, especialmente aquel que procede de los viñedos más viejos que tenemos. Algunos de ellos superan los 70 años.

Y junto a las uvas, olivos.

En el Mediterráneo, la vinculación entre el viñado y el olivar ha sido una constante. En la finca se cultivan 9 hectáreas de olivo de las variedades picual y arbequina. Ambas formarán parte del aceite de oliva virgen extra Hacienda



del Carche, que recibirá la intensidad de la picual y la sutileza de la arbequina.

Ahora que se ha terminado la vendimia, ¿qué esperáis de la cosecha de este año?

El año climatológico ha sido bueno y un poco más generoso en precipitaciones que habitualmente, que de media son de unos 275 mm. El verano ha sido suave, lo que ha propiciado que el ciclo vegetativo de la vid se alargue. De esta añada, saldrán algunos vinos de larga vida y para recordar.

¿Y de Jumilla hasta dónde?

Esencia Wines Cellars exporta a las principales potencias económicas del planeta. Algunos de nuestros mercados de referencia son Estados Unidos, China y Alemania. Contamos con un equipo comercial que trabaja desde el corazón del mercado norteamericano, y con una empresa de distribución propia en el distrito financiero de Shanghai, Esencia Wines China.

Cinco vinos y un cava, ¿cuándo tengo que sacar cada uno?

El Cava Hacienda del Carche es ideal para acompañar aperitivos, refrescarnos y preparar la boca para los próximos vinos. Taus Blanco Sauvignon Blanc es un vino muy vivo, aromático, que seduce en los primeros momentos de la comida. Infiltrado, envasado en una botella tan peculiar que sirve de decantador de este vino, se caracteriza por sus aromas florales y afrutados. Como su nombre indica, no está filtrado, y es lo más similar a tomar el vino directamente en la bodega.

Casa de la Ermita Crianza reúne la quintaesencia de la combinación de la fruta y una crianza equilibrada, que maridará a la perfección con platos y quesos de consistencia media, dejando el tinto Petit Verdot para armonizar con platos más sabrosos y contundentes de carne roja.

Como colofón, Escarche, acompañando al postre. Se trata de un vino de hielo que se elabora dejando uvas Monastrell para que sobremaduren en el viñado antes de ser recogidas y congeladas durante 4 o 5 días a -7°C. Todo ello para extraer un néctar muy concentrado en azúcares y en aromas, que se fer-



menta parcialmente para dar origen a este vino tan singular.

Y si no me decido qué vino escoger, siempre puedo venir a visitar la bodega y hacer una cata...

La experiencia enoturística del Valle del Carche ofrece todas las posibilidades de ocio, cultura, gastronomía y deporte asociadas al vino. Si te decidieras a visitarnos, te plantearía la siguiente experiencia: para empezar, podrías alojarte en La Casa del Labrador, una nave de aperos, de muros de doscientos años, reformada para dotarla de todas las comodidades que a día de hoy disfrutamos. Dada su ubicación junto a la Sierra y entre viñedos, se decidió construirla para que fuera autosuficiente. Una vez alojado, nada mejor que un paseo entre los viñedos, en bicicleta, para los más deportistas, o en quad, para quienes no estén tan habituados a dar pedales. Podrías recuperar fuerzas visitando el Restaurante Cien, donde en hornacha de leña alimentada por sarmientos (las ramas de la vid que se cortan en invierno), podrás disfrutar de un arroz al sarmiento, fina leña que ensalza sabores y sensaciones de los pro-

ductos locales. Por la tarde, y como colofón, te aconsejaría no perderte el excepcional Museo del Vino Hacienda del Carche – Casa de la Ermita. El Museo alberga la colección de objetos, herramientas y maquinaria vitivinícola más importante del Levante español. Este conjunto de piezas se ha contextualizado, es decir, los aperos de labranza se encuentran en la propia viña recreada en el interior, las herramientas de bodega conforman una verdadera bodega, las piezas de laboratorio podrás verlas como se dispondrían si estuvieran en uso... También cabe la posibilidad de que disfrutes la visita a nuestra cervecería artesanal Yakka, donde, además de catas y tapeo, podrás conocer, paso a paso, cómo se elabora la buena cerveza de principio a fin.

