

# Vuelta al Cole



# La Vuelta al Cole

## Un nuevo desafío para todos

La vuelta al cole de los niños siempre ha sido un dolor de cabeza para los padres. Primero el material escolar: libros, mochila, cuadernos... Y después volver a luchar con el día a día, los horarios, los desayunos rápidos, las carreras por la calle para llegar a tiempo antes que el timbre suene y las inacabables tardes cuadrando rutas para llegar a inglés, fútbol, música, claqué y el club de lectura del que este año nuestro/a hijo/a se ha encaprichado.

**A**un así, en cierto modo, siempre ha sido un descanso poder colocar a los más pequeños en la escuela. Por fin se acaban las vacaciones y todo vuelve a la normalidad. El oasis de esos días de playa, arena, sal y paellas en la costa se termina y nos despedimos hasta el año siguiente, prometiendo que, cuando nos reencontremos el próximo agosto, seremos otros, con menos quilos y más dinero, más maduros, con una coordinación envidiable entre la vida laboral y la personal, con un nuevo trabajo, sin fumar o con mil y una otras promesas en este fin de año emocional que representa la muerte de las vacaciones y el principio de la vida.

Pero este 2020 ha sido distinto. Las marcas del bañador se han convertido en marcas de mascarillas decoradas con flores, topes, bocas de tiburón o las austeras pero seguras mascarillas quirúrgicas. Y los que han hecho vacaciones, los que no se han quedado en paro o están en ERTE o confinados en casa, esos no se han despedido de la playa queriendo volver mejores el siguiente año, sino en poder volver como siempre o, incluso, conformándose simplemente en volver.

Los contagios por el coronavirus crecen, la curva se curva hacia el lado opuesto del deseado y los focos de infección se multiplican a diario. Los hospitales se preparan, volvemos a sentarnos frente a la radio a

escuchar ese macabro minuto y resultado de muertos e infectados e intentamos averiguar entre informaciones contradictorias si llegará antes una vacuna o un nuevo confinamiento.

Y en medio de esta nueva ola que empieza a coger forma allá por el horizonte y que amenaza con tsunami, los niños y niñas que llevan cerca de medio año en casa, deben volver a las aulas. Y sí, deben, porque la educación, además de ser un derecho, también es una necesidad. Una escuela no solo entretiene a nuestros hijos para que nosotros podamos trabajar. Una escuela pone los cimientos, eleva las paredes y construye los tejados. Una escuela crea los adultos y profesionales



del mañana. Unos profesionales que deberán sacarnos de una crisis más que anunciada y de la que solo saldremos con trabajo duro y eficaz.

Pero no deben volver a cualquier precio. La seguridad debe prevalecer y los niños y niñas han de ir a las aulas con las máximas medidas higiénicas para evitar contagios que los vuelvan a mandar a casa, no solo a los infectados, sino también a todos sus compañeros. Y un confinamiento obligado de los niños comportaría un confinamiento circunstancial para los padres que no podrían dejarlos solos en casa y tendrían que volver a hacer malabares con el sustento y la necesidad.

Y no olvidemos a los profesores. Igual que todos nosotros, ellos tampoco quieren ponerse en riesgos innecesarios. Verdad es que lo de enseñar a nuestro futuro es una labor vocacional, pero la vocación quedará minada por el miedo si

no les damos la confianza suficiente para poder hacer su trabajo como nos gustaría hacerlo a todos: en un entorno seguro (o lo más seguro posible) y con unas medidas claras y efectivas.

### LOS CRITERIOS COMUNES DE LAS MEDIDAS

Por todos estos motivos, el Gobierno central y los distintos Gobiernos Autonómicos están desarrollando planes para que esta vuelta al cole pueda ser lo más normal posible. Y todo ello con el objetivo principal que el regreso presencial a las aulas sea lo más permanente posible y extendido a todas las escuelas del Estado.

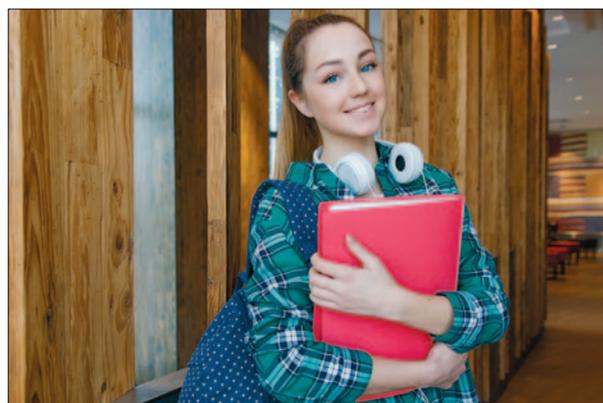
Más allá que el volver a las clases físicas y el mantenimiento o cambio de las medidas dependerá de la evolución de la situación epidemiológica, el Gobierno de España ha marcado una serie de directrices que las diferentes Comunidades Autónomas están adaptando según la situación de cada una de ellas y de las necesidades específicas de sus centros.

