



NÚMERO 8.192 • MARTES 15 DE JUNIO DE 2021

LA RAZÓN

IV EDICIÓN PREMIOS

COMUNITAT VALENCIANA



LA GALA

XIMO PUIG: «EN ESTE AÑO TAN DIFÍCIL, VOSOTROS SOIS LOS PROTAGONISTAS»

El presidente de la Generalitat entrega los galardones a los premiados en la IV Edición de los Premios Comunitat Valenciana de LA RAZÓN. «Vamos a crecer gracias a la fortaleza de nuestras empresas y a su trabajo constante»

A. G. V.

«**L**a verdad y LA RAZÓN son dos conceptos que van absolutamente unidos». Con estas palabras agradeció el presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, su presencia en la ceremonia de entrega de los IV Premios LA RAZÓN Comunitat Valenciana, en los que empresarios, políticos y representantes de los sectores económicos, sociales y culturales asistieron para ser testigos del

agradecimiento de LA RAZÓN a las empresas tras un año de trabajo intensificado por la crisis de la COVID-19. «Vosotros sois los protagonistas de esta jornada, pero no es solo de un día, ni de un momento o de una foto. Lo sois de una trayectoria, de una vocación que se hace realidad en cada empresa. Sois los representantes sanitarios, médicos y enfermeros los protagonistas del enorme esfuerzo de este año, de la pesadilla que hemos vivido». Así lo dijo ante Mercedes Hur-

tado, presidenta del Colegio de Médicos de Valencia, así como de Juan José Tirado, presidente del Colegio de Enfermería, ambas instituciones receptoras del Premio por la Labor realizada en favor de la sociedad durante estos 15 meses de pandemia. «Nos encontramos ahora en el camino de salida y se trata de consolidar la recuperación y de aprovechar las lecciones que hemos aprendido, de demostrar nuestro aprecio a la sanidad, la importante capacidad que tiene la educación, o lo fundamental que significa la in-

vestigación y la ciencia. Pero, no obstante, debemos recordar la importancia de la humildad, porque no hay nadie que pueda caminar solo». La ceremonia de premios también valoró los 50 años de Compromiso con Valencia y de Servicio a los valencianos al Corte Inglés, cuyo director general en la Comunitat Valenciana, Juan Sabater, fue el encargado de recoger el galardón. De la misma manera, se honró con el Premio al Tesón en la vertebración y la unificación del sector empresarial valenciano a la Confederación Empresarial de la Comunitat, CEV, representada por su presidente, Salvador Navarro. Mención especial también tuvo el deporte, ya que se otorgó el Premio por su Trayectoria Deportiva y por la conquista del primer título de su historia al Valencia Basket Femenino. Su presidente Vicente Solana y la capitana, Ana Gómez, fueron los encargados de recoger el premio. Un total de 29 galardonados por su contribución día a día a la prosperidad de la Comunitat Valenciana, que contó con la asistencia de los representantes de Terra Natura Benidorm, Peydro Herrero, Casas del Mediterráneo, Ventanas Cabañero, Murprotec, el Colegio Internacional de Levante, Construcciones Eliseo Pla, el empresario Pedro Fajardo



FOTOS: KIKE TABERNER

De izq. a derecha:
Vicent Soler, conseller
de Hacienda; Iñaki
Zaragüeta, delegado
de LA RAZÓN; Gloria
Calero, delegada del
Gobierno en la
Comunidad; Ximo
Puig, presidente de la
Generalitat; Rubén
Martínez Dalmau,
vicepresidente del
Consell; y Andrés
Navarro, consejero
delegado de LA RAZÓN



Solá, presidente de Refracta, Forflesa, Export Trading Textile, BC Fertils, Soluciones Tecnológicas, MAF Roda, Laboratorios Forenqui, Procure Health, Cofial Corporate Finance, Rafa Grau Transports, Trivee Properties Passion Life, Airclinic, Laboratorio Natural Soler, Visor Fall, Perretta Arquitectura, Raimondi Spain, Baldocer y Cerámicas Alonso.

Durante el acto de entrega de estos premios se cumplieron de manera estricta con las medidas y obligaciones contempladas en el decreto de Sanidad para prevenir el contagio de coronavirus, como lo fue la distancia de seguridad, el uso de la mascarilla, la toma de la temperatura y el uso del gel hidroalcohólico. El presidente recordó cómo la anterior entrega de premios de LA RAZÓN fue el último acto oficial que se realizó antes del inicio del estado de alarma. «Ahora, un año y dos meses después, estamos en unas condiciones que nos invitan a albergar esperanza».

De hecho, incidió en que todo este trayecto vivido hasta el momento debe hacer reflexionar a toda la sociedad y ayudar a tomar las mejores decisiones. «Durante las largas jornadas de la pandemia, tenía un post-it que decía 'Este día hay que vivirlo'. Todos los días hay que vivirlos, en plenitud, ya sean extraordinariamente malos, tristes o descorazonadores. Vamos a crecer gracias a la fortaleza de nuestras empresas y a su trabajo constante».

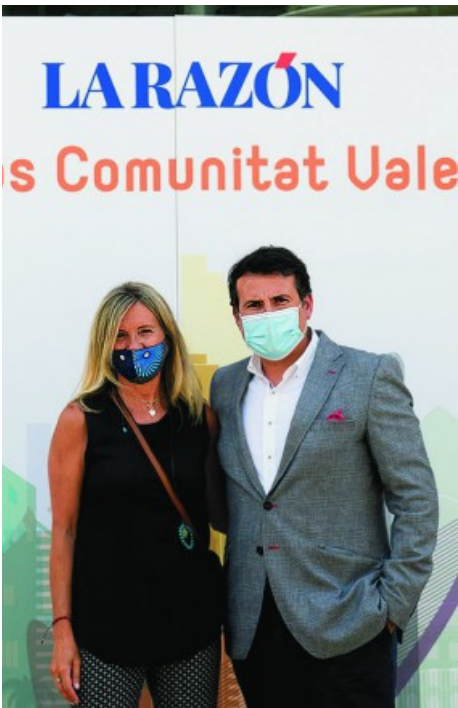
Un año marcado por la COVID

El delegado de LA RAZÓN en la Comunitat Valenciana, Iñaki Zaragüeta, recordó a las decenas de miles de fallecidos como consecuencia de la pandemia, a quienes les deseó «la vida eterna y la solidaridad con las familias». Puso en valor que la delegación valenciana del diario va camino de los 23 años, «manteniendo hoy el compromiso con la Comunitat Valenciana y con el propósito de continuar su presencia en los quioscos gracias a los lectores».

El delegado valenciano también tuvo unas palabras para el presidente de la Generalitat, a quien trasladó «el reconocimiento y consideración de todos nosotros». «En los tiempos más duros vi cómo sufriste, cómo te entregaste a solucionar la tragedia. Hiciste todo lo que pudiste, con aciertos y errores. Errores que provinieron más desde fuera, y como consecuencia de lo desconocido. Jamás has presionado para publicar o para dejar de publicar. Ese rincón de alma que tienes de periodista hace que comprendas la profesión».



LA ENTREGA DE PREMIOS





LA ENTREGA DE PREMIOS



Los invitados a los IV Premios de La Razón Comunitat Valenciana disfrutaron de un soleado día en el Hotel Las Arenas



FOTOS: KIKE TABERNER



LA ENTREGA DE PREMIOS

FOTOS: KIKE TABERNER



LOS PREMIADOS

L. R. E.

La institución protagonista de esta página cuenta con 123 años de historia a sus espaldas. Aunque fue fundada en 1898, tiene sus raíces en una institución anterior, el Instituto Médico Valenciano, que data de 1841 y que surgió por la necesidad, ya entonces, que tenían todos los profesionales médicos de agruparse. El Colegio de Médicos de Valencia es uno de los colegios de médicos de España más antiguos. Desde sus inicios, ha mantenido su compromiso de representar a la profesión médica, y lo ha hecho velando por el bienestar de sus profesionales, así como defendiendo la ética, deontología y dignidad profesional de los facultativos valencianos. Asimismo, esta institución ha promovido la formación continuada de sus médicos de la mano de las sociedades científicas, apoyándoles en sus iniciativas y en el cumplimiento de sus objetivos, siendo sede de muchos de sus congresos y cursos.

El ICOMV (Ilustre Colegio Oficial de Médicos de Valencia) está compuesto por más de 16.000 colegiados y cuenta con una junta directiva de 15 miembros. Seis de ellos forman la comisión permanente que se reúne semanalmente (presidenta, vicepresidente, vicepresidente II, secretario, vicesecretario y tesorero), y el resto son consejeros. Todos juntos forman el pleno, que se reúne una vez al mes. El objetivo principal de esta institución es el de ser un hogar para todos los profesionales valencianos de la medicina, buscando siempre la transparencia y la accesibilidad para todos. «Es un lugar en el que apoyarse en las diferentes etapas de la profesión, desde la precolegiación hasta la jubilación», apuntan desde la institución.

Uno de los puntos fuertes del Colegio de Médicos de Valencia es la amplia cartera de servicios que ofrece, siempre con la intención de dar amparo, protección y ayuda a sus colegiados. Tienen un servicio de docencia porque creen que en esta profesión nunca se deja de aprender, lo que les lleva a apostar por la formación continuada. Además, también cuentan con servicios de Asesoría Jurídica, Correduría de Seguros, Servicio de Extranjería, Patronato de Huérfanos, Oficina de Atención Social, servicio de Secretaría, Atención al Colegiado... «Todos ellos están pensados para ayudar a los médicos valencianos en todo aquello que puedan necesitar, tanto dentro como fuera de la profesión», cuentan desde la

PREMIO POR LA LABOR REALIZADA EN FAVOR DE LA SOCIEDAD DURANTE ESTOS 15 MESES DE PANDEMIA

LA CASA DE TODOS LOS MÉDICOS VALENCIANOS DESDE 1898

El Colegio de Médicos de Valencia ofrece diversos servicios que facilitan el día a día a sus más de 16.000 colegiados

organización. «También disponemos de unas amplias instalaciones para que los colegiados puedan venir, descansar, reunirse o tener un punto de encuentro», añaden.

Lucha contra la COVID-19

El personal sanitario ha desempeñado una labor esencial en la lucha contra la pandemia de la COVID-19. Los médicos han sido, junto con el resto del personal

sanitario y de otros ámbitos, imprescindibles para frenar el virus. «Nuestra rutina cambió de forma radical, nos tuvimos que adaptar a las circunstancias. Al principio fuimos sin protección, anteponiendo la vida de los demás a todo. Horas de más, cansancio, incertidumbre...», recuerdan desde el ICOMV. Sin embargo, gracias a su esfuerzo incansable, lucharon para salir hacia adelante, y lo hicieron no

Formación constante y ofertas de ocio

El Colegio de Médicos de Valencia está volcado con la docencia, y por ello, entre otras muchas actividades, organizan concursos y otorgan becas y premios, lo que permite a los profesionales continuar con su formación, así como también renovarse constantemente. Esta es la única forma de ofrecer a los pacientes la mejor atención posible. Pero fuera de la profesión, esta organización también se preocupa por el ocio de sus colegiados, y ofrece actividades gastronómicas, deportivas o artísticas.

dando solo lo mejor de su profesionalidad, sino también de su carácter, animando a los pacientes y trabajando con una sonrisa a pesar de las dificultades.