Pero en este entorno privilegiado también hay espacio para reuniones, cursos, eventos...

El equipo enoturístico de la bodega atesora una experiencia de más de quince años en la gestión de eventos, y ponemos a disposición de quien lo desee las instalaciones para realizar cualquier evento.



HACIENDA DEL CARCHÉ
BODEGAS

Casa de la Ermita
PERSONALIDAD Y TRÁNDENDOS ÚNICOS

GRUPO ESENCIA WINES CELLARS

www.haciendadelcarche.com - www.casadelasermita.com

Entrevista JORGE, JOSÉ Y JAVIER CUBELES SOCIOS-FUNDADORES DE ARAGONESA DE MATEADOS

“Nuestras decoraciones aportan valor añadido a las botellas de vidrio”

Con una larga experiencia iniciada en el año 1997, Aragonesa de Mateados es hoy la principal empresa en su área de especialización: el de la decoración de botellas de vidrio.

¿Qué tipo de acabados pueden dar a las botellas de vidrio?

Actualmente, Aragonesa de Mateados puede dar a las botellas el acabado que se desee, atendiendo a las últimas tendencias y novedades en el sector. Iniciamos nuestra trayectoria en 1997 centrados en el mateado, uno de los acabados más duraderos y econó-

micos que se puede proporcionar a una botella de vidrio y que se caracteriza por ser inalterable a los cambios de temperatura, humedades y otros factores externos, ya que se realiza en el mismo vidrio y no se trata de ninguna capa de recubrimiento.

Hoy, además de mateado, hacemos pintado (todo tipo de coloraciones con acabados en brillo, mate, metalizado, difuminado, degradado...), y serigrafiado, que permite decorar el vidrio de manera distinta y con una estética muy elegante.

Aragonesa de Mateados es la empresa de referencia en su sector...

Sí. Llevamos muchos años, dos décadas, especializados en el acabado de botellas para primeras marcas. Con nuestro esfuerzo, hemos conseguido consolidarnos como la empresa de referencia de este sector en la Península Ibérica, con

capacidad para elaborar el acabado aproximadamente de 50 millones de botellas anuales y disponiendo de un amplio mercado nacional e internacional, trabajando para las fábricas de vidrio más importantes en Europa y los principales embotelladores.

¿Diría que sus acabados aportan valor añadido al producto final?

Totalmente. Conseguimos que el vidrio de las botellas sea diferente, más atractivo, con lo que contribuimos a que el consumidor final elija el producto porque la

botella le gusta más: le entra más por la vista que un envase sencillo. Además nuestras decoraciones aportan más categoría al producto final.

¿Cómo trabajan de cara al futuro para seguir ofreciendo nuevas propuestas al cliente?

Estamos ampliando el número de técnicas que realizamos, nuestras capacidades y la automatización, por lo que estamos convencidos de que el futuro de Aragonesa de Mateados es prometedor. Además, nos diferenciamos en que hemos diseñado y construido nuestras propias herramientas. Trabajamos con maquinaria propia, realizando procesos 100% automatizados, lo que repercute en una mayor calidad y en unos procesos de fabricación más económicos, además de generar prácticamente una contaminación 0.



aragonesa
de
mateados

www.aragonesademateados.com

Entrevista ROBERTO SUÁREZ GERENTE DE MADERAS ÁNGEL SUÁREZ

“Ofrecemos calidad, servicio y trabajamos con maderas en su mayoría de origen sostenible”

Maderas Ángel Suárez es una empresa especializada en el aserrado y la segunda transformación de la madera. Para conocer con más detalle cuál es la historia y la actividad de la compañía, hablamos con su gerente, Roberto Suárez.

¿Cuándo inicia su andadura la empresa?

La actividad como aserradero se puso en marcha en 1972, aunque lo hizo a partir de la experiencia de tres generaciones de la familia en el mundo de la madera.

¿Cuál es la estructura de Maderas Ángel Suárez?