Pero todas las decisiones se rigen en torno a unos criterios que son comunes para todos los territorios: la creación y mantenimiento de grupos estables en las escuelas (especialmente en los cursos que comprenden Infantil y Primaria); la división de cada uno de los centros educativos en bloques o sectores; la adaptación de los distintos

espacios, ya sea para hacerlos más seguros y/o para poder ubicar en las aulas grupos más reducidos; tener presencia o referencia de la figura de un Delegado COVID que supervise y a quien poder consultar; y, por último, la definición de escenarios que se pueden producir para saber cómo actuar en cada uno de ellos, es decir, decidir si la educación puede seguir siendo presencial o debemos volver a hacerla telemática en caso que la pandemia avance.

A partir de estos preceptos básicos, el Gobierno de cada Comunidad Autónoma está elaborando sus propios planes. Algunos de ellos pasan por la contratación de más personal tanto docente como no docente, la posibilidad de hacer turnos de asistencia para no masificar grupos, la llegada a la escuela en distintas franjas horarias, la toma de temperatura a todos los alumnos y personal de la escuela, la mascarilla obligatoria o la mayor distancia social.

Sea como fuere, la vuelta al cole será una nueva aventura y no solo para los alumnos, pero con un desenlace incierto que solo el tiempo desvelará. Lo único que es seguro es que los abrazos, los besos y las masificaciones en los patios y en las puertas de las escuelas el primer día de colegio quedarán en el recuerdo y para un ansiado futuro que conseguiremos entre todos.



GRUPO  
HOROENTREVISTA **Dra Teresa Montesinos** Directora Médica de LeMon Dental

# “Ir al dentista tendría que ser sinónimo de normalidad y confianza”

Profesionalidad, experiencia, especialización y compromiso son los pilares que definen esta clínica que encontramos en Valdebebas, después que, hace dos años, se trasladasen desde el Paseo de la Castellana.

Un espacio que dirige la doctora M<sup>a</sup> Teresa Montesinos Hernando, licenciada en Medicina y Cirugía por la UAH de Madrid, MIR (Médico Interno Residente) en el Hospital de Cruces de Bilbao, Licenciada en Odontología por la UAX y Máster en Implantología y Periodoncia por la Universidad de León.

## ¿Cómo definirías LeMon Dental?

LeMon Dental es una clínica con un marcado carácter profesional, pero con un trato impecable y familiar con cada uno de sus pacientes, que combina la especialización del equipo médico y los avances tecnológicos.

Después de licenciarme en Medicina y desarrollar mi profesión como médico en Osakidetxa (Servicio de Salud Público Vasco), decidí reorientarme hacia la odontología, una especialidad que, por tradición familiar, siempre había despertado mi interés.

De toda esa trayectoria surge la idea de LeMon, un centro donde empatizamos con nuestros pacientes de una forma más cercana, recuperando así la confianza médico-paciente que actualmente tanto se ha perdido, y dando la máxima importancia a la primera visita: diagnosticar, planificar y explicar. Pero, ante todo, escuchar al pacien-

## “Los pilares fundamentales para intentar mantener una buena salud buco-dental infantil son la higiene y la alimentación”

te, sus expectativas, sus miedos y sus prioridades.

### Superespecialización y las últimas tecnologías. ¿Un binomio ganador?

Sin duda, sí. En nuestro sector, como en cualquier área de la salud, se requiere una especialización. Contamos con especialistas en Cirugía Oral e Implantología, Periodoncia y Cirugía Mucogingival, Odontopediatría, Ortodoncia, Estética y Endodoncia.

Pero también disponemos de las tecnologías más avanzadas en Radiodiagnóstico, Ortopantomografía y TAC para la correcta evaluación y planificación de cada caso.

Somos un referente en la zona en Ortodoncia Invisible

(INVISALIGN), con nuestra doctora Belén Giménez de Azcárate, pues hemos incorporado el Escáner Intraoral (iTERO) con el que se hacen las tomas de los registros de una forma más fiable, rápida y cómoda para el paciente, agilizando el comienzo y seguimiento del tratamiento.

### Hablemos un poco de odontopediatría...

Sí. Como he comentado, es una de nuestras especialidades. En LeMon Dental tenemos especialista en Odontopediatría, la doctora Sara Musa Herranz, para tratar a los niños con toda la seguridad que se necesita y la especialización que ellos requieren.



Nuestras instalaciones están preparadas para recibirles, desde una sala de espera donde se entretienen con videojuegos interactivos, hasta un gabinete que está diseñado para su comodidad, con un monitor en el techo donde eligen qué película o qué serie quieren seguir viendo mientras la Odontopediatra les atiende.

### Estamos a punto de empezar otra vez los colegios, ¿qué recomendaciones harías para mantener sanas las bocas de los niños y niñas?