Como institución, también tuvieron que hacer de intermediarios entre el Gobierno y los médicos valencianos, así como lo hicieron con los medios de comunicación y con la sociedad. Han tenido que reinventarse para intentar cubrir todas las necesidades que surgían conforme avanzaba la pandemia. A su vez, como representantes de todo un colectivo, han tenido contacto directo y continuo con la Consejería para defender el bienestar de todos los médicos. Uno de sus grandes logros fue ser punto de vacunación masiva para los médicos de ejercicio privado del ICOMV. «Fuimos el primer colegio de España en hacerlo. Nuestros médicos se lo merecen todo», explican con orgullo. Esta situación pandémica ha dejado muchas secuelas a toda la sociedad, físicas y psicológicas. Por ello, desde el ICOMV han puesto en marcha un Servicio de Apoyo Psicológico para médicos que se vieron sobrepasados por la lucha contra el virus.



Mercedes Hurtado, presidenta del Colegio de Médicos de Valencia



Juan José Tirado, presidente del Colegio, representó al colectivo en la recogida de premios

Últimos proyectos y reconocimientos

El Colegio de Enfermería de Valencia acaba de proyectar la creación de un aula de simulación para realizar prácticas, que se instalará en la sede de la ciudad. Además, se han revalidado este año las certificaciones de Compliance Penal para garantizar el cumplimiento normativo legal y de Gestión de Calidad ISO 9001. De esta forma, queda acreditada su óptima prestación de servicios hacia los colegiados. De este modo, el COEV se convierte en la única entidad colegial de Enfermería de nuestro país que dispone de ambas acreditaciones de cumplimientos normativos.

El Colegio de Enfermería de Valencia (COEV) se fundó hace más de cien años y desde entonces no ha dejado de trabajar para velar y mejorar la profesión. En su listado de enfermeras y enfermeros cuenta con cerca de 15.937 colegiados. De estos, 15.172 están en activo y 765 jubilados. Al hablar de la enfermería, estamos hablando de uno de los colectivos profesionales más numerosos de nuestro país, y también de uno de los más valorados. Esta institución nació con el objetivo de velar por una práctica profesional ética para todos los enfermeros y enfermeras de Valencia. Busca también desarrollar el prestigio y perfeccionamiento de la profesión, así como representar a sus colegiados y defender sus derechos, intereses e inquietudes.

El Colegio ofrece todo tipo de servicios orientados a todos estos fines. Una de las áreas en las que trabaja es en la de Docencia y Formación. Allí, se busca armonizar los conocimientos teóricos con la práctica profesional, así como desarrollar planes de formación continuada, de acuerdo con la proyección de futuro de la profesión. También se procura la formación gratuita a todos los colegiados, especialmente a quie-

PREMIO A LA LABOR REALIZADA EN FAVOR DE LA SOCIEDAD DURANTE ESTOS 15 MESES DE PANDEMIA

LA ENFERMERÍA, UN PILAR FUNDAMENTAL DE LA SANIDAD EN SU PEOR CRISIS

El Colegio de Enfermería de Valencia cuenta con más de 100 años de antigüedad, en los que ha destacado por su actividad en busca de mejorar y defender la profesión

nes no tienen trabajo, y se hace con un plan de desconcentración que facilita el seguimiento de cursos a quienes no pueden acercarse a la sede colegial. Con la docencia también está relacionada el área de Investigación. De esta forma se proporcionan conocimientos metodológicos, estadísticos e informáticos a los profesionales de enfermería, para que después los puedan aplicar en actividades sanitarias y de inves-

tigación. Desde aquí proponen cursos de investigación, así como también asesoran y orientan las investigaciones que realizan los colegiados, donde las que más priman son aquellas que reportan beneficios para la sociedad en su conjunto. En relación con este apoyo a la investigación, el COEV también concede becas a los colegiados valencianos por asistir a reuniones científicas.

Pero la formación de los profe-

sionales no es lo único que preocupa a esta organización, y por ello también destina parte de sus esfuerzos a formar a la ciudadanía. Promueven cambios de hábito positivos, orientados hacia una mejor calidad de vida y de relaciones con el entorno, y se preocupan por que la sociedad conozca de cerca la profesión de enfermería, de forma que la sienta cada vez más útil, necesaria e imprescindible. Organizan campañas informativas propias dirigidas a fomentar la salud de los ciudadanos, respaldadas a través de su difusión por los medios de comunicación social, y también establecen acuerdos con instituciones para la realización de cursos y la colaboración en otras campañas informativas relacionadas con el sector o la salud.

La lucha contra la COVID-19

Uno de los colectivos que más relevancia ha tenido durante la pandemia de la COVID-19 ha sido, sin duda, el de la enfermería. Como

profesionales de los cuidados, han cumplido siempre con su deber, a pesar de la inhumana presión asistencial y la falta de medios. Si además de los cuidados de la población, sumamos la vacunación, establecemos a la enfermera como el puntal básico de la sanidad, que

ha permitido luchar contra la pandemia de una manera eficaz, a pesar de los contratiempos. Unos contratiempos que han dificultado mucho el desarrollo del ejercicio de la profesión, y que también han sido reivindicados desde esta organización.

Desde el colegio denuncian que «los aplausos de los momentos iniciales se han materializado en despidos. Muchos profesionales están siendo despedidos, a pesar de que la ratio de enfermera por paciente en la Comunidad Valenciana y en España es una de las más bajas de Europa. Las administraciones han mostrado una falta de consideración total con la Enfermería, algo que debe corregirse».

La pandemia de la COVID-19 ha evidenciado la importancia de estos profesionales, que ahora con la normalización corren el riesgo de volver a quedar relegados

LOS PREMIADOS

PREMIO POR SUS 50 AÑOS DE
COMPROMISO CON VALENCIA Y DE
SERVICIO A LOS VALENCIANOS

EL CORTE INGLÉS, UNA EMPRESA DE LA TIERRA DESDE HACE MEDIO SIGLO

Innovación, garantía y especialización son algunos de los principales valores del grupo

L. R.

El Corte Inglés, a lo largo de sus casi 80 años de actividad, se ha consolidado como un referente de la distribución en España. Constituye un grupo empresarial que ha sido capaz de cumplir con las necesidades de las comunidades en las que está presente, a la vez que contribuye a su desarrollo socioeconómico. Sus establecimientos están localizados en todo el territorio nacional, y tiene también una presencia significativa en Portugal y México, así como en otros países de Europa y Latinoamérica, prestando servicio en distintos sectores de actividad como son la distribución comercial, seguros y viajes.

Este año se cumplen 50 años desde que el Corte Inglés llegase a Valencia, y desde la compañía remarcan lo integrados y vinculados que se sienten a los valencianos. «Ya en 1971, nuestro presidente fundador, Ramón Areces, nos pidió que fuéramos un valenciano más, y así lo hemos intentado en estos 50 años. Hemos aportado nuestro trabajo y esfuerzo a la sociedad valenciana, a su economía y a su desarrollo en todos los campos», explican.

El Corte Inglés toma su nombre de una pequeña sastrería fundada en 1890 y situada en Madrid. En 1935, Ramón Areces Rodríguez, avalado por su tío César Rodríguez, compra la sastrería, comenzando así su aventura empresarial. Tan solo cuatro años más tarde, adquieren una finca en la calle Preciados de Madrid. En junio de 1940, cuando el negocio contaba con siete empleados, Ra-

Juan Sabater,
director regional
de la firma en la
Comunitat
Valenciana,
recogió el
galardón



LA CLAVE

Proyectos de futuro después del COVID

En la última Junta de Accionistas del grupo, su presidenta, Marta Álvarez, anunció el desarrollo de nuevos proyectos que aportarán valor, permitirán una mayor diversificación y ayudarán al crecimiento de la empresa. Entre ellos citó la creación de una unidad de negocio inmobiliaria, Real Estate, con la finalidad de ordenar y dar valor a los activos inmobiliarios; nuevos proyectos en logística; el relanzamiento de Viajes El Corte Inglés; y la ampliación, junto a Financiera El Corte Inglés, de nuevos servicios para los clientes. Como afirmó Marta Álvarez en este acto, después del impacto que ha dejado la pandemia, solo hay un objetivo: «Seguir avanzando decididamente hacia una definitiva recuperación. El futuro de El Corte Inglés, por supuesto, seguirá vinculado a sus valores más propios: los clientes, los proveedores, el surtido, la calidad, el servicio y, muy especialmente, la marca».

món Areces constituye la sociedad El Corte Inglés, con su tío César Rodríguez como socio y presidente de la compañía. Desde entonces, el objetivo ha sido tener una propuesta comercial atractiva, variada y de calidad, incorporando de forma permanente productos y servicios pioneros que cubran y den una respuesta satisfactoria a las necesidades de los clientes. La historia de El Corte Inglés está marcada por tanto por situarse a la vanguardia, marcar tendencia, impulsar cambios y crear nuevos conceptos. Su modelo de negocio actual es omnicanal. La oferta comercial y de servicios está a disposición de los clientes mediante establecimientos físicos y a través de otros soportes, como el servicio online y de venta telefónica.

Compromiso social

Mantener una relación cercana con la sociedad y con el entorno en el que se instalan sus centros comerciales es un punto fundamental para El Corte Inglés. La pandemia de la COVID-19 ha provocado que millones de familias

se tengan que enfrentar a situaciones complejas. Por ello, la compañía puso sus recursos a disposición de las instituciones públicas, con donaciones de todo tipo de material a hospitales y residencias de ancianos.

En Valencia, los 272 establecimientos del Grupo El Corte Inglés participaron en la Gran Recogida en favor de los Bancos de Alimentos. Tanto clientes como empleados se involucraron en la donación de alimentos, que para adaptarse a las circunstancias, tuvo que realizarse de manera online. También se realizaron colaboraciones con Cruz Roja, que proporcionó cenas saludables a las personas sin hogar de la ciudad, especialmente en los meses más fríos del año. Además, El Corte Inglés firmó un acuerdo con Quirón Salud Valencia y Cruz Roja con el que se acordó que, todos los días, incluidos los festivos navideños, Cruz Roja recogería los menús en el Supermercado de El Corte Inglés Pintor Sorolla y se los ofrecería a personas que se encuentren en extrema vulnerabilidad o vivan en la calle.

M. S.

La Confederación Empresarial Comunitat Valenciana (CEV) se fundó en 1977 y se estableció como la organización empresarial más representativa de la provincia de Valencia. En 2018 pasó a tener carácter autonómico, momento en que apostó por un proyecto vertebrador, independiente y solvente en el que todas las empresas, grandes y pequeñas, y todas las asociaciones y federaciones, sectoriales y territoriales de la Comunitat Valenciana, tuviesen cabida. Su objetivo es defender los intereses empresariales a nivel autonómico, con especial atención a las particularidades y necesidades de cada una de las provincias, gracias a CEV Castellón, CEV Valencia y CEV Alicante.

La CEV es la organización empresarial más representativa de la Comunitat Valenciana, la única con capacidad para participar en el diálogo social. Engloba a más del 95% del tejido empresarial de la Comunidad. Su base asociativa está integrada por 125 empresas y por más de 148 asociaciones sectoriales a nivel autonómico y provincial, que a su vez integran a 530 entidades de todos los sectores de actividad. «Nuestra misión es la defensa del interés empresarial general y procurar, de este modo, el marco idóneo para el ejercicio empresarial. Estamos convencidos, además, de que es precisamente esa actividad empresarial, la prosperidad económica, la que lleva aparejada la prosperidad social, y que la única manera de mantener y proteger el estado de bienestar que hemos logrado es con empresas competitivas que crezcan, generen empleo y paguen impuestos. Por tanto, a la defensa de los intereses empresariales unimos nuestro elevado compromiso social», explican.