Hoy en día contamos con 5.500 metros cuadrados de instalaciones cubiertas emplazadas en una parcela de 32.000 m² situada en Mestas de Con, en el municipio asturiano de Cangas de Onís. Desde aquí cubrimos las necesidades tanto del mercado nacional como de la exportación. En este momento, alrededor del 20% de nuestra producción se destina a los mercados exteriores, especialmente a Portugal y Francia.

¿Qué tipo de maderas trabajan?

Nuestras materias primas principales son las maderas frondosas europeas (castaño y roble, fundamentalmente), las resinosas (pino norte, Douglas) así como las variedades tropicales. Dentro

de estas destacan las africanas (iroko y elondo) y las brasileñas (ipé, itauba), por citar algunos ejemplos. En todos los casos trabajamos mayoritariamente con maderas de origen sostenible que cuenten con sellos como el certificado PEFC (Programa de reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal) y el FSC (Consejo de Administración Forestal).

¿Cuál es la oferta de productos de la empresa?

Tenemos dos líneas principales. La primera es el aserrado para la fabricación de tablas, vigas, tablonos y otros elementos de madera estructural. La segunda línea se centra en la segunda transformación de la madera, que se traduce en productos acabados como las tarimas (para exterior, interior o flotantes). Además, prestamos servicios de secado, cepillado y tratamientos en autoclave de la madera.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

En nuestra zona más próxima de acción nos dirigimos a pequeños clientes (carpinterías, constructores, incluso clientes finalistas) a los que ofrecemos un servicio de forma directa desde nuestras instalaciones. Cuando se trata de clientes que se encuentran a una mayor distancia, el coste del transporte de la madera hace que trabajemos con almacenes locales con mayor poder de compra.

¿Qué diferencia a la empresa de sus competidores?

Creo que hay varios elementos que nos definen. El primero de



ellos es la experiencia de nuestra familia en el mundo de la madera. El segundo, que somos una empresa pequeña pero tecnológicamente muy bien dotada y que se adapta siempre a las necesidades de sus clientes.

Si hablamos de futuro...

Creo que tenemos camino por recorrer todavía. Tanto mi hermano Álvaro como yo somos aún jóvenes y tenemos el empuje necesario para seguir aportando valor añadido al trabajo de Maderas Ángel Suárez.



www.maderasangelsuarez.es

Entrevista ALEJANDRO BAYO RESPONSABLE DE PIZARRAS DEL CARMEN

“Pizarras del Carmen exporta pizarra natural a más de 15 países en todo el mundo”

Pizarras del Carmen es una empresa con una larga tradición en la extracción, fabricación, comercialización y exportación de pizarra. Para conocerla con más detalle, hablamos con su gerente, Alejandro Bayo.

¿Cuáles fueron los orígenes de Pizarras del Carmen?

Nuestra empresa se origina en los años 80 a partir de una pequeña explotación de ámbito familiar. Pocos años después se construye la primera nave, ya que hasta entonces se trabajaba a pie de cantera (bajo tendejones), ampliando la plantilla y el volumen de producción.

A partir de este momento se produce un crecimiento continuado, con nuevas instalaciones y equipos. Se profesionalizan los equipos de trabajo y se hace un gran esfuerzo en I+D+i, implantándonos en el mercado mundial con marca propia.

¿Cuál es la estructura de la empresa?

Actualmente disponemos de dos canteras activas que abastecen a 8 naves propias. En conjunto, Pizarras del Carmen cuenta con un equipo humano formado por 220 trabajadores.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

El 95% de nuestra producción se destina a la exportación, donde se canaliza a través de distribuidores o también por medio de constructoras e instaladores. Hoy en día, nuestro producto está presente en más de 15 países de todo el mundo.

¿Algún mercado más importante que otro?

Actualmente estamos produciendo alrededor de 25.000 toneladas anuales de pizarra. El principal destino de esos productos es Francia, que es el mayor consumidor mundial. Además, también exportamos al Reino Unido, Estados Unidos,

Australia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Holanda, la República Checa, Rusia y los países bálticos.

¿Qué diferencia a Pizarras del Carmen de sus competidores?