Los dos pilares fundamentales para intentar mantener una buena salud buco-dental infantil son la higiene y la alimentación. El cepillado dental debería realizarse tres veces al día, sobre todo por la noche. Los niños deben hacerlo con frecuencia para que se logre instaurar el hábito. Y hasta que tengan suficiente destreza manual, los padres deberían supervisarles. Es importante que la pasta dentífrica contenga una adecuada cantidad de flúor y que su dosificación sea la correcta para cada niño.

En cuanto a la alimentación, ha de ser lo más equilibrada posible, intentando reducir la frecuencia del consumo de alimentos con gran contenido en azúcares: bollería industrial, zumos envasados, refrescos, etc.

### ¿Y para los padres?

La vuelta al colegio es un momento complicado y a ve-

ces estresante, tanto para padres como para niños. Mi recomendación para los padres es la planificación. Poder dedicar un poco de nuestro tiempo a organizar las comidas diarias y pensar en lo que los niños se llevarán al colegio como merienda será fundamental para equilibrar la ingesta. Dado que es muy complicado que se puedan cepillar los dientes en el colegio, debemos ser muy estrictos con el cepillado nocturno, que, además, es el más importante.

Por otro lado, poder planificar las visitas al Odontopediatra será fundamental para la detección de posibles alteraciones dentales y para establecer un protocolo de prevención adecuado a cada niño. La caries en dentición temporal, muchas veces no es visible por los padres salvo en fases avanzadas. Por ello, es importante un diagnóstico precoz y saber que, para mantener la salud en los dientes definitivos, es imprescindible conservar inicialmente la de los dientes de leche.

### ¿Debemos preparar a los niños de alguna forma para ir a la consulta?

Esta es una pregunta clave y la respuesta sería la naturalidad. Ir al dentista tendría que ser sinónimo de normalidad y confianza. Muchas veces, los niños tienen una idea preconcebida del dentista,

## “Para mantener la salud en los dientes definitivos, es imprescindible conservar la de los dientes de leche”

transmitida de manera involuntaria por su círculo más cercano, lo que implica acudir a la primera visita cargados de falsos mitos: miedo, dolor, castigo, etc. Por ello, nuestra recomendación es dejar hacer al especialista. Que el niño llegue lo más neutral posible a su primera visita con el Odontopediatra y nosotros nos encargaremos de interactuar con él, de hacerle partícipe de todo en cada una de las consultas y enseñarle que acudir al dentista puede ser una buena experiencia. Así convertiremos a todos esos niños en futuros adultos seguros y sin miedo al dentista.



**ENTREVISTA Raquel Monforte** Gerente de producto y servicios de SM Educamos

## “Además de facilitar el aprendizaje en remoto SM Educamos ha conseguido que alumnos y profesores se sintieran acompañados estos meses”

El ecosistema SM Educamos recoge todos los ámbitos principales de un centro educativo en un mismo entorno, lo que facilita el trabajo de todos los actores y genera un espacio digital que facilita la integración de toda la comunidad educativa, pone en marcha nuevos modelos de enseñanza-aprendizaje y genera un sistema de gestión para una toma de decisiones ágiles, basadas en datos.



Santiago Romero, director de clientes de SM España, dando una charla a directores de centros educativos meses antes de la pandemia.

**¿Cómo ha afectado la pandemia a la organización y al modelo de aprendizaje de la escuela?**

La pandemia ha afectado a todos los aspectos de la vida: formas de relacionarnos, de estar en contacto con familiares y amigos, de trabajar y, cómo no, en la relación profesor-alumno y centro-familias. Hemos puesto en marcha modelos para que la educación no se pare, y eso implica cambios en la metodología, no solo de presencial a distancia.

**El confinamiento llegó de un día para otro, ¿estaban los centros y los profesores preparados para un cambio tan radical en la forma de dar clase?**

Nadie estaba preparado para algo así, pero sí es cierto, que los centros educativos estaban ya en un camino de transformación digital empezado en mayor o



menor medida, lo que les ha permitido adecuarse rápidamente. Desde SM Educamos hemos acompañado a los centros a poner en marcha aulas virtuales, formas de comunicación, etc.

**Muchas familias han acusado una sobrecarga de responsabilidad y de falta de información sobre lo que tenían que hacer ¿qué se puede hacer para que no vuelva a ocurrir?**

Es fundamental siempre, y más en momentos de in-

certidumbre, que la información fluya entre todos los agentes educativos de forma adecuada. En un modelo a distancia como el que hemos tenido es fundamental que los alumnos sepan dónde tienen que acudir para acceder a sus materias, que los padres tengan información de lo que sucede y que los equipos directivos puedan gestionar al claustro en la distancia. Todo todo ello está articulado de forma sencilla dentro de SM Educamos.

**ENTREVISTA José Ignacio Jiménez** Director del Colegio Claret de Madrid

## “Las familias han sido las verdaderas responsables del éxito”

El director del Colegio Claret de Madrid, José Ignacio Jiménez, nos cuenta cómo ha sido el año más inusual de su historia y como han preparado el nuevo modelo de aprendizaje de cara al curso 20/21.