Al agrupar a todos los sectores económicos, las necesidades de esta organización son transversales y en estos momentos están muy marcadas por la pandemia. «Sabemos que la recuperación será frágil y asimétrica y estará muy condicionada por la evolución de la situación sanitaria y de los avances en la vacunación, así como por el número de empresas y autónomos que resistan hasta el final de esta crisis», apuntan desde CEV. Ahora mismo, su actividad está destinada a asegurar: que los ERTEs se amplíen en consonancia con la situación real de las empresas; que las ayudas directas lleguen de forma ágil y se mantengan du-



Salvador Navarro, presidente de la Confederación, posa con el premio

PREMIO POR SU TESÓN EN LA VERTEBRACIÓN Y LA UNIFICACIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL VALENCIANO

LA CASA DE TODAS LAS EMPRESAS VALENCIANAS

En la Confederación Empresarial Comunitat Valenciana tienen cabida negocios de todas las dimensiones y sectores, así como cualquier federación o asociación

rante el tiempo necesario para afianzar una sólida recuperación de la economía; que el Plan Next Generation de la UE llegue también a las pymes; que las reformas de calado se consensuen con criterio; y que la política fiscal vaya dirigida a apoyar a los agentes económicos generadores de empleo y a incentivar su competitividad.

En los meses más duros de la pandemia, la CEV encaminó su trabajo hacia dos vertientes. Por una parte, se encargó de asesorar a sus asociados, así como de informarles de los numerosos cambios legislativos y normativos que había. Para esto, fue una labor fundamental canalizar toda

CEV está formada por 125 empresas y por más de 148 asociaciones, que a su vez integran a 530 entidades, todas ellas de diferentes sectores y características

la información que había diariamente y que cambiaba de manera constante. Por otra parte, ha sido interlocutora del tejido empresarial en el diálogo social desarrollado junto a los sindicatos y la Generalitat Valenciana, trasladando las necesidades, inquietudes y reivindicaciones de los diferentes sectores; así como alcanzando acuerdos. A pesar de los tiempos difíciles, remarcan que se sienten especialmente orgullosos de la actitud y el trabajo que han mantenido las empresas durante la pandemia: «Han demostrado su compromiso y responsabilidad social, y no solo son los trabajadores, sino con toda la sociedad valenciana».

Comprometidos para seguir luchando contra la COVID

En relación con la situación de crisis sanitaria en la que aún nos encontramos inmersos, la CEV trabaja en la materialización del protocolo firmado entre la Fundación CEOE, la CEV y la Generalitat Valenciana, que ha permitido que las empresas se sumen al plan de vacunación de salud pública a partir de la segunda semana de junio. «Hemos sido la primera Comunidad en hacerlo. Esta iniciativa es fruto del diálogo social y pone en valor la colaboración público-privada para hacer frente a la crisis y facilitar la recuperación», aseguran desde la confederación.

LOS PREMIADOS

A. M.

El proyecto femenino de Valencia Basket ha tenido una trayectoria ejemplar desde sus inicios, dando constantes pasos deportivos caracterizados, como siempre, por la cultura del esfuerzo que define la filosofía del Club. En el año 2016, la canasta sobre la bocina de Begoña Pallardó daba el ascenso a la Categoría de Plata. De esas jugadoras salió la base del equipo que lograría la permanencia en la categoría el año siguiente, y que en 2018 lograría la gesta de ascender a Liga Femenina. Esto último, además, lo hizo juntando a más de 6.000 personas, que acabaron viviendo una fase de ascenso para el recuerdo.

En tan solo unos años el equipo se ha profesionalizado y se ha instalado en la élite nacional del baloncesto femenino. En su primera temporada al máximo nivel, Valencia Basket logró disputar las semifinales ligueras, además de clasificarse para la Copa de la Reina. En la segunda participación, se alcanzaron también las semifinales coperas, y antes de que la pandemia detuviese la competición, el equipo estaba instalado en la cuarta plaza de la liga regular. En aquellos meses de confinamiento, el Club demostró que el baloncesto no tenía que parar, y volvió más fuerte que nunca, con el objetivo de seguir asumiendo retos y activando un deporte que cada vez tiene más adeptos en la Comunidad Valenciana. El esfuerzo que se realizó el año pasado se ha visto recompensado, y esta temporada el equipo ha dado un paso más allá: ha alcanzado tres finales y ha logrado el primer título de su historia, la Eurocup Women, demostrando con ello que su crecimiento también ha llegado a Europa.

Una temporada de éxitos

Este equipo también ha demostrado la capacidad que tiene para sobreponerse a las derrotas. La primera final que disputaron de la Copa de la Reina la perdieron, pero no llegaron con pocas fuerzas a la final de la Eurocup. Allí, se impusieron en un partido frenético contra el Reyer Venezia en Hungría, y acabaron levantando, por primera vez en su historia, un trofeo continental. La ambición no cesó y el Valencia Basket compitió hasta el final en la Liga Femenina Endesa, llegando a disputar la final. Hace unos días se hacía oficial que gracias al trabajo de esta temporada, el año que viene Valencia Basket disputará la fase previa a la EuroLeague Women, lo que de manera indudable supone un cierre de oro al trabajo realizado este año por el club.

PREMIO POR SU TRAYECTORIA DEPORTIVA Y POR LA CONQUISTA DEL PRIMER TÍTULO DE SU HISTORIA: LA EURO CUP

EL VALENCIA BASKET, UN EQUIPO IMPARABLE QUE QUIERE MÁS

Tras ganar su primer título continental, la temporada próxima disputará la fase previa a la EuroLeague Women

que Women, lo que de manera indudable supone un cierre de oro al trabajo realizado este año por el club.

El título y los éxitos de este equipo, dirigido por Rubén Burgos, son el premio a la apuesta clara por un club sin género, un proyecto de baloncesto global, que cada vez engancha a más y más aficionados, y que esta temporada ha hecho vibrar como nunca a la ciudad de València.

Instituciones, patrocinadores y sobre todo aficionados han vuelto a disfrutar del baloncesto femenino. Pero no solo València aplaude esta trayectoria. Valencia Basket se ha convertido en todo un ejemplo, y a día de hoy es una referencia a muchos niveles. Va creciendo el número de clubes que apuestan por proyectos femeninos, y va creciendo también, gracias a esta apuesta, el nivel de las competiciones, que cada vez

Futuro asegurado gracias a L'Alqueria del Basket

El presente está dando buenos frutos, pero es importante asegurarse un futuro para poder desarrollar proyectos continuados en el tiempo. Valencia Basket tiene las espaldas cubiertas, y cuenta con la mayor instalación de baloncesto de formación de Europa. Inició su actividad el 27 de septiembre de 2017, con el objetivo de convertirse en un centro generador de baloncesto, y desde entonces no ha dejado de crecer. Las cifras hasta el momento demuestran la consolidación de un proyecto que tiene canteras tanto masculina como femenina y que ya ha visto a 25 de sus jugadores ser convocados por la Selección Española.

tiene más atractivos. Prueba de ello es el regreso de muchas jugadoras que tuvieron que abandonar España para crecer en el mundo del baloncesto. Ahora regresan a las ligas nacionales porque ven futuro y opciones de crecimiento. Con su regreso, a su vez, se enriquece la competición. Todo apunta a que estamos asistiendo al despegue definitivo del baloncesto femenino, y ante el asentamiento del Valencia Basket como uno de los mejores de España. Ahora, la mirada ya está puesta en las competiciones internacionales.

Esto es solo el comienzo de un equipo que en 2016 aún jugaba en categoría nacional, y que ahora se enfrenta a los mejores conjuntos de toda Europa. En este contexto, ha sido muy importante también la apuesta que ha hecho el mecenas Juan Roig por el baloncesto. Sus frutos no se ven solo en el primer equipo, sino en toda la cantera femenina. A día de hoy, hasta tres jugadoras de categorías inferiores han debutado con el primer equipo. Todo esto hace de Valencia Basket el club con la trayectoria idónea para obtener reconocimientos, fuera y dentro del campo.



Vicente Solá, presidente del club, y Anna Gómez, la capitana, recogieron el galardón

D. N.

Terra Natura Benidorm es una propuesta pionera que permite recorrer, estudiar y conocer los ecosistemas de la Tierra a través de un viaje basado en la combinación de los conceptos de «zooinmersión» (contacto visual hombre-animal sin barreras aparentes) y «otredad» (sensación de desplazarse a diferentes países sin salir del recinto), donde se produce una fiel recreación escénica y vinculada a los elementos de la naturaleza: Pangea (fuego), Asia (tierra), América (aire) y Europa (agua). Para ello Terra Natura Benidorm cuenta con más de 1.500 animales de 200 especies diferentes, 54 de ellas en peligro de extinción, que conviven en sus 32 hectáreas. Y complementa esta propuesta con Aqua Natura, un parque acuático de ocio con atracciones destinadas a todas las familias, con más de 40.000 metros cuadrados repletos de toboganes y grandes piscinas, lo que convierte al complejo en una experiencia única en el territorio de la Comunidad Valenciana.

Es un gran proyecto que ha evolucionado de forma constante en los últimos años. Desde su creación sus responsables han adoptado medidas orientadas al crecimiento económico, la gestión eficiente de los recursos, así como al diseño de una plantilla laboral cada vez más estable y formada que fuera capaz de ofrecer un servicio a los clientes basado en la excelencia y dotado de los más altos estándares de calidad. Asimismo, se ha desarrollado una política de continua reinversión para mantener dicha calidad en infraestructuras y servicios.

«Nuestra misión es enfocar la actividad hacia la sociedad mediante un modelo sostenible, eficiente y rentable, aportando valor añadido a nuestros grupos de interés (clientes, proveedores, socios, empleados). Formamos parte de un Grupo diversificado de empresas. Debemos llevar a cabo una toma de decisiones lógica, seria y responsable, asegurando la satisfacción de las personas que se relacionan con nosotros», aseguran desde la empresa.

Terra Natura Benidorm busca al mismo tiempo «ser líder en la proyección de nuestro enfoque sobre la educación y el respeto a la naturaleza y al medioambiente, tratando de ser un referente en el sector del ocio y entretenimiento familiar y activo con una oferta singular y que aporte valor



Luis Perea Esteve, Director General de la empresa

PREMIO A LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

LA NATURALEZA COMO ESCUELA DE VIDA Y ENTRETENIMIENTO

Terra Natura Benidorm auna la lucha por la conservación de las especies y el entorno con una apuesta por la divulgación y el ocio

y conciencia social a nuestros clientes. La innovación mediante el uso de nuevas herramientas tecnológicas nos permite ofrecer una experiencia al usuario más completa y diferenciadora».

Un proyecto que se impulsa día a día bajo valores de excelencia: «Integridad y honradez. Humildad. Transparencia. Lealtad. Respeto por la naturaleza y el entorno. Conservación de especies. Divulgación y educación y calidad en el servicio». Terra Natura Benidorm pertenece a AIZA y

EAZA y colabora en numerosos proyectos de conservación e investigaciones científicas, participando en decenas de programas de reproducción a nivel europeo de especies en peligro de extinción (rinoceronte indio, elefante asiático, león asiático, siamang o el jaguar, etc.). Entre los principales hitos a nivel de conservación está ser el único zoológico de España que ha logrado la reproducción del rinoceronte indio en dos ocasiones.