NUESTRA CALIDAD: la excelente calidad que nos ofrece el yacimiento y el extremo cuidado que ponemos en todos los detalles en todas las fases y procesos de producción, desde la extracción a la transformación y la comercialización. Desde nuestros inicios contamos con las certificaciones internacionales de producto (NF, ATG, DIN, BS, ASTM), también desde 2005 el marcado CE (obligatorio desde 2006) y desde 2017 la empresa tiene las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 (por AENOR), cuyo alcance incluye la totalidad del proceso.

¿En qué sentido?

El yacimiento está formado por niveles geológicos que reúnen unas



condiciones únicas que confieren al material las características ideales para conseguir una pizarra de la calidad más alta. Es un material inerte, que no se oxida ni se altera y que ofrece un color y una textura muy apreciados por el mercado, lo que nos ha ayudado a potenciar nuestra marca y a situar la pizarra como un elemento perfecto para su uso como pizarra de techar, fachadas e incluso en suelos.

¿Qué ventajas ofrece la pizarra frente a otros materiales?

En primer lugar, su versatilidad, que hace que pueda ser empleado en cubiertas, fachadas, solados e incluso, gracias a su estética, también en decoración, jardinería y menaje. Además, se trata de un producto aislante, impermeable con una textura única. En cuanto a colores, nuestro yacimiento nos ofrece un

La pizarra es un material estético, aislante y de gran durabilidad

color azul-negro y otro grisáceo muy apreciados.

¿Necesita algún tipo de mantenimiento?

Ninguno, y eso es otro aspecto muy interesante: su durabilidad. Hay tejados de pizarra instalados desde hace 200 años que no han necesitado ningún tipo de intervención ya que es un material inerte, esta característica implica que el material expuesto a los agentes atmosféricos y ambientales no se altera, e incluso en atmósferas contaminadas permanece inerte. Por eso no requiere tratamientos de ningún tipo, como muestran los ensayos de laboratorio.

¿Se puede innovar en un mercado como este?

Se puede y se debe innovar. En nuestro caso, el trabajo de I+D+i abarca todos los procesos de la empresa, desde la extracción hasta la fabricación y la transformación. Nos hemos dotado de la maquinaria más avanzada para la extracción, el transporte y el labrado, y hemos innovado también en áreas como el embalado, el bienestar de los trabajadores e incluso en la comercialización, en este caso mediante la búsqueda de nuevas formas de instalación que tengan en cuenta la estética y la funcionalidad a partes iguales.

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

Sin duda. Tenemos clientes que trabajan con nosotros desde hace más de 25 años, tanto en España como en otros países. Un buen ejemplo de ellos es nuestro distribuidor en Francia, con el que acabamos de celebrar el cuarto de siglo de colaboración.

¿Puede citar algunos proyectos emblemáticos en los que se hayan usado los productos de Pizarras del Carmen?

En estos años han sido muchos y de muy diversa índole. Uno de los más reconocidos es el edificio del Ministerio de Defensa Británico, en Londres.

¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

El objetivo de la compañía es seguir creciendo y hacerlo con nuestros valores de siempre: la calidad del producto y el elevado nivel de servicio a nuestros clientes. No queremos perder nuestro carácter familiar, pero al mismo tiempo hemos apostado por la profesionalidad para poder evolucionar y llegar a otros países con tradición pizarrera. Países en los que hacer que nuestra marca se abra paso como ha hecho en los mercados en los que ya estamos presentes.

Pizarras del Carmen exporta el 95% de su producción a 15 países de todo el mundo

Pizarras del Carmen produce alrededor de 25.000 toneladas de pizarra al año

Nuestro yacimiento ofrece un producto de máxima calidad



pizarras del carmen

www.pizarrasdelcarmen.com

Entrevista **ROBERT CASTANYÉ** DIRECTOR GENERAL DE CASTAÑÉ GROUP
JOAN SANMARTÍN DIRECTOR GENERAL DE OPP GROUP

“El transporte de mercancías es uno de los mayores causantes de diseminación de enfermedades”

Aunque no solamos deparar en ello, virus, bacterias, parásitos e insectos viajan a través del mundo cómodamente en los containers y remolques de los camiones que transportan mercancías y animales. Drysist®, desarrollado por Castañé Group y OPP Group, es un sistema de desinfección por calor que lo evita, reduciendo la diseminación de vectores y enfermedades sin perjudicar al medio ambiente.