**¿Si tuviera que resumir en una palabra lo vivido en estos meses, cuál sería?**

¡Qué difícil elegir una palabra para todo lo que hemos vivido! Me quedo con reto. Reto de hacer llegar el colegio a las casas, de acompañar el sentimiento, de estar cerca de cada familia.

**Siempre se habla de la importancia de la unión de toda la comunidad educativa para conseguir un mejor aprendizaje. ¿Lo hubieran conseguido sin la implicación de las familias?**

Sin las familias hubiera sido imposible. Son ellas las verdaderas responsables del éxito, han compatibilizado su trabajo y lo que les hemos pedido desde los colegios, que no ha sido poco. Lo más importante ha sido la comunica-

ción constante con ellas. No hubiéramos podido hacerlo sin contar con un ecosistema como SM Educamos.

**¿Cómo ha cambiado la relación con los profesores? ¿Los claustros están más unidos? ¿O la distancia física les ha distanciado?**

Sin duda, más unidos. Han hecho un esfuerzo enorme de cooperación y han recibido mucha formación. El apoyo de SM desde el primer momento activando licencias de los libros y poniéndolos a disposición de los alumnos en sus perfiles, la puesta en marcha de los espacios virtuales de aprendizaje y la potencia del Office 365, que lleva integrado, han sido el motor del trabajo colaborativo de un claustro do-

cente alineado para dar lo mejor de sí.

**Su centro cuenta con un ecosistema digital que les permite estar comunicados a la vez que ofrece contenidos digitales, ¿cómo ha contribuido a conseguir que la educación no se pare durante estos meses?**

Han sido muy importantes los contenidos digitales. Organizarlos en un aula virtual por curso en EVA y contar con Teams nos ha permitido llevar el aula a cada casa. El alumnado ha podido acceder al conocimiento en cualquier lugar y en cualquier momento.

**¿Cuáles han sido las principales demandas de las familias?**

El rigor académico y la comunica-

ción constante. La rapidez con la que hemos podido resolver las dudas e incertidumbres de esta situación ha sido fundamental para fidelizarles. Un correo o una circular a través de SM Educamos era una manera de dar un poco de estabilidad en una realidad tan cambiante.

**¿Y los alumnos? ¿Cómo afrontan un curso tan incierto?**

Lo afrontan tranquilos porque ya saben cómo va a ser. Son tiempos para atender las ausencias de sus iguales y el duelo que crea una situación tan dolorosa. Nuestra preocupación es dar la formación y los equipos necesarios para que la brecha digital sea lo más pequeña posible.

## ENTREVISTA



Aula de educación infantil del colegio Claret de Madrid

¿Os ha enseñado algo nuevo esta situación? ¿Ha cambiado el orden de prioridades de los colegios? ¿Qué es lo que más han valorado los que ya tenían implantados el ecosistema educativo?

Por supuesto, esta situación ha sido un aprendizaje, y hemos visto la importancia de tener todo disponible en un mismo lugar, con la

facilidad de uso de todos los perfiles para evitar que los usuarios se pierdan en diferentes accesos. Además, se ha puesto de manifiesto lo vital que es la cercanía, ya que la clave para que los procesos de digitalización funcionen, son las personas y su acompañamiento.

*Durante estos meses se han disparado los ratios*

*de accesos online y las descargas de contenidos gratuitos para profesores y familias, en el caso de SM Educamos ¿cómo ha sido esa tendencia?*

En SM Educamos hemos visto como se duplicaban, y hasta triplicaban algunos días, los accesos, llegando a más de dos millones de usuarios. Hemos estado con los centros gene-

rando accesos a los contenidos desde el propio SM Educamos y hemos visto como cambiaba la tendencia de asignaturas visitadas, de ciencias sociales o naturales a matemáticas o lengua.

*La tecnología ha demostrado que es básica para mantener cohesionada la red escolar, los contenidos digitales y la evaluación personalizada de los entornos de aprendizaje también han permitido que las clases hayan mantenido un ritmo aceptable, pero ¿se puede decir que también han ayudado a un bienestar emocional de los alumnos?*

El hecho de poder estar en contacto profesores y alumnos a través de entornos colaborativos con los que SM Educamos se integra, como Microsoft Teams o Google Classroom, hace que los alumnos puedan estar acompañados y, si pueden realizar un seguimiento de sus clases de forma sencilla, bajará también su nivel de ansiedad respecto a las asignaturas. Sobre ello, la Fundación

SM ha lanzado un estudio para conocer cómo ha afectado la COVID a alumnos y profesores.