Durante la pandemia, como

Una pionera aventura empresarial

Terra Natura fue creada en el año 2004 con el objetivo de dar a conocer al gran público, y al mismo tiempo proteger, especies animales en peligro de extinción desde una vertiente didáctica y lúdica. Esta novedosa aventura empresarial estuvo integrada inicialmente por diversos accionistas, aunque posteriormente pasó a formar parte —desde 2013— del Grupo Fuertes, el holding propietario de la firma El Pozo Alimentación, integración con la que se concretó su profesionalización como empresa y al mismo tiempo se obtuvo todo su apoyo financiero.

muchas otras empresas, reconocen que «hemos vivido momentos de incertidumbre y preocupación, donde las decisiones han ido enfocadas a la máxima seguridad y respaldo a los trabajadores y al público visitante. Ha existido un permanente compromiso para permanecer abiertos, siempre que las condiciones sanitarias y de seguridad lo han permitido, dado que se trata de un entorno natural y un espacio abierto.

Por tanto, la pandemia ha supuesto un desafío desde el punto de vista del negocio, en una situación marcada por la paralización del turismo y la crisis económica. «Hemos trabajado para superar estos obstáculos con esperanza, empatía, planificación, diferenciación y una comunicación efectiva», añaden fuentes de la compañía, que consideran que «este premio es un reconocimiento a nuestra trayectoria y nuestro compromiso con el cuidado de la naturaleza y la biodiversidad. La resiliencia demostrada desde nuestros comienzos nos ha permitido adaptarnos a actualidad que imponía cada momento, consolidándonos como referente dentro de la comunidad».

LOS PREMIADOS

L. R.

El Premio Excelencia en Implantología Dental ha correspondido a Clínica Peydro, un centro puesto en marcha por los hermanos Diego y Marta Peydro después de que acumularan varios años de experiencia trabajando para otras clínicas. «Llegó un momento en el que queríamos ofrecer algo distinto a los pacientes. Es ahí cuando surge Clínica Peydro en el año 2004. Vimos que los dos éramos muy complementarios. Diego lideraría la parte de ortodoncia y Marta la implantología y la estética dental. De esa forma, formábamos un buen tándem que a día de hoy permanece. Ambos, en nuestras parcelas, hacemos unos trabajos maravillosos», aseguran los dos hermanos.

A partir de ahí el proyecto ha cogido forma con el paso de los años, sustentado permanentemente en una filosofía muy clara: «Siempre decimos que en Clínica Peydro no cambiamos sonrisas, también mejoramos la vida de las personas. La transparencia, la honestidad y el trato cercano a la hora de explicar el plan de tratamiento hacen que los pacientes se sientan cómodos y seguros a la hora de acudir a consulta y que, finalmente, decidan decantarse por nosotros y no por cualquier otra clínica dental», informan desde la clínica. La experiencia de los doctores, el material premium con el que trabajan y la tecnología empleada han puesto el resto para hacer que Clínica Peydro sea líder en ortodoncia invisible e implantología en Valencia, con miles de casos tratados con éxito.

La trayectoria por tanto ha sido muy positiva. «Empezamos con solo un gabinete que nos turnábamos entre los dos, después tuvimos una clínica con varios gabinetes en el barrio de Malilla en Valencia y contábamos con un equipo que nos ayudaba», recuerdan los hermanos. Hasta «hace tres años, que nos mudamos al centro de la ciudad a una súper clínica con un diseño espectacular, nueve gabinetes, diez personas en el equipo... Contamos con la última tecnología y recibimos pacientes de todo el mundo». Después de tantos años, Diego Peydro es conferenciante y formador de otros odontólogos por todo el mundo y, al igual que Marta Peydro, lleva a cabo «unos trabajos espectaculares en las sonrisas de los pacientes», presumen en la clínica, en la que también, aseguran, «no hay caso que se nos resista. Muchas personas acuden a nosotros porque no pueden masticar, por tener una sonrisa en la que muestran

PREMIO A LA EXCELENCIA EN IMPLANTOLOGÍA DENTAL

CLINICA PEYDRO HERRERO, LÍDER EN ORTODONCIA INVISIBLE E IMPLANTES

Los hermanos Diego y Marta Peydro ha hecho de la transparencia y el trato cercano, junto al uso de la última tecnología, las bases de su éxito a la hora de ayudar a miles de pacientes

mucha encía o gente que se tapa la boca al sonreír. Les han dicho que tienen que extraerse dientes y nosotros destacamos por ofrecer una odontología conservadora; es decir, no extraemos dientes ni realizamos cirugías salvo en contadas ocasiones», afirman.

«Otra de las cuestiones que nos diferencia –añaden– es la pasión con la que afrontamos cada tratamiento que, por cierto, está completamente personalizado para el paciente. Somos unos enamorados de las sonrisas bonitas, por lo que buscamos la naturalidad en cada uno de los tratamientos que realizamos y estamos en continua formación, para estar a la última en todo tipo de tratamientos».

«Nosotros destacamos por ofrecer una odontología conservadora; es decir, no extraemos dientes ni realizamos cirugías salvo en contadas ocasiones»

Durante el confinamiento Clínica Peydro solo permaneció abierta un día a la semana para atender las urgencias dentales. La situación les llevó a mejorar su digitalización, y desde entonces hacen consultas on line, porque están acostumbrados a tratar a pacientes de todas partes del mundo. «Ahora, hemos retomado nuestra actividad al 100% y la acogida ha sido muy buena. No hemos parado desde entonces. Para nosotros adaptarnos a la ‘nueva normalidad’ no ha sido complicado, ya que siempre hemos desinfectado nuestros gabinetes entre paciente y paciente. Detrás de las mascarillas se esconden sonrisas preciosas, sonrisas Peydro», presumen.

Un reconocimiento a la experiencia y la formación continua

«Más que un premio, lo vemos como un reconocimiento a tantos años de esfuerzo y de experiencia. Llevamos años siendo números 1 en ortodoncia invisible e implantes dentales y vamos de camino a convertirnos en un referente en estética dental. Tanto la doctora Marta como el doctor Diego Peydro estamos en constante formación para ofrecer lo mejor de nosotros no solo a los pacientes, también a los odontólogos que formamos por todo el mundo. Estamos muy agradecidos con el premio, aunque para nosotros el mejor galardón es ver cómo los pacientes salen de consulta contentos con el resultado final de su tratamiento», aseguran.



El doctor Diego Peydro recogió el galardón



en el primero, por lo que la tendencia se consolida al alza con un aumento de precios y número de operaciones en la obra nueva, y con un inapreciable descenso en los precios de la vivienda usada». Reconocen que «de todo hemos aprendido, y es momento de apostar por el comercio local, tanto de productos como de servicios, de impulsar la digitalización para llegar a todos los rincones del mundo, fomentando el crecimiento de las empresas valencianas como motor de generación de empleo y capitalización de recursos económicos». Además, recuerdan, «los próximos años nos vienen retos inmobiliarios apasionantes y de gran calado social: la industrialización de la construcción, las smart cities, la rehabilitación, el deseado alcance de la eficiencia energética y la sostenibilidad, la recuperación del territorio rural, nuevas tecnologías aplicadas a la comercialización, el built to rent, las residencias para estudiantes en un sector cada vez más profesionalizado».

Regina García Pérez, CEO de la empresa, posa con el galardón a la Excelencia en el sector

do el crecimiento de las empresas valencianas como motor de generación de empleo y capitalización de recursos económicos».

más, recuerdan, «los próximos años nos vienen retos inmobiliarios apasionantes y de gran calado social: la industrialización de la construcción, las smart cities, la rehabilitación, el deseado alcance de la eficiencia energética y la sostenibilidad, la recuperación del territorio rural, nuevas tecnologías aplicadas a la comercialización, el built to rent, las residencias para estudiantes en un sector cada vez más profesionalizado».

Desde sus inicios, Casas del Mediterráneo ha apostado por la profesionalización y la ética en el sector, y así lo representa un equipo humano consolidado desde los comienzos de la compañía. «Nos preocupamos por formar talento y profesión. Aún en un sector con una alta rotación comercial se puede apostar por un empleo de calidad, que fomente la estabilidad y el compromiso». Además, tiene un compromiso permanente de evolución y innovación. Han aprovechado este año para terminar de implementar todas las mejoras tecnológicas y digitales que ofrece el sector. «Estamos a la vanguardia en gestión comercial inmobiliaria», aseguran. Las tecnologías han cambiado también la forma de dar a conocer un inmueble, han revolucionado todos los procesos. «Nos permite ofrecer un servicio más ágil y eficaz, más transparente, cómodo y seguro para todas las partes», añaden.

El interés de Casas del Mediterráneo por la preservación del medio ambiente les lleva a renovar cada año el Certificado ISO 14064 que reconoce el esfuerzo por reducir al mínimo los residuos y la emisión de gases de efecto invernadero. «Estamos comprometidos con la Agenda 2030 de la ONU, apostando por la defensa del medio ambiente y el diseño de ciudades, y recibimos con ilusión la adhesión de València a la Capitalidad Verde Europea para el 2024, en la que nos gustaría contribuir activamente», afirman.

Nuevos proyectos y expansión del modelo de compañía

«Cumplir 25 años es un orgullo para cualquier empresa y especialmente para nosotros, que la mitad del equipo la vimos nacer y crecer», explican desde la empresa. Aunque llegar hasta aquí no ha sido siempre fácil, «ponemos toda nuestra pasión ahora en un nuevo proyecto, Crece Casas del Mediterráneo, con el que a partir de este mes pretendemos expandir geográficamente nuestro modelo de compañía, buscando socios franquiciados para las mejores plazas, allá donde haya un alto potencial de generar cartera. La boutique inmobiliaria, de autor, con el objetivo de ofrecer cercanía y personalización en nuestro tecnológico y globalizado mundo», anuncian.

PREMIO A LA EXCELENCIA INMOBILIARIA POR SU TRAYECTORIA DE 25 AÑOS DE EXCELENCIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

SELECCIONAR EL MEJOR PRODUCTO INMOBILIARIO PARA OFRECER LA MEJOR CARTERA

Casas del Mediterráneo propone una oferta diferente, moderna e innovadora y primando la calidad sobre la cantidad, lo que la convierte en la empresa líder en el sector residencial urbano

E. M.

Casas del Mediterráneo, empresa experta en consultoría inmobiliaria que abrió sus puertas en Valencia hace ahora 25 años, celebra sus bodas de plata recibiendo el Premio a la Excelencia en su sector. Orgullosa de sus raíces mediterráneas, cuenta con una experiencia local y un modelo competitivo que le han permitido erigirse como el referente inmobiliario de la ciudad. Prestigio, ética y responsabilidad son los valores que mejor definen su marca, líder en el sector residencial urbano.

«En la selección está nuestra esencia. Seleccionamos el mejor producto para disponer de la mejor cartera. Calidad versus cantidad, esa fue nuestra decisión y la hemos mantenido en el tiempo», aseguran. Pero su verdadera diferencia estriba, dicen, en la manera de hacer las cosas, «porque el servicio lo ofrecen personas. Sabemos que la capacitación y la implicación de los empleados de Casas del Mediterráneo es la clave diferencial con respecto a nuestra competencia».

Una calidad de servicio excelente, y un profundo conocimiento sobre las preferencias de la de-

manda y la valoración de inmuebles, permiten a Casas del Mediterráneo ofrecer un know-how único y una propuesta diferente, más moderna e innovadora, sobre cómo vender en el 2021.