¿Qué inquietud les lleva a desarrollar Drysist®?

Nosotros venimos del mundo ganadero, donde la bioseguridad es clave. Uno de los factores que más influye en la diseminación de enfermedades entre explotaciones es el transporte. Es fácil imaginar que un camión que ha cargado animales en una

granja, si no se desinfecta correctamente, tiene muchas posibilidades de contaminar a las granjas que visite posteriormente. Por este motivo, buscamos un sistema que nos permitiera tener la seguridad de que el camión solamente transportará animales y no patologías.

Sin embargo, después de poner-

lo en funcionamiento en el sector ganadero, descubrimos que esta problemática también causaba graves pérdidas económicas en otros tipos de mercancías por los peligros propios de la actividad. Por ejemplo, en puertos, con la entrada de contenedores llenos de maderas tropicales o de otros materiales susceptibles de esconder larvas de insectos (mosquito transmisor del Zika, malaria, Ébola y especies foráneas invasoras, etc.). También la distribución de alimentos (carne, verduras, lácteos...) puede ser susceptible de contaminación sanitaria si no se limpian y desinfectan correctamente los contenedores. Por todo esto, Drysist®, resultado de un proyecto de I+D+i financiado por el CDTI, es una solución con un amplio abanico de aplicaciones en el, cada vez más globalizado, mundo del transporte de mercancías. Drysist® es una patente internacional desarrollada conjuntamente por CASTAÑÉ GROUP, empresa líder en diseño de carrocerías para transporte de ganado, y OPPGROUP, em-



“El sistema de desinfección por calor Drysist® elimina los patógenos sin necesidad de utilizar químicos contaminantes”

presa multidisciplinar y líder en sanidad animal, nutrición, bioseguridad, bienestar animal y tecnología aplicada para producir proteína de origen animal con las máximas garantías de seguridad y calidad alimentaria.

¿En qué consiste este sistema de desinfección?

El sistema Drysist® consiste en desinfectar por calor los elementos de contención en el transporte de mercancías, certificando térmicamente por un sistema informático inviolable que la estructura ha alcanzado los 72°C durante 30 minutos. De

esta manera, y en base a estudios realizados en centros oficiales, los virus, bacterias, parásitos y larvas de insectos se eliminan como ocurre en la pasteurización de los alimentos que consumimos a diario. Al final de todo el proceso, Drysist® emite un certificado electrónico con registros numéricos que acredita que la desinfección se ha realizado en su totalidad, quedando bloqueado el camión o container hasta su apertura en destino.

¿Qué ventajas introduce al respecto de otras soluciones?

Los sistemas de desinfección

química de camiones que se emplean actualmente presentan numerosos inconvenientes. Entre ellos, está el uso de desinfectantes y sus consecuencias medioambientales, además del peligro que representa para el operario que los manipula. Por otra parte, se ha de tener en cuenta que la dilución que se use de los desinfectantes y su inactivación en presencia de materia orgánica también los convierte en un sistema con una efectividad de difícil evaluación. Colateralmente, la acumulación de biocidas sobre el camión puede dejar restos químicos perniciosos (seguridad alimentaria, bienestar animal, etc.), así como también debemos ser conscientes que la eliminación de los restos de estos líquidos desinfectantes y fumigantes está controlada por una estricta normativa europea.

Por todo esto, Drysist®, con su sistema de desinfección por calor parecido a la pasteurización, es respetuoso con el medio ambiente y garantiza la inocuidad del transporte.

DRY SIST®
CASTAÑÉ® **OPPgroup**

<http://drysist.com>



SU EMPRESA EN PRENSA NACIONAL

GuíadePrensa.com

Especialistas en gestión de monográficos en prensa.

Campañas publicitarias personalizadas

Entrevista MARTA SERRA BOTET CEO DE FINCAS LAYES

“Fincas Layes renueva su imagen y se acerca aún más a sus clientes”



Fincas Layes lleva desde 1963 dando servicio en la ciudad de Barcelona como empresa especializada en la administración de fincas. Hoy el despacho está en manos de una nueva generación de profesionales, dirigidos por Marta Serra, quienes han sabido combinar los importantes valores de los fundadores de la compañía, los hermanos Francisco y Carlos Folch, con el entusiasmo y las ganas de hacer cosas nuevas.