*¿Están preparados los centros para un modelo mixto o totalmente digital? ¿Cuáles serían las 3 claves a tener en cuenta?*

Gracias a este impulso de digitalización de los centros, creo que podrán afrontar mejor los escenarios que se planteen para este nuevo curso. Las 3 claves se podrían resumir en:

- Gestión del cambio: las personas son el centro de los procesos de cambio y es necesario acompañarlas y formarlas para no generar frustración y rechazo.
- Cultura del dato: en entornos cambiantes como los que vivimos es importante poder tomar decisiones en base a datos, para los equipos directivos de los centros educativos y los profesores.
- Personalización del aprendizaje: ser capaces de atender a las necesi-

dades de cada alumno, algo que la tecnología nos va a facilitar.

*Los docentes llevan muchos años reclamando su reconocimiento a la labor tan trascendental que realizan. ¿Ha salido reforzada su labor a nivel social en estos meses?*

Totalmente, los docentes han hecho un esfuerzo enorme para que la educación no se pare, para ponerse al día rápidamente en entornos que antes quizá no dominaban y para preparar unas clases que no tenían planificadas, de la noche a la mañana. Está claro que el docente tiene un papel protagonista en estos nuevos modelos de enseñanza-aprendizaje, como guía y como facilitador del aprendizaje a sus alumnos.



sm educamos

[www.grupo-sm.com/es/sm-educamos](http://www.grupo-sm.com/es/sm-educamos)

## ENTREVISTA David Muntañola Director General para Iberia

# “Las aulas modulares son el modo idóneo de garantizar la distancia social en las escuelas”



Algeco es uno de los principales proveedores de construcción modular para diversos sectores. Uno de ellos es el escolar, donde cuentan con soluciones especialmente adecuadas para la nueva realidad que dibujará el Covid-19 en el próximo año académico. Hablamos con su Director General para Iberia, David Muntañola.

*¿Qué es Algeco?*

Algeco es una multinacional dedicada a la construcción modular que nació en Francia a mediados de los años 50. Hoy su sede central está en Londres y se ha convertido desde hace varios años en el líder del sector, con presencia en más de 20 países, fundamentalmente europeos pero también de la región de Asia-Pacífico.

*¿Qué aplicaciones tienen sus soluciones?*

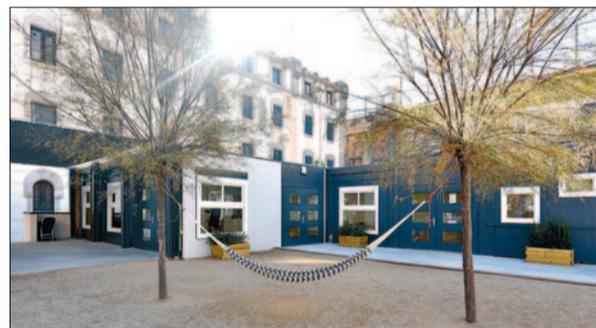
Trabajamos para diversos sectores, desde la construcción a la industria, pasando por el inmobiliario, los even-

tos, la sanidad o la educación, que para nosotros es uno de los mercados más importantes. Para que se haga una idea, tenemos instalados más de 70.000 m<sup>2</sup> de módulos y aulas en colegios tanto públicos como privados.

*¿Qué aportan los productos de Algeco en una época compleja como la que ha generado el Covid?*

La construcción modular permite abordar proyectos de un modo muy rápido y con gran calidad. A modo de ejemplo, construimos recientemente un hospital de campaña en Barcelona de más de 5.000 m<sup>2</sup> de superficie y tres plantas en apenas unas semanas y con las máximas garantías de seguridad para pacientes y personal sanitario.

Si hablamos del ámbito educativo, las aulas modulares son el modo idóneo de garantizar la distancia



social en las escuelas. Las aulas modulares que ofrecemos permiten reducir el número de niños por clase, disponer de una mayor superficie de comedor y ampliar así los espacios de la escuela garantizando la seguridad de un modo rápido y flexible.

*¿Por qué Algeco?*

Hay varios elementos que nos definen muy bien, pero creo que el más importantes es nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades de cada cliente y proporcionar un servicio integral de una manera rápida.

Esa visión 360° que llevamos ofreciendo desde hace años se complementa con el segundo gran pilar de la empresa: la calidad. Las aulas modulares que fabricamos y alquilamos o vendemos tienen poco que ver con las que se hacían diez años atrás. Hoy se cuida al máximo el confort, los materiales empleados en la producción, los acabados e incluso podemos ofrecer equipamientos como mobiliario escolar o sistemas de climatización para que el cliente se despreocupe y reciba un producto perfectamente acabado.