Recordando todavía «con horror» el año 2008, «al final, hemos crecido en empleo y cerrado el año 2020 mejor de lo esperado, aún a pesar de la pronunciada caída de casi el 28% de las ventas por el efecto covid en la ciudad de Valencia, siete puntos más que en el resto de la Comunitat. Y el ritmo de ventas de este primer semestre de 2021 está siendo muy positivo, mucho más en el segundo trimestre que

LOS PREMIADOS

PREMIO A LA CALIDAD E INNOVACIÓN EN LA FABRICACIÓN DE VENTANAS

CABAÑERO VENTANAS, EL TALLER DEL BARRIO QUE ACABÓ COMO UN EJEMPLO DE ÉXITO

La compañía, especializada en la fabricación de ventanas de aluminio y pvc, cuenta con doce tiendas repartidas por toda la Comunidad Valenciana, y también tiene proyectos en Europa, África y América



El presidente de la empresa, Juan Francisco Martínez Cabañero, recoge el galardón

L. R.

Hace ya 40 años, en Benimamet, los hermanos Cabañero abrieron un taller de carpintería metálica. Más tarde, su padre asumió las riendas del negocio. En aquella época lo desconocían, pero eran los cimientos de una de las empresas más potentes a nivel nacional e internacional en cuanto a fabricación de ventanas. En 1994 se trasladaron al polígono de l'Andana de Paterna, donde se encuentra situada la fábrica en la actualidad. Al hablar de Cabañero Ventanas estamos hablando de un taller de barrio que se ha ido consolidando y que a día de hoy cuenta con doce tiendas distribuidas por toda la Comunidad Valenciana, 16.000 metros cuadrados de instalaciones y una capacidad de

producción de 120.000 unidades al año.

Cabañero Ventanas cuenta con distintas líneas de negocio, y además de ventanas también fabrica toldos, persianas, pérgolas, sistemas de domótica, barandillas, puertas, estores, mosquiteras, mamparas... Esta variedad en la producción es uno de los puntos fuertes de la compañía, y según apuntan desde la misma, «una de las cosas que nos diferencia de la competencia, que suele estar especializada en una línea concreta». En Cabañero realizan todo el proceso completo, desde la fabricación hasta la instalación en casa del cliente, por lo que cada paso está cuidado al máximo. «También te diría que somos la única empresa en España que trabaja con marca propia y con red de tiendas propia», añaden.

Trasladar al mercado un

LA CLAVE

Una empresa muy ligada a la Comunidad Valenciana

Desde Cabañero Ventanas destacan que siempre se han reconocido e identificado como una empresa valenciana, ya que es aquí donde han puesto sus esfuerzos de crecimiento a lo largo de todos estos años. También juegan un papel importante su objetivo de generar empleo en la región, y actualmente cuentan con una plantilla de más de cien trabajadores. Por otro lado, buscan seguir diferenciándose de sus competidores y posicionarse como líder en innovación en el sector de las ventanas. Innovación y calidad, precisamente, son dos de las cuestiones que más han estado presentes en la compañía desde sus inicios.

producto de calidad media alta a un precio atractivo es el principal objetivo de la empresa, donde creen firmemente que la eficiencia les permite poder combinar estos aspectos y les posiciona fuertemente en el mercado. «Queremos que el cliente se sienta en casa cuando viene a vernos y conseguir asesorarle en la mejor solución para su hogar», afirman desde Cabañero. Y es que en esta compañía, ofrecerle lo mejor al cliente no pasa solo por los productos, sino también por los servicios de asesoramiento e instalación. Ofertan el acompañamiento durante todo el proceso, y realizan sin intermediarios el asesoramiento, la toma de medidas, el transporte y la instalación.

Planes de futuro

Dentro de los valores de la empresa, la innovación y el respeto al medioambiente son dos de los que más destacan. Respecto al primero, ya en 2006 se creó Cabañero Sensitive SI, un spin off que nace de su departamento I+D y que cuenta con patentes propias de un sistema de cerramiento sin perfiles vistos hasta ahora: todo de vidrio, con los estándares de aislamiento más elevados del mercado, con una estética minimalista y con una tecnología que no se conocía en el mundo de la ventana. En relación con el medioambiente, Cabañero parte de la base de trabajar con un aluminio que es 100% reciclable y un 80% reciclado. Disponen también de un punto limpio de reciclaje en sus instalaciones, y el último proyecto en el que están inmersos consiste en dotar de energía limpia a su maquinaria a través de una planta fotovoltaica de autoconsumo.

Sin embargo, Cabañero Ventanas no se conforma con lo logrado hasta ahora, y por ello ya miran al futuro. Llevan tiempo inmersos en un plan de crecimiento con el que esperan alcanzar las 20 tiendas en los próximos dos años, así como también pretenden ampliar su capacidad productiva, para lo que ya están dando sus primeros pasos. «Estamos convencidos de que en el sector se producirá una concentración importante y necesitamos ganar tamaño para ser uno de los que lideren esta nueva etapa del mercado», sentencian. Además de ser líderes en la fabricación de ventanas la empresa también tiene presencia en Alcoy, Castellón e Ibiza. A nivel internacional, ya cuenta con distintos proyectos en otros países de Europa, América y África.

PREMIO AL PLAN DE ACCIÓN DE APOYO AL HOGAR EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

MURPROTEC, EL MEJOR ALIADO FRENTE A LA HUMEDAD ESTRUCTURAL

Esta multinacional despliega los últimos avances del sector en ocho países europeos

L. R.

Murprotec es una multinacional europea de origen franco-belga, líder referente en España y Europa en tratamientos definitivos contra las humedades estructurales. La compañía, presente en Europa desde 1954 y en España desde el año 2000, realiza tratamientos exclusivos y patentados contra las humedades por condensación –el vapor de agua supera el 45% del ambiente interior–; filtraciones laterales –la que surge en sótanos, garajes o viviendas construidas por debajo del nivel del suelo cuando el agua de la tierra se filtra lateralmente hacia el interior– y capilaridad –aparece por los cimientos y muros.

La delegación de Levante, que engloba a la Comunidad Valenciana, Murcia y Albacete, abrió sus puertas el año 2006 y se ha convertido a lo largo de los años en una de las plazas más relevantes a nivel nacional dado el elevado volumen de negocio que generan estas regiones.

A la hora de señalar qué hace a Murprotec una empresa distinta dentro del sector, aseguran en primer lugar que «nos diferencia nuestra trayectoria de más de 60 años eliminando problemas de humedades estructurales. Se puede decir que creamos el sector. Este camino nos ha hecho evolucionar muchísimo, mejorar todos nuestros servicios y poder ofrecer garantías reales y testadas de nuestros tratamientos». Además, está «el peso que tenemos como compañía. Operamos en ocho países de Europa, contamos con un equipo de más de 350 técnicos especializados y realizamos más de 13.000

Valentín Ballesteros, director de Murprotec Levante, representó a la compañía en la ceremonia



LA CLAVE

Investigación y formación permanente del personal

Murprotec es una gran compañía con más de 350 técnicos y que acomete más de 13.000 obras al año. Sus dimensiones como empresa le permiten ofrecer un servicio que integra en su estructura laboratorios de investigación, centros de formación permanente para todo el personal técnico, así como el uso de materias primas de alta tecnología reservadas para el uso exclusivo de la firma. La compañía fabrica sus productos en Europa y puede ofrecer una garantía por escrito de hasta 30 años, algo impensable en muchos competidores. «La división de I+D es vital, y siempre se están desarrollando iniciativas para mejorar nuestra tecnología y los distintos procesos y poder seguir ofreciendo a nuestros clientes un servicio de calidad y siempre a la vanguardia», aseguran desde la compañía.

obras el año. Contamos con un amplio departamento de I+D y una estructura financiera y tecnológica que no tiene ninguna competencia en España y, lo más importante, que nos permite estar siempre a la vanguardia».

Evidentemente, el personal está muy centrado en su foco de negocio, pero «también en el desarrollo de acciones y proyectos que tienen como objetivo mejorar el bienestar y la salud de las personas. No dejamos un momento de analizar e idear propuestas para seguir mejorando nuestros procesos y abriendo camino en aquellos sectores donde no hemos llegado. Creemos que el sector de la construcción y, más específicamente, el de rehabilitación y reformas, tiene un papel fundamental en la sociedad ahora más que nunca», dicen desde la firma.

Los hogares se han convertido durante la pandemia en verdaderos refugios donde pasamos mucho más tiempo que antes. Por eso es esencial que las viviendas estén bien acondicionadas, pero, sobre todo, que sean seguras y salubres: «Las humedades son un problema grave para la salud y la estabilidad de los edificios, por eso nos tomamos nuestro trabajo como de pri-

mera necesidad y esencial. Por todo esto desde que pudimos retomar la actividad, nuestro equipo ha estado trabajando al 200% para dar solución inmediata a personas afectadas con humedades».

Durante el 2020 lanzaron el Bono de Protección Social para familias y empresas para el que destinaron más de 1,5 millones de euros en medidas para dar apoyo a familias y empresas con el objetivo de eliminar las humedades estructurales. La nueva campaña de Apoyo al Hogar es una continuación de esta labor. «Este premio reconoce nuestra labor social y nuestro compromiso con las regiones donde operamos a través de nuestro Plan de Apoyo al Apoyo al Hogar en la eliminación de humedades y calidad del aire. Este plan nace de nuestra preocupación por la seguridad y el bienestar de la sociedad, porque padecer humedades implica riesgos para la estabilidad de las estructuras y, sobre todo, para la salud, ya que desarrollan o empeoran síntomas respiratorios, alérgicos o reumáticos. Por todo ello desarrollamos medidas específicas para ayudar a erradicar el problema y tender la mano a todo valenciano que necesite de nuestra ayuda», aseguran.

LOS PREMIADOS

T. E.

El Premio a la Calidad Educativa de esta edición ha recaído en el Colegio Internacional de Levante, situado en las Cumbres de Calicanto, en una zona residencial de gran prestigio, en plena naturaleza y con una superficie de 35.000 metros cuadrados de extensión. De hecho, en sus inicios – fue fundado en 1970 por iniciativa de un grupo de profesionales de la educación –, el centro recibió el nombre de Colegio Calicanto debido a su ubicación. Funcionó de manera autónoma hasta que en el año 1994 se incorporó a la Institución Internacional SEK, institución que por su parte va a hacer 130 años de historia. De la unión surgió «una gran familia, tanto con sus antiguos alumnos de Calicanto como con los actuales del Colegio Internacional de Levante», recuerdan desde el centro.

Desde su fundación hasta la actualidad, el Colegio Internacional de Levante ha sido en un referente a nivel nacional e internacional tanto a nivel de instalaciones como en su didáctica, estando en la vanguardia educativa mundial. En él el trabajo individual y cooperativo, junto al trabajo experimental, son base esencial del aprendizaje.

Según sus responsables, «el esfuerzo de toda la comunidad educativa, centrándose en la preparación del alumno y en su individualidad y el estar abiertos a nuevas experiencias educativas ha hecho que seamos líderes en nuestro sector». Varios puntos diferencian al centro del resto, entre ellos «la verdadera internacionalidad del colegio, el hecho de que nuestros alumnos puedan participar activamente en actividades fuera de nuestras fronteras, pero sin salir del ámbito institucional, de tal manera que no pierdan las metodologías formativas. También tenemos la posibilidad de ofrecer varios programas internacionales a medida de nuestros alumnos». Asimismo, añaden, «la alta capacitación que tenemos sobre las nuevas tecnologías que nos otorga una posición difícilmente igualable».