¿Cuáles son los valores fundacionales de Fincas Layes que permanecen en el ADN de este despacho?

Los valores de LAYES que han permanecido desde sus inicios hasta hoy en día en nuestro estilo de

gestión son la confianza, sin ella la relación profesional con el cliente es imposible de mantener durante tantas décadas, y la honestidad en el trabajo diario, ofreciendo un servicio de calidad, imprescindible con

la gran competencia que existe en este sector.

¿El despacho sigue estando especializado en la administración de fincas o han ampliado sus servicios?

Nuestro despacho, con el paso del tiempo, se ha ido especializando en varias disciplinas que envuelven y mejoran la administración de fincas y, a la vez, hemos ido creciendo como inmobiliaria creando un equipo dedicado a la gestión patrimonial y a la venta y alquiler de inmuebles. Por tanto, sí que, desde sus inicios hasta hoy, hemos ampliado los servicios

para dar una cobertura integral y completa a nuestro cliente, ofreciendo no solo la administración, sino también venta y alquiler, asesoría jurídica laboral y civil y gestión de cualquier patrimonio inmobiliario.

Recientemente han inaugurado unas nuevas oficinas en el número 350 de la calle Balmes. ¿Podemos decir que Fincas Layes se está expandiendo?

Podríamos decir que sí, nuestra sede principal sigue en el ático de Balmes 357 pero, en la línea de ampliar, para nosotros era imprescindible acercar al público nuestros servicios y estilo de gestión, situándonos a pie de calle, a la par que mimar a nuestros clientes con unas oficinas más accesibles y vanguardistas. Así podemos competir más y mejor con el sector inmobiliario actual.

¿Qué volumen de inmuebles gestionan actualmente en la ciudad condal?

Gestionamos aproximadamente 500 fincas en propiedad horizontal y tenemos algo más de 700 propie-

tarios con fincas en vertical. El volumen total de entidades, es decir, de viviendas a nuestro cargo, llega a las 14.000 en la ciudad de Barcelona.

¿Cuáles son los nuevos retos para Marta Serra y para su joven equipo de profesionales?

Tenemos muchos proyectos pensados que se irán haciendo realidad... pero nuestro reto más importante se acaba de materializar con la apertura de nuestra nueva sede en Balmes 350, con un cambio de imagen corporativa que transmite la personalidad de LAYES y una nueva página web que agiliza la prestación de nuestros servicios. También nos estrenaremos en redes sociales, haciendo visibles nuestros proyectos e inmuebles de forma más directa. Más a medio plazo, estamos valorando abrir un nuevo córner en otras zonas de Barcelona o alrededores, ya que, desde 1963, siempre hemos estado en la Calle Balmes, siendo un importante referente en la zona, algo que nunca vamos a querer perder.

LAYES

IMMOBILIÀRIA
ADMINISTRACIÓ DE FINQUES

www.fincaslayes.com

Entrevista XAVIER JUAN FUNDADOR DE IDAUT SOLUTIONS

“Ayudamos a nuestros clientes con los desafíos que el mercado les plantea”

Idaut Solutions nace en 2013 de la mano de tres socios con amplia experiencia en soluciones de identificación automática y automatización industrial. Desde entonces no ha parado de invertir en I+D+i para poder aportar soluciones a las nuevas necesidades que plantea el mercado industrial y logístico.

¿Con qué idea de negocio crearon Idaut?

Somos una empresa joven en cuanto a creación de la sociedad, pero con más de 25 años de experiencia en el sector de las personas que la forman. Nuestra idea de negocio está basada en la atención personalizada y cercana para dar el mejor servicio al cliente. Nuestra estrategia es dar el mejor servicio para solventar las necesidades que los clientes puedan tener en nuestro ámbito de negocio.

Idaut Solutions está ubicada en Sabadell, en CEI Can Roqueta, y contamos con delegaciones en Bilbao y Madrid.