*¿Se puede innovar en un sector como este?*

Sin duda. La innovación se lleva a cabo no solo a nivel de producto, sino también de servicio. Recientemente hemos conseguido la certificación Dit Plus de Idoneidad Técnica para nuestro modelo Progress II, que evalúa aspectos voluntarios no cubiertos por el marcado CE. Además, hemos invertido mucho para realizar la práctica totalidad de la producción en nuestras fábricas. Por otra parte, empleamos materiales más sostenibles y eficientes a nivel térmico y acústico. En cuanto al servicio, además de ofrecer soluciones adaptadas a cada caso también ponemos a disposición del cliente la posibilidad de alquilar, comprar e incluso financiar cada operación.

algeco.es  
900 101 377

ENTREVISTA **Rosario Carrió** CEO de Juguetes Cayro

# “Creemos que los juegos son básicos para la educación y el desarrollo como personas”

En 1954 se fundó la empresa Cayro, y su primer juguete fue un martillo. Más tarde continuaron con juegos de mesa clásicos y desde 2012 desarrollan juegos de mesa modernos. Hoy en día, Cayro es una de las empresas con mayor diversidad en cuanto a tipología de juego, con más de 350 referencias, entre las que destacan los Party Games, los juegos clásicos y los de autor. Además del PROYECTO más reciente para formar a profesionales de la educación, de CLASE DE JUEGOS & JUEGOS DE CLASE.

## Qué sería de la vida sin juegos...

En Cayro fabricamos juegos de mesa y nos dedicamos a crear recuerdos desde hace 65 años. Los momentos más felices son los que permanecen en el recuerdo y nosotros, a través de nuestros juegos, creamos momentos para compartir en familia.

## ¿Y vosotros tenéis una larga lista de momentos!

Desde 1954 Cayro está presente en el sector juguetero, primero fabricando piezas para otras empresas y, poco a poco, adentrándose en el mundo del juego de mesa. Su primer punto de inflexión llegó con la creación de juegos de mesa propios (de autor y desarrollados por la propia compañía). Y el último proyecto es llevar el juego de

mesa a todas las aulas del país, enseñando a utilizar estos juegos de mesa como una herramienta de trabajo de los docentes.

## Sois especialistas en juegos tradicionales, me atrevería a decir que muchos de ellos para todas las edades...

Nuestro catálogo está formado por más de 350 referencias de las cuales más de 50 son juegos modernos inventados por nuestro departamento de desarrollo o por autores nacionales. Sobre todo, nos centramos en productos de 4 a 6 años, pero este año ya nos hemos atrevido con juegos con reglas más complejas para jugadores de a partir de 8 años.

Tampoco nos olvidamos de los clásicos, ya que suponen gran parte de nuestro catálogo y siguen siendo im-



## “Disponemos de más de 350 referencias, de las que más de 50 son juegos creados por nuestro departamento de desarrollo o autores nacionales”

prescindibles en todas las casas. Cada año, nos vamos remodelando y adecuando con nuevos diseños y materiales, como por ejemplo el caso de un simple tablero de ajedrez, fabricado con silicona.

## Háblanos un poco más de estos juegos de autor...

En el año 2012 creamos, dentro del departamento de MARKETING, el de DESARROLLO DE PRODUCTO y empezamos a descubrir el mundo de los eventos de ocio alternativo y nos encontramos con que los jóvenes conocen y quieren jugar a juegos con reglas nuevas. Con toda esta información, nos pusimos manos a la obra y comenzamos a buscar juegos de autor y desarrollamos nuestros propios juegos más complejos, pero no menos divertidos.

Este es uno de los puntos que más ha marcado la compañía en los últimos años. Actualmente disponemos de más 50 juegos, desarrollados por autores externos y por nosotros mismos.

## Tenéis más de 2.500 puntos de venta en 5 continentes, ¿te has parado a pensar cuántas sonrisas representa esto?

Desde 2010 tenemos una proyección de ventas importante, debido a nuestra expansión internacional y la presencia en H.K. (encuentro internacional de compradores) con un showroom propio. Entre 2015 y 2019 el incremento de las ventas fue del 22%.

## Y más allá del juego en el tiempo de ocio, habéis decidido poner el juego en el centro del aprendizaje con Clase de Juegos & Juegos de Clase, ¿por qué?

Hace ahora un año pusimos en marcha Clase de Juegos & Juegos de Clase, un proyecto innovador en el que, de la mano de importantes profesionales de la Educación y la aplicación del Juego en el aula, pretendemos convertir el Aprendizaje Basado en Juegos (ABJ) en una metodología de uso diario en los centros educativos. La Neuroeducación nos ha descubierto que el cerebro aprende mediante la acción, y si hay algo que provoca verdadera acción en un niño, es JUGAR.

El objetivo de este proyecto es que año tras año sean más los profesionales de la educación que se convencen de los beneficios de utilizar los juegos en las AULAS.

Así que como somos de costumbres, y sobre todo de las buenas, este año, cuando la situación lo permita, vamos a seguir jugando con profes, porque se lo merecen, tanto ellos como los niños y niñas que a diario se levantan para aprender de su mano (y quien dice mano, dice: dados, tableros, fichas, cartas, tarjetas, figuras, timbres, risas...).