Potenciar la pluralidad

La Institución Internacional SEK a la que pertenece el colegio tiene como misión «la educación del Ser Humano», recuerdan sus responsables, «mediante una actuación integral y global, potenciando la multiculturalidad y la diversidad de la comunidad plurinacional, multiétnica y heteroparlante que la forma y a la que presta servicio, a través de una dinámica de trabajo colaborativo

PREMIO A LA CALIDAD EDUCATIVA

UNA FORMACIÓN INTEGRAL CENTRADA EN EL ALUMNO COMO SER HUMANO

El Colegio Internacional de Levante, integrado desde 1994 en la Institución Internacional SEK, se encuentra a la vanguardia del sistema educativo de la Comunidad

y participativo que permita ofrecer unos niveles máximos de calidad y exigencia en todas sus acciones docentes, investigadoras y de extensión cultural y social que refleja la perspectiva universal del conocimiento».

Dentro de este conjunto de objetivos, su sistema educativo es objeto de permanente evaluación, de manera que se vaya adaptando a las demandas de la sociedad y se mantenga como modelo de vanguardia. «Fomentamos y financiamos la investigación en el campo de la educación y ofrecemos generosamente los hallazgos a otros centros. Frente al panorama de un mundo en continuo cambio, es preciso preparar al

alumno para que sea capaz de ajustarse a las nuevas demandas», aseguran.

Y una de esas nuevas demandas es la cuestión medioambiental: «Este tema está muy presente en nuestro sistema educativo, estamos firmemente comprometidos con la conservación y cuidado del medioambiente, favorecemos el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente y contribuimos activamente a la concienciación de la responsabilidad medioambiental. Uno de nuestros principios pedagógicos es el respeto por la naturaleza para que nuestros alumnos mantengan actitudes constructivas y responsables sobre ésta.

«La posibilidad de
ofrecer varios progra-
mas internacionales y
la alta capacitación
que tenemos sobre
las nuevas tecnolo-
gías nos otorga una
posición difícilmente
igualable»

Salvaguardar la educación de los alumnos frente al covid

En esta pandemia, «nuestro objetivo ha sido y es, que nuestros alumnos no vean comprometida su educación y formación por este indeseable acontecimiento. De hecho, a través de nuestra preparación en los sistemas tecnológicos, conseguimos no variar ni las programaciones, ni los horarios, ni los calendarios escolares en toda la pandemia», asegura el centro. «Fuimos previsores y nos adelantamos a los acontecimientos con una buena preparación a los alumnos y, por supuesto, con una gran dedicación de nuestro claustro académico», añaden.



José María Delgado, director del colegio, posa con el galardón junto a Ximo Puig y el delegado de LA RAZÓN

PREMIO A LA EMPRESA CONSTRUCTORA DEL AÑO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

UNA COMPAÑÍA FAMILIAR ENTRE LAS GRANDES CONSTRUCTORAS

Eliseo Pla y Miguel Ángel Pla representaron a esta empresa familiar en la gala de LA RAZÓN

Eliseo Pla Ramírez SL es un referente valenciano en el mercado de superficies comerciales, centros de salud, colegios y naves industriales. También construye viviendas y dispone de una amplia cartera a la venta

gunda generación de la empresa, hijos del fundador, lleva alrededor de 30 años integrada en la dirección de la empresa trabajando con los mismos ideales y voluntad de servicio».

El radio de acción de la compañía se ha ido extendiendo también, y a día de hoy mantiene diversos proyectos en marcha diseminados por toda la geografía española, la mayoría de ellos construcción y rehabilitación de supermercados para diferentes clientes. Entre los servicios que ofrece CEP SL está el de la construcción, donde es un referente en el mercado de superficies comerciales y naves industriales en el sector agroalimentario, así como la gestión y la construcción de suelo industrial y residencial, colegios y centros de salud. También son promotores, con un departamento técnico dedicado íntegramente a la promoción de viviendas. Trabajan como inmobiliaria –con una amplia cartera de viviendas y terrenos a la venta– y desarrollan antenimiento integral de centros comerciales y centros hospitalarios (Hospital La Fe, Centro Rehabilitación y Recuperación de Levante...).

Un año complicado

«Este ha sido un año complicado para la economía en general y también para nuestro sector a causa de la pandemia que a día de hoy todavía nos acompaña. Nuestro sector, como todos, se ha visto afectado por la incertidumbre que una enfermedad como esta ha producido de una manera global. Desde nuestra empresa hemos tenido que trabajar para adaptar nuestros procedimientos y que los trabajos puedan continuar de una manera segura y eficiente tanto para nuestros trabajadores como para nuestros clientes. Para nosotros la seguridad y la salud de nuestros empleados se ha convertido en una prioridad», reconocen.

El premio de LA RAZÓN «nos hace creer que las medianas empresas valencianas van adquiriendo su lugar en el sector de la construcción de la Comunidad. Eliseo Pla Ramírez SL lleva muchos años prestando sus servicios a diversos clientes y por tanto este reconocimiento nos lleva a pensar que estamos en el camino correcto». Además, quieren destacar que «éste es un reconocimiento a toda una vida de trabajo y dedicación de nuestro fundador Eliseo Pla Ramírez, que nos dejó este pasado año y que nos guía para que en cada actuación de la empresa esté presente su filosofía máxima de esfuerzo y atención integral a nuestros clientes».



T. E.

La empresa reconocida con el Premio a la Constructora del Año de la Comunidad Valenciana tiene su origen en el año 1958, cuando Eliseo Pla Ramírez, el padre de los actuales responsables, crea la firma para hacer pequeñas reformas en los municipios de alrededor. Pronto la empresa va creciendo y el fundador empieza a llevar personas a su cargo que le ayudan a emprender proyectos de mayor envergadura.

«Ya en sus inicios realiza trabajos para la Administración valenciana, donde son muy valorados sus servicios en el ámbito educativo pero, sobre todo, en el sanitario. Durante muchos años la empresa trabaja para la Consellería de Sanidad realizando tanto pequeñas reparaciones como reformas integrales de ambulatorios

y secciones de diversos hospitales de la Comunidad Valenciana», recuerdan en la empresa.

En poco tiempo la constructora va evolucionando y se adapta a las nuevas necesidades de los mercados. Empieza a emprender proyectos nuevos como desarrollo de suelos y construcción de edificios para uso terciario especialmente supermercados. Así hasta la actualidad. «Los servicios que hoy en día ofrece nuestra empresa abarcan todas las fases de cualquier proyecto que nos puedan encomendar nuestros clientes, de manera que, durante todas las etapas de los mismos ponemos su disposición personal

cualificado que realiza un seguimiento exhaustivo. Esta es nuestra filosofía, ofrecer atención personalizada para cada cliente y un apoyo permanente para la realización de cada proyecto», informan.

Los hijos del fundador de Construcciones Eliseo Pla Ramírez SL están convencidos del hecho de que «ser una empresa familiar es uno de nuestros puntos más fuertes.

A lo largo de 63 años desde que fue fundada, gracias al tesón y al buen hacer de nuestro padre, la marca Eliseo Pla Ramírez se ha convertido en un símbolo de confianza para cualquiera que pueda contratar nuestros servicios. La se-

«Los servicios que ofrece la empresa abarcan todas las fases de cada proyecto. Durante cada etapa se realiza un seguimiento exhaustivo por nuestro personal cualificado»

Rigor, seriedad y profesionalidad

«Nuestros principios modestos no fueron obstáculo para mostrar una imagen de seriedad y rigor en todas nuestras acciones. En base a estos valores hemos creado una de las principales empresas constructoras de la Comunidad Valenciana», aseguran. Con los años CEP SL ha ido conformando un equipo humano que les permite abordar cada proyecto con las máximas garantías de eficiencia y calidad: «Siempre al servicio de nuestros clientes y sus necesidades, adaptamos medios y recursos con el fin de dar soluciones óptimas en todas las fases de cada proyecto».

LOS PREMIADOS

PREMIO MEJOR EMPRESARIO DEL AÑO
DE LA COMUNIDAD VALENCIANAREFRACTA,
REFERENTE
A NIVEL
MUNDIAL EN
LA INDUSTRIA
DEL CEMENTOSu capacidad de invención ha sido clave para
mantenerse con éxito 81 años en el mercado

L. R.

Refractarios Especiales S.A., más conocida por su nombre abreviado de Refracta, es una empresa valenciana que, como buena parte de la industria pesada española, parecía condenada a la desaparición en las décadas de los pasados años 80 y 90. Sin embargo, gracias a su capacidad de especialización, la invención y la internacionalización, esta compañía cumplirá 81 años el próximo mes de diciembre.

Nacida en 1940, se ha consolidado como un referente internacional en el desarrollo de la industria del refractario, destinada al sector del cemento. Esto ha sido posible gracias a los tres pilares que la sustentan. El primero de ellos es, sin duda, disponer de un asesoramiento técnico muy profesional. Cuentan con un potente equipo de especialistas del refractario, lo que les permite ofrecer las soluciones técnicas más avanzadas del mercado, y resolver así los problemas concretos a los que se enfrentan los clientes. Otro pilar pasa por tener las soluciones y los productos más avanzados del mercado. Esto deriva de la enorme apuesta que la empresa ha hecho por el I+D+I, lo que le ha hecho disponer de soluciones técnicas y productos refractarios conformados y no conformados, avalados por patentes internacionales, que consiguen resultados únicos en el mercado.

Por último, los buenos resultados no habrían llegado si no hubiera un servicio de calidad. Refracta ofrece asistencia técnica en cada uno de nuestros proyectos, liderando al equipo de instala-

Pedro Fajardo
Solá, presidente
ejecutivo de
Refracta



LA CLAVE

Productos revolucionarios
para el sector

Al hablar de Refracta hablamos de un referente internacional en el desarrollo de la industria del refractario para el sector del cemento. Inventaron un par de productos revolucionarios, que fueron un ladrillo y un hormigón con una vida útil muchísimo mayor de lo que se conocía en la época. Si en lugar de seis meses un ladrillo rinde dos, tres o cuatro años, el cliente no necesita nada de la empresa en dos, tres, cuatro años. Este fue el motivo que llevó a Refracta a salir fuera de España, ya que por fuerza necesitaba muchos más clientes. En los años 90 se lanzó a la conquista de los cinco continentes, y lo consiguió. Esto supuso a su vez una especialización drástica, que provocó que dejaran de abastecer a la siderurgia, la industria petroquímica, el vidrio, las fritas o el aluminio, y se enfocaran así exclusivamente en el sector del cemento.

ción, asesorando y cerciorándose de la correcta aplicación de sus productos, su puesta en marcha y su funcionamiento.

Pedro Fajardo, presidente ejecutivo de Refracta, no se muestra muy a favor del término I+D+I, una terminología que califica de «burocrática». Él prefiere hablar de «invención». Cuando en 1997 se colocó por primera vez en un horno de cemento de Almería el hormigón PF y, al año siguiente, se colocó en esa misma instalación el primer ladrillo R2000, pocos se podían imaginar que se estaba cambiando por completo la forma de fabricar refractarios en todo el planeta. El tiempo se encargaría de demostrar que eran productos únicos, con una durabilidad y una resistencia a la abrasión, a las altas temperaturas y a los ataques químicos impensables para la época. Y Fajardo, que se enfundaba personalmente la bata blanca en el laboratorio, los había logrado, precisamente, a base de contravenir las teorías asentadas, las que habían funcionado hasta ese momento, basadas en principios que parecían inamovibles. Se de-

safiaron las reglas y las convenciones para intentar salvar la situación dramática en la que se encontraba la empresa. «En la miseria ves un montón de cosas que no ves en la opulencia», afirma Fajardo, que recuerda la importancia vital que supuso estar rodeado de un equipo valiente que soportó situaciones extremas para salvar la empresa.