¿A través de qué soluciones? ¿De qué líneas de negocio?

Las líneas de negocio de Idaut Solutions son básicamente tres:

Identificación Automática, Automatización Industrial y una tercera complementaria de las dos anteriores, que se centra en el desarrollo de aplicaciones de software a medida,



ya sea con aplicaciones relacionadas con equipos Windows o Android, como aplicaciones más dedicadas a la automatización, donde interviene PLC, pantallas HMI, etc. Al final, lo que buscamos es poder ofrecer a nuestro cliente una solución llaves en mano.

En la línea de Identificación Automática, de la mano de primeras marcas como Zebra Technologies, damos soluciones de trazabilidad mediante la lectura e impresión de códigos de barras, 2D y RFID, para conseguir ejecutar los procesos de forma más rápida y exacta, proporcionando el control y

la información que necesita en tiempo real.

En la línea de Automatización Industrial, intervenimos de una forma más directa en la parte de producción de nuestros clientes. De la mano de Datalogic, damos soluciones de automatización de procesos basados en marcador por láser, visión artificial, lectura de códigos automática etc.

Disponemos de SAT para poder dar al cliente un servicio completo de instalación y puesta en marcha de los proyectos en los que trabajamos.

¿En qué se sectores se enmarcan sus clientes?

La mayoría de nuestros clientes pertenecen al sector industrial y logístico. Estamos muy focalizados en el sector automoción, donde estamos implantando soluciones encarradas al ahorro de tiempo de producción y la calidad del producto de nuestros clientes, para que puedan ahorrar en costes de logística inversa y ofrecer un plus en sus productos de cara a sus clientes.

¿Qué papel tiene el I+D+i en Idaut?

Desde nuestra creación, venimos invirtiendo en I+D+i de la mano de nuestros partners para dar soluciones a las nuevas necesidades de los sectores a los que nos orientamos y poder tener una solución antes de que nuestros clientes tengan una necesidad por solventar: intentamos ser proactivos en lugar de reactivos.

¿Qué hoja de ruta tienen a corto plazo?

Los objetivos que tenemos para estos siguientes años son seguir creciendo dentro del mercado español, donde creemos que habrá un crecimiento muy importante en todo lo relacionado con la Industria 4.0, donde nosotros podemos ayudar a nuestros clientes con los desafíos que el mercado les plantea.

“Estamos muy focalizados en el sector automoción”



www.idaut.es

Entrevista **COSME GARCÍA FALCÓN**

DIRECTOR GERENTE DE LA SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONÓMICA DEL CABILDO DE GRAN CANARIA (SPEGC)

Gran Canaria se consolida como una isla atractiva para negocios de tecnologías digitales y trabajadores remotos

La isla se promociona a través de la marca Best in Gran Canaria, promovida por entidades públicas y privadas representativas de Gran Canaria con el objetivo principal de atraer a empresas y profesionales y proporcionarles apoyo en su instalación.

¿Qué ventajas ofrece Gran Canaria para localizar los negocios?

Las ventajas para el establecimiento de negocios o de profesionales en Gran Canaria son varias: por un lado, una fiscalidad muy atractiva y competitiva en el contexto internacional, tanto en lo que se refiere a la tributación empresarial, como al consumo.

Por otro lado, la isla cuenta con una excelente conectividad aérea y marítima con los principales centros de negocio de España, Europa y África (el aeropuerto de Gran Canaria tiene conexiones directas con más de 100 destinos directos y el Puerto de La Luz, con 137 destinos europeos, americanos y africanos).

Además, la conectividad digital se sitúa al mismo nivel que las capitales españolas: las áreas urbanas cuentan con despliegue de fibra óptica hasta el hogar y el acceso a redes ultrarrápidas es factible en todas las áreas urbanas empresariales.

También es significativo el tamaño del mercado interno y el acceso al mercado regional: a la población de la isla, en torno a 850.000 personas, hay que añadirle los casi 4,5 millones de visitantes anuales.

Más oportunidades...