Creemos tanto en este proyecto que, aparte de tener un apartado importante en nuestra web, hemos creado una

web específica [www.clasedejuegos.com](http://www.clasedejuegos.com), donde pueden encontrar información sobre las formaciones o diversos materiales y herramientas como vídeos o actividades ya desarrolladas con muchos de nuestros juegos.

## ¿Ha tenido buena aceptación?

¡El resultado ha sido fantástico! Cientos de profes han participado en nuestras formaciones aprendiendo a JUGAR y descubriendo que hacerlo en el aula es una opción más que recomendable para conquistar al alumnado, motivando y facilitando su aprendizaje.

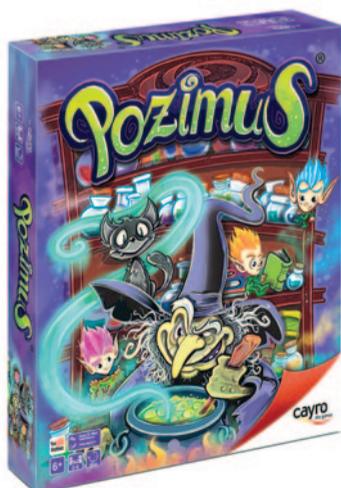
## ¿A qué nos proponéis jugar este año?

Son tantos los juegos preferidos que tenemos que no sabríamos cuales elegir. Así que vamos a recomendaros algunos: TOM'S PARTY, SAM THE VILLAIN, MI PRIMER JUEGO DE PALABRAS, POZIMUS, NUTS, ENCUADRA, COLOR LINE, RING WIN, EMOPARK, MIMIC, QUIZZERS, MEMORIZERS...

Podéis visitar nuestra web donde encontraréis todos nuestros juegos con sus descripciones, los aspectos psicopedagógicos que potencian, fichas ABJ para poder trabajar con ellos en las aulas y vídeos de como se juega a prácticamente todos ellos. [www.cayro.es](http://www.cayro.es).

Para la vuelta al cole y si la COVID-19 lo permite, estaremos presentes en todos los colegios o centros que lo soliciten, con nuestra formación en ABJ de CLASE DE JUEGOS & JUEGOS DE CLASE.

## “El objetivo es que sean más los profesionales de la educación que se convencen de los beneficios de utilizar los juegos en las aulas”



GRUPO HERO

ENTREVISTA **Jon Mielgo** Director de Marketing de Hero España

# “Tenemos el compromiso de liderar el cambio hacia una alimentación más saludable y sostenible”

El Grupo Hero, multinacional a la que pertenece Hero España, fue fundado en Suiza en 1886 por Gustav Henckell y Gustav Zeiler, a los que se uniría como socio capitalista Carl Roth. Tras fallecer Zeiler, la compañía es renombrada “Henckell & Roth”. La unión de las dos primeras letras de los apellidos de los socios dio como resultado la marca actual. Hablamos con Jon Mielgo, Director de Marketing de la compañía en España.

## ¿Cómo fueron los orígenes de la empresa?

En sus principios, Hero únicamente procesaba frutas y verduras en sus fábricas, pero rápidamente amplió sus horizontes hacia una gama extensa de productos, como los cereales, la alimentación infantil y las mermeladas. En cuanto a Hero España fue fundada en 1922 en Alcantarilla (Murcia) y pasó de ser únicamente una fábrica de exportación al grupo a convertirse en una empresa líder en el mercado español.

## ¿Cuál es la estructura de la firma?

Grupo Hero es una empresa internacional de referencia en el sector alimentación a través de sus marcas y productos. Líder en alimentación infantil y confituras, nuestras categorías de productos se dividen en: confituras y mermeladas; barras de cereales; alimentación infantil (fórmulas infantiles, cereales infantiles, tarritos, bolsitas, y snacks); salsas y almíbares y platos precocinados (recetas caseiras para disfrutar de la buena cocina tradicional de la manera más cómoda y rápida con el sabor y la tradición de siempre). A nivel internacional, Rob Versloot es el CEO del Grupo Hero, mientras que Javier Uruñuela Fernández ejerce como Director General para Hero Sur de Europa (España, Italia y Portugal).

## ¿En qué mercados geográficos están presentes?

Grupo Hero está presente en más de 30 países y en los 5 continentes con varias marcas. Además de Hero, otras marcas internacionales de la casa son: Beech-Nut (en Estados Unidos), Organix y Juvela (Reino

Unido), Casa de Mateus (Portugal), Semper (Escandinavia y Rusia), Schwartau (Alemania), Sunar (República Checa y Eslovaquia), Adapta (Suiza), Ulker (Turquía), Vitrac (Egipto) y QueensBerry (en Brasil). Además, exportamos nuestros productos a diversos países latinoamericanos.

## ¿Qué canales de distribución emplea Hero para llegar al público?

Tradicionalmente, hemos sido una compañía muy balanceada hacia Retail, pero en los últimos años canales alternativos como Food Service o farmacia han crecido vertiginosamente y suponen ya un tercio de nuestra venta. El foco en e-commerce, tras la emergencia sanitaria provocada por la Covid-19, es más importante que nunca y es uno de los canales en los que previsiblemente crearemos a futuro.

## ¿Qué diferencia a la empresa de sus competidores?

La capacidad de innovación y el fuerte espíritu em-



prendedor que caracteriza a Hero España desde sus inicios es el sello de identidad de nuestra compañía. Nuestro compromiso por ofrecer alimentos naturales, saludables y de la máxima calidad a los consumidores nos lleva a innovar e investigar constantemente para ser capaces de incorporar las últimas evidencias científicas a nuestros productos. Buscamos situarnos a la vanguardia del sector, liderando el cambio hacia una alimentación más saludable y sostenible para nosotros y para el planeta.

## ¿Qué supone para la empresa la línea Hero Baby?

En 1985, la culminación del proceso de diversificación del Grupo se produjo con la propuesta de Hero España de entrar en el mercado de la alimentación infantil. Superadas las dudas iniciales ante una decisión tan arriesgada, la realidad fue que Hero España supo antes que nadie que los

consumidores, fieles a los atributos de calidad y naturalidad de nuestra marca, estaban dispuestos a confiar en nosotros también para la alimentación de los más pequeños de la casa. El éxito ha sido tal que Hero Baby supone más del 60% de la facturación total de Hero en España, donde somos reconocidos como la marca líder en alimentación infantil.

## ¿Es posible innovar en un sector como el de la alimentación infantil?

Por supuesto. En Hero España mantenemos un firme compromiso con la alimentación infantil para contribuir a un desarrollo y crecimiento adecuado de los niños, que también les permitan convertirse en adultos sanos el día de mañana.

Gracias a nuestro Instituto Hero de Nutrición podemos incorporar las últimas evidencias científicas en el diseño de nuestros productos, para obtener alimentos

saludables, naturales y sostenibles. De hecho, sólo en el último año hemos llevado a cabo 8 proyectos de investigación y 11 de innovación. En este sentido, gracias a la labor de investigación de nuestro Instituto de Nutrición en 2019 hemos innovado en más de 90 productos, renovando por completo nuestra categoría de Alimentación Infantil para ofrecer recetas más transparentes, con etiquetas más limpias y lo más cerca posible a los alimentos hechos en casa.

Algunas de nuestras innovaciones en alimentación infantil el último año han sido la producción de cereales infantiles con 0% de azúcares añadidos ni producidos, los tarritos con trocitos ideales para introducir texturas en la dieta del bebé y los nuevos snacks “Sólo lo que ves”, productos 100% ecológicos, sin fritos y que no contienen gluten, aceite de palma, aditivos, sal ni azúcares añadidos.

## ¿Se trata de un segmento de público que requiere un trato especial?

Sí, tanto desde el punto de vista del consumidor – que no sólo es mucho más consciente de lo que compra cuando se trata de la alimentación de sus hijos, sino que se renueva cada pocos años al crecer su bebé– como desde el punto de vista legal. Y es que, las exigencias legales de alimentación infantil son mucho más estrictas que en el

caso de la alimentación adulta. Esta serie de reglas y parámetros forman parte de un estricto protocolo al que llamamos Calidad Baby que se basa en 4 pilares: origen certificado, equilibrio perfecto, todo bajo control y la conservación natural.

## Tras estos años de trabajo, ¿podemos hablar de una clientela fiel a la marca?

El principal valor de Hero España es su marca, sostenida sobre todo por la confianza que cada año depositan en nosotros miles de clientes. Es precisamente esa confianza la que nos ha permitido innovar y crecer a lo largo de nuestra historia.

Sin embargo, como hemos comentado antes, en el caso de la alimentación infantil fidelizar al consumidor supone un doble reto: por un lado, teniendo en cuenta que el consumidor se renueva cada pocos años como consecuencia del crecimiento de su bebé, debemos esforzarnos por seguir estando a la vanguardia, adaptándonos a las tendencias sociales y adelantándonos a las necesidades de los nuevos perfiles de consumidor (como los millennials) para conquistar a padres y madres primerizos; por otro, queremos fidelizar a esos mismos padres para que continúen confiando en nosotros en todas las etapas de la vida del niño gracias a nuestra diversidad de categorías y marcas.

## ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Como empresa líder en alimentación y alimentación infantil, debemos hacer frente a los actuales retos del sector: la caída de la tasa de natalidad; una menor capacidad adquisitiva de los hogares españoles acrecentada por el impacto que la Covid-19; el surgimiento de un nuevo movimiento social caracterizado por la preocupación por la salud, la calidad y la composición de los productos que consumen; y un nuevo tipo de comprador digital.





# Confía en sus Sentidos

Tu gato sabe muy bien lo que quiere:  
Ingredientes naturales y un sabor único.  
Deja que experimente las diferentes  
texturas y sabores de Poésie.