Fajardo sacó adelante una empresa modesta si la comparamos con las gigantes del refractario de Alemania, Japón o América a los que se enfrenta, grupos transnacionales que acaparan el mercado internacional y que muchas veces poseen minas propias. «A las empresas pequeñas no les queda otra opción que la creación continua», reflexiona el presidente de Refracta. A día de hoy, Refractarios Especiales es una de las empresas españolas presentes en un mayor número de países, casi un centenar. Y el mercado internacional absorbe el 80% de sus ventas, llegando a veces al 90%. Esta presencia en el exterior pone a salvo a la empresa de los vaivenes del mercado interior.

T. E.

Forfle, S.A.U. tiene su origen en el 2 de mayo de 1996 con la compra de una empresa del mismo sector, ubicada en las instalaciones que ocupa actualmente en Sagunto. Tras un arranque esperanzador, acometió una primera ampliación que finalizó en mayo de 1997 y, dados los buenos resultados y expectativas de negocio, completó una segunda que dio lugar a las definitivas instalaciones tal y como las conocemos hoy en día. «El objetivo en aquel momento era afianzarnos y ser un referente a nivel nacional. Podemos afirmar a día de hoy, que hemos cumplido el objetivo», aseguran desde la compañía.

¿Cómo ha llegado hasta aquí? «Desde la creación de la empresa, Forfle, S.A.U. ha ido avanzando de la mano de nuestros clientes y de sus necesidades y adaptándonos en los cambios continuos del mercado. Todo ello conlleva adaptar las líneas de producción y la operativa del día a día para ser más eficientes, llegando a triplicar la producción desde nuestros inicios hasta hoy. En estos momentos, Forfle, S.A.U. tiene en su plantilla a 66 empleados que hacen posible cumplir nuestras metas», explican en la compañía.

La confianza de los clientes se la han ganado asesorándolos y adaptándose a sus necesidades, aunque saben que para un cliente lo más importante es cumplir con la calidad, precio y servicio. «Estos tres elementos deben formar un todo indivisible, si alguno falla, los otros dos se ven afectados, y esto no es lo que espera el cliente», sentencian sus responsables. Por tanto, su filosofía es firme en este concepto «y estamos muy satisfechos con la optimización alcanzada, aunque siempre estamos en guardia ante cualquier mejora de procesos que podamos implementar en nuestra organización».

Personalización, calidad e inmediatez del servicio son pilares fundamentales de la filosofía de la empresa, que ofrece al mismo tiempo los materiales específicos para el sector económico destinado, en este caso, el de las energías renovables. «Hay que añadir que la esencia de una relación comercial es la que esperamos cualquiera de nosotros cuando compramos algo y nos convertimos en clientes. ¿Qué esperamos? Que nos traten bien, que el producto tenga la calidad requerida y que el precio sea correcto; esta es nuestra filosofía más elemental, así como mantener el enfoque en las nuevas perspectivas del mer-



José Antonio Romeo tras recibir el galardón

PREMIO AL COMPROMISO CON LA CALIDAD EN LA TRANSFORMACION DE PRODUCTOS SIDERÚRGICOS

FORFLE, S.A.U. PISA FUERTE EN EL SECTOR DE LA SIDERURGIA

Ha triplicado su producción desde sus orígenes gracias a su inmejorable relación calidad-precio y su atención personalizada

cado global con mentalidad largoplacista, que es la que actualmente nos ha proporcionado los resultados deseados», aseguran.

Compromiso medioambiental

Dentro de esa mentalidad largoplacista, «tenemos un compromiso total y firme con la protección del medioambiente. En el presente año, hemos obtenido la certificación ISO 14001 de Gestión Medioambiental, habiendo superado satisfactoriamente las auditorias correspondientes».

De esta forma, afirman, por un lado protegen el medioambiente gestionando y reciclando todos los residuos generados por la industria, mitigando el impacto de los mismos en el ecosistema y devolviéndolos con su reciclaje a la cadena de consumo, y por otro lado, actuando de forma coherente, dada su vinculación con los principales productores nacionales en energías renovables, de los cuales son proveedores, demostrando así el compromiso con su labor.

La innovación, esencial en el desarrollo de nuevos productos

Dentro del objetivo de ofrecer un servicio de calidad y personalizado a sus clientes, en la estrategia de Forfle, S.A.U. ocupa un lugar realmente importante la innovación: «Estamos en contacto permanente con nuestros proveedores para conocer de primera mano el desarrollo de nuevos productos siderúrgicos, conocer sus propiedades y dirigirlos a los mercados que estimamos convenientes», aseguran desde la dirección. Previamente a la introducción en el mercado, «lógicamente, se realizan las pruebas y ensayos necesarios para garantizar la idoneidad y fiabilidad del producto», añaden.

Respecto a la situación de la empresa a lo largo de este año largo de pandemia, admiten que «fue un golpe muy duro para el mundo en general y para nuestro país en particular. Hubo un parón brutal de todo y una indefinición durante unos días en el que las empresas nos quedamos fuera de juego. Superado esto, y al ser calificada como industria esencial (nuestros productos estaban destinados a la exportación y al mercado básico nacional), retomamos nuestra actividad volviendo a la “normalidad” en pocos días. Cabe decir, que el impacto en Forfle, S.A.U., ha sido y es prácticamente nulo, tanto en términos productivos como económicos, de lo cual estamos muy satisfechos».

El premio recibido al Compromiso en la calidad en la transformación de productos siderúrgicos reconoce, aseguran, su «evolución ascendente en los últimos años, propiciada por una trayectoria definida desde nuestros inicios y que se corresponde con la estrategia a largo plazo que ahora está dando plenamente los resultados deseados. Tenemos la confianza absoluta de que esto va a seguir así y pondremos en ello todo nuestro empeño».

LOS PREMIADOS

L. R.

Export Trading Textil es una empresa con una larga trayectoria en este sector, concretamente en artículos de textil-hogar. Desarrolla, diseña y fabrica un amplio catálogo de artículos que suponen el global del textil que forma parte de todo tipo de hogares, en base a una constante exploración de nuevas oportunidades de negocio, constante investigación de nuevas tendencias y materiales: artículos de cama, baño y hogar, los cuales adapta a las especificaciones demandadas por sus clientes.

La empresa nace en el año 1993, de manos del padre del actual director, pero pronto su hijo, Vicente Martínez, que se encontraba estudiando, se une a esta aventura como emprendedor. La arraigada tradición del textil hogar en la Comunidad Valenciana es la que hace que se dediquen a este sector. Los inicios fueron en un cochera propia adaptada como almacén, con tan solo cuatro personas, todas de la familia y con facturación anual que apenas llegaba a los 100.000 euros. Así que no ve otra opción de crecimiento que coger las riendas a nivel comercial y empieza a establecer una red comercial a nivel nacional, de gran importancia en el sur. Alrededor del año 2003 comienza a viajar a países como Pakistán, Alemania o China, donde compraba los tejidos y traía en contenedores a España, a unas instalaciones ya más grandes, en las que se cortaban y estampaban los diseños.

Gran relación calidad-precio

La gama de artículos entonces era pequeña, pero se vendían grandes cantidades que permitían seguir innovando y creciendo. La principal diferencia de sus productos con el resto era la relación calidad-precio de los artículos, que seguía creciendo desde sus inicios (actualmente cuenta con dos sellos de calidad BCI y BSCI). Así hasta llegar a la actualidad, en la que la empresa tiene varias líneas de negocio. Aunque en un principio adquiere alguna licencia reconocida, más tarde crea marcas propias como Eden o Karamelo.

Cuenta además con tiendas propias desde 2006 situadas en la Comunidad Valenciana, además de realizar distribución a nivel nacional y en Portugal en el mercado tradicional. No es hasta 2014 cuando finalmente adquiere también la conocida marca don algodón. «La apertura hacia otros mercados internacionales es ya

PREMIO LIDERAZGO EN CALIDAD DE PRODUCTOS TEXTIL-HOGAR

ESTILO, DISEÑO Y EXCLUSIVIDAD PARA VESTIR TODOS LOS HOGARES

Export Trading Textil lleva casi 30 años como líder de su sector gracias a la innovación adaptada a las necesidades del cliente

una realidad para nosotros. La forma de trabajar y el know-how de nuestros profesionales, respaldan estas uniones empresariales focalizadas a largo plazo», informan desde la empresa.

«Trabajamos constantemente en el análisis de tejidos, procesos y tendencias apostando por la creación continua de nuevos productos y colecciones, esto nos lleva a cubrir las necesidades de nuestros clientes ofreciendo soluciones innovadoras a un mer-

cado cada vez más competitivo», asegura la firma. «Exclusividad, calidad, pro actividad y una importante proyección de futuro son características de Export Trading Textil», declaran, para lo cual cuentan con un equipo humano centrado en tareas de I+D+I cuya premisa es dar un valor añadido a sus artículos. «El estilo y el diseño son indispensables en nuestros artículos y para ello contamos con personal altamente cualificado y estamos pre-

Gestión honesta y responsable

Export Trading Textil mantiene a lo largo de más de 20 años de trayectoria su «compromiso y la mejora continua, lo que nos lleva a contar con procedimientos eficaces y claramente definidos, ofreciendo una atención personalizada, tiempos de respuesta breves y facilitando información clara y detallada» a los clientes. La compañía lleva a gala su compromiso con una «gestión ética y honesta» tanto con clientes como con proveedores, «siendo responsables en materia de derechos laborales y respetuosos con el medio ambiente», afirman.

sentes en ferias internacionales para optimizar nuestros recursos», añaden.

Los últimos meses han sido duros, admiten, «por la paralización de toda la actividad, aunque nuestro sector no se ha visto tan perjudicado como otros. La venta online de la marca a través de www.donalgodon.com o del resto de marcas, a través de www.llar-textil.es se disparó dada la importancia que cobró toda la ropa de hogar en esos momentos. Nunca habíamos tenido tanto tiempo para dedicarle a nuestra casa». Durante este tiempo la empresa realizó diversas donaciones a residencias de la tercera edad y centros de acogida de ropa de cama. Incluso a médicos que tuvieron que desplazarse a otras ciudades para atender pacientes con el fin de hacerles sentir «un poco más en casa».

Este galardón otorgado por LA RAZÓN es recibido como un nuevo reconocimiento a «una empresa que lleva años en el sector y se ha convertido en un referente en el textil hogar. El proyecto de futuro va encaminado a la idea de ofrecer al cliente una experiencia única, convirtiendo su casa en un hogar».



Vicente Martínez Moscardó, gerente de la compañía, posa con el galardón

PREMIO A LA INNOVACIÓN Y AL DESARROLLO DE SOLUCIONES PARA LA AGRICULTURA SOSTENIBLE

BC FERTILIS, NUTRIENTES DE ÚLTIMA GENERACIÓN PARA LOS AGRICULTORES DEL FUTURO

La empresa elabora desde hace casi 20 años productos modernos que priorizan la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente a la vez que consiguen aumentar el rendimiento de los cultivos



Manuel Maestre Núñez, CEO de la empresa, posa con el galardón entre Ximo Puig e Iñaki Zaragüeta

A. G.

«**L**a nutrición vegetal es nuestra razón de ser», reza el eslogan de Bc Fertilis. Una máxima que cobra más sentido si cabe en una sociedad que cada vez más exige productos sanos y el respeto del medioambiente. Así, en Bc Fertilis fabrican «nutrientes de última generación y de calidad contrastada que aumentan el rendimiento de los cultivos, comercializando con éxito nuestros productos en cuatro de los cinco continentes. Disponemos de capacidad y autonomía para desarrollar nuevos productos en base a formulaciones innovadoras y con materias primas de la mejor calidad, alcanzando grandes logros en la agricultura moderna», destacan.

El camino para llegar hasta aquí no ha sido fácil. La empresa comienza en 2007 como continuidad natural de una actividad comen-

zada diez años antes fabricando, gestionando y recomendando fertilizantes y bioestimulantes vegetales en la Comunidad Valenciana. «La necesidad de expandirse, mejorar las instalaciones y dedicarse principalmente a la exportación, fue una motivación para crear una empresa propia, y ahí comenzó la aventura», confirman desde la empresa.

El equipo inicial fue de cinco personas ya con experiencia. Después, «extrapolar los logros ya conseguidos a otros lugares y mejorar continuamente ha sido la motivación que nos han llevado siempre adelante. Estos 14 años han sido de constante evolución a nivel empresarial y también como familia profesional, que hemos ido ampliando. La honestidad, competitividad y consideración con el consumidor final (que no es nuestro cliente), es una receta con muchas posibilidades de éxito a pesar de las diferentes dificultades que hemos afrontado», afirman.

LA CLAVE

Una larga cadena en la que cada eslabón importa

En Bc Fertilis consideran esencial la empatía con todo agente de la cadena: «la sociedad como perceptora de alimentos sanos y seguros; el productor agrícola después, dándole soluciones a sabiendas de la difícil tarea que debe acometer; técnicos y profesionales de la distribución de insumos mediante la venta consultiva, empleados, proveedores y familias, han de quedar todos satisfechos», dicen desde la empresa. Por otro lado destacan que «la selección de nuestros clientes no se ha basado en términos principalmente económicos, si no en que estos fuesen capaces de transmitir nuestra manera de pensar y realizar las cosas. Eso es lo que nos ha llevado a encontrar empresas —principalmente jóvenes— con ganas de aportar esta filosofía al mercado y ellos y nosotros hemos ido creciendo juntos de la mano», añaden.

En esta trayectoria la innovación y el medioambiente «han ocupado un lugar primordial en la proyección de la empresa, invirtiendo la mayor parte de nuestros esfuerzos en crear instalaciones que permitan reducir de manera importante el nivel de plásticos que los productos bioquímicos que manejamos necesitan para su embalaje. Todo ello genera además un ahorro logístico por menor transporte de agua, lo que implica menos huella de carbono, ahorro en materiales de envasado, etc. que han permitido que podamos pagar el costo de recuperar nuestros envases/plásticos una vez usados por el agricultor sin haber incrementado el costo al usuario y mi-

«Nunca la ciencia ha desarrollado de forma más profesional y técnica las herramientas y soluciones que usaron nuestros abuelos»

nimizando el impacto ambiental». Es una obligación de todos, añaden, guiarse «no solo por la ética y la voluntad de mejorar el medioambiente, debemos de buscar alternativas. También puede motivarnos el ahorro».

Por otro lado, el cuidado del medioambiente está en el ADN de Bc Fertilis: «La sostenibilidad de la agricultura pasa por mantener la fertilidad de los suelos, el cuidado de las áreas verdes sensibles. Apostamos por recuperar el eslabón que se perdió cuando a los agricultores tradicionales les llegaron los avances de la química. Se abandonaron modelos de trabajo, soluciones tradicionales de cultivar con total respeto al medio, nunca dio tiempo a la ciencia a desarrollar de forma más profesional, técnica y adaptada a las necesidades del agricultor actual aquellas herramientas y soluciones que usaron nuestros abuelos, reconocen.

Recuperando algunas de estas técnicas tradicionales y apoyándose en el marco legal de la UE, Fertilis dispone de cultivos de saúce ya establecidos y extrae la saúcina que ayuda a los cultivos a mantenerse sanos de una forma tan natural. En la misma dirección avanzan con otras plantas como equisetum, ortiga, plantas autóctonas cuyos extractos totalmente naturales se convierten en herramientas que los agricultores pueden utilizar.

LOS PREMIADOS

En 1905, Louis Blanc fundó Maf Roda en Argelia, introduciéndose así en el sector frutícola gracias a la producción de manzanas. Después de casi 60 años, en 1962, la compañía fue un paso más allá y comenzó a fabricar calibradores de frutas. Philippe Blanc, actual presidente del Grupo Maf Roda, junto a sus compañeros de la Escuela Nacional de Ingenieros de Tarbes, creó las primeras calibradoras electrónicas y automáticas, toda una revolución para el sector. Este fue un momento clave que convirtió a esta compañía en una empresa de tecnología e ingeniería al 100%. Aun así, en la actualidad sigue conservando su productora de Manzanas en Montauban (Francia), que sirve de fuente de conocimiento y experimentación para el desarrollo de nueva tecnología.

Proyectos, no productos

La tecnología e innovación han sido el motor y corazón de Maf Roda, que comenzó su internacionalización durante los años 90 y 2000, y se expandió por España, Italia, Portugal, Estados Unidos, Chile, México, Australia, Nueva Zelanda, China y Sudáfrica. En total cuentan con 16 filiales alre-

PREMIO AL LIDERAZGO EN SOLUCIONES TECNOLÓGICAS ENFOCADAS AL SECTOR DE LAS FRUTAS Y LAS HORTALIZAS

MAF RODA, EMPRESA LÍDER A NIVEL MUNDIAL EN SOLUCIONES AGRÍCOLAS

El calibrado, la clasificación electrónica y el envasado de frutas y verduras frescas son algunas de las líneas en las que esta empresa desarrolla su trabajo

dedor del mundo y con más de 50 agentes comerciales. Esto les permite tener presencia en los cinco continentes y en más de 45 países, formando una familia de más de 1.200 empleados. En Valencia cuentan con fábrica propia y con uno de los siete centros que tienen de I+D. Entre los trabajadores de taller, ingenieros mecánicos y electrónicos, equipo comercial y administrativo, más

de trescientas personas trabajan en la filial valenciana.

Maf Roda apuesta no por vender productos, sino por proyectos totalmente personalizados que se adaptan a las necesidades de cada cliente. «Nos convertimos en partners de su proyecto. La gran diferencia frente a nuestra competencia, aparte de la excelencia en innovación tecnológica, es nuestra fabricación cien por cien in-

tegrada, algo único en el sector. Al ser fabricantes del proceso completo, somos los únicos capaces de desarrollar proyectos 360º llave en mano totalmente a medida», explican desde la compañía.

Dentro de este contexto de colaboración y cercanía con los clientes, el medioambiente es uno de los temas que más preocupan y ocupan a Maf Roda. «Somos conscientes de la necesidad de reaccionar y poner sobre la mesa soluciones que nos permitan a nosotros y a nuestros clientes

proteger el medioambiente», explican. Para ello, centran su trabajo en tres vías diferentes en materia de sostenibilidad: la reducción de desperdicios, la utilización eficiente del agua y el uso de materiales reciclables.

Sin duda, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el sector alimenticio en materia de sostenibilidad está relacionado con los desperdicios. Como solución, Maf Roda utiliza siste-

mas de visión artificial con los que realizan una selección de la fruta, con el fin de aprovechar la máxima cantidad posible. Por otro lado, también emplean maquinaria que permite aplicar tratamientos que alargan la vida útil de la fruta. Ambas acciones ayu-

dan a reducir los desperdicios. Al margen de esto y en relación con el agua, cuentan con sistemas de tratamiento y filtración que permiten reducir su consumo, haciendo líneas mucho más eficientes. Y, por supuesto, disponen de maquinaria para el envasado de la fruta que utiliza recipientes ecológicos, lo que contribuye a reducir el uso de plásticos.

El compromiso que tiene Maf Roda con el medioambiente va de la mano con el que se establece con el cliente. La comprensión de sus necesidades y expectativas es un valor fundamental que ha marcado el pasado y el presente de la compañía, y que guía sus pasos de cara al futuro.

La filial valenciana de Maf Roda, ubicada en Alzira, es la más importante del grupo a nivel facturación, solo por detrás de la matriz francesa



Christophe Blanc, director general de Maf Roda para Iberia, Latam & China, posa con su galardón

La innovación, base de su crecimiento

La principal fuerza que mueve al grupo, y lo que le hace destacar sobre el resto, es su compromiso con la innovación tecnológica, a la que destina una inversión anual y constante del 3%. Esto les ha permitido registrar más de 60 patentes a lo largo de su historia. También cuentan con siete centros de I+D, uno de ellos ubicado en Valencia y los otros seis repartidos alrededor del mundo. Desde allí desarrollan tecnología punta, siempre próximos al cliente, lo que les permite escuchar y conocer de primera mano sus problemáticas y ofrecerles una solución rápida y adaptada a su necesidad.



incrementar considerablemente nuestra capacidad de producción y que ésta, además, incrementa nuestro ya elevado nivel de calidad», apunta Mercedes José Giner, directora general de la empresa. Una calidad que va muy de la mano con el departamento I+D+i de la empresa, donde se realiza una exhaustiva labor de investigación e innovación en el desarrollo de nuevos productos, adaptados a las

Mercedes José Giner, directora general de Forenqui, junto a Ximo Puig e Iñaki Zaragüeta tendencias actuales de consumo. En las formulaciones que usa el laboratorio, se utilizan los mejores componentes,

ya que es la única forma que tienen de asegurar el rendimiento óptimo de sus productos.

Pero la innovación no acapara todos los esfuerzos de Forenqui, donde también se tiene muy en cuenta el respeto al medioambiente. Por ello, tienen un compromiso de «Vertido 0», que hace referencia a que no se producen vertidos en ninguna de las fases productivas ni en la elaboración de productos de la marca. «Buscamos siempre utilizar componentes y materiales cada vez menos perjudiciales para el medioambiente», sentencian.

Lucha contra la pandemia

Con la llegada del coronavirus, Forenqui abandonó el desarrollo de nuevos productos para sumarse a la lucha contra la pandemia y poner su granito de arena en ayudar a derrotar al virus. Centró su actividad principalmente en desarrollar su gama de productos hidroalcohólicos, que incluyen geles, toallitas higienizantes y limpiadores de superficie. «Podíamos y queríamos contribuir en la contención de la propagación del covid, aportando nuestro granito de arena a la sociedad. Fueron días duros, pero todo el personal de Forenqui estaba implicado en esta labor. Hoy, visto en perspectiva, no podemos nada más que sentirnos muy orgullosos del esfuerzo realizado», cuentan desde la empresa.

Para cumplir su objetivo de hacer llegar a todos los hogares productos eficaces y de calidad, Forenqui sigue lo que han denominado «la filosofía de las 5 C's»: Compromiso, con sus clientes y sus productos; Confianza, que se ha conseguido tras una larga experiencia en el sector de la cosmética; Calidad Total, con productos 100% fabricados en España; Conciencia, con clientes, empleados y el planeta; y Credibilidad, ya que si dicen que algo funciona, lo hace.

PREMIO A LA INNOVACIÓN, CON MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA, EN EL SECTOR DE LA HIGIENE Y COSMÉTICA