Otra ventaja es el acceso a talento local, ya que la isla tiene una de las tasas más altas de población joven de España. Más de 23.000 estudiantes cursan estudios universitarios y

18.000 atienden cursos de formación profesional en los distintos centros públicos y privados de Gran Canaria. Por otro lado, en diversos puntos de la isla existen polígonos y áreas empresariales aptos para actividades comerciales, industriales o logísticas. Asimismo, los distintos enclaves del Parque Tecnológico de Gran Canaria ofrecen un marco muy atractivo para start-ups, empresas innovadoras y trabajadores remotos.

El coste de la vida en Gran Canaria es también otro factor relevante: es menos de la mitad que en Londres y casi 20 puntos porcentuales inferior al de Madrid o Barcelona. Además, la isla es un destino internacionalmente conocido por su clima, alta calidad de vida y extensa oferta de ocio.

¿Y en términos fiscales?

El abanico de ventajas e incentivos fiscales es variado. La fiscalidad indirecta es sensiblemente más baja que la existente en el territorio peninsular. El Impuesto General Indirecto (IGIC), equivalente al IVA, tiene un tipo general del 7% frente a un 21% en la Península; los tipos impositivos que gravan los combustibles, el transporte, las bebidas alcohólicas son inferior-



res a los peninsulares y europeos.

Es significativo destacar la posibilidad de disfrutar de una baja tributación en el Impuesto sobre Sociedades o las ventajas de la Zona Especial Canaria, que ofrece un tipo reducido en el Impuesto de Sociedades del 4% para todo tipo de empresas productivas o de servicios que contribuyan a diversificar la economía de la isla.

Las deducciones para inversiones en I+D+i y producciones audiovisuales nacionales e internacionales son 20 puntos porcentuales superiores a las del territorio peninsular.

Gran Canaria dispone también de una Zona Franca de aranceles e impuestos para el almacenamiento,

transformación y manipulación de mercancías.

Igualmente, además de lo enunciado anteriormente, las inversiones empresariales y la contratación de personal en la Isla se pueden beneficiar de bonificaciones y ayudas financieras.

¿A qué sectores afectan estas ventajas para establecerse en Gran Canaria?

La industria audiovisual encuentra en Gran Canaria unas condiciones magníficas, tanto por lo atractivo de las deducciones fiscales como por las magníficas y variadas condiciones para la producción y desarrollo de rodajes.

El desarrollo software y todas las industrias de creación y animación digital también encuentran un fantástico entorno en la isla. Este sector dispone de una cantera de talento basada en los consolidados centros universitarios y de formación profesional que proveen anualmente al mercado con más de 500 profesionales. Asimismo, todas las empresas de servicios tecnológicos orientadas al turismo y el ocio tienen en Gran Canaria amplias oportunidades de mercado y de experimentación.

Además, se están impulsando programas ambiciosos para el desarrollo de actividades ligadas a la economía azul, en particular a la biotecnología marina, la acuicultura y las energías off-shore.

Por último, la estratégica localización y conectividad del Puerto de Las Palmas, por su cercanía a África, la desarrollada industria y servicios auxiliares navales, unido a la excelente calidad de servicios personales de Las Palmas de Gran Ca-

naría, constituyen un hub de referencia para atraer todo tipo de servicios relacionados con la industria y servicios off-shore. Asimismo, las actividades logísticas y comerciales disponen de singulares ventajas para ese mercado.

¿Cómo apoya la SPEGC a los emprendedores?

El Cabildo de Gran Canaria, a través de la SPEGC, la Cámara de Comercio de Gran Canaria y el Parque Tecnológico de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, disponen de una amplitud de recursos para apoyar a los emprendedores, tanto para actividades tradicionales, como para aquellas con modelos de negocio innovadores y tecnológicos. El apoyo que se les proporciona es integral y comprende todos los servicios de asesoramiento, formación, acceso a la financiación y oficinas e instalaciones en las distintas áreas del Parque Tecnológico de Gran Canaria. Además, se dispone de servicios especializados de apoyo a emprendedores y profesionales que vengan de fuera de la Isla.

“La isla ofrece una excelente combinación de baja fiscalidad, calidad de vida y un favorable entorno para los negocios y profesionales”



www.bestingrancanaria.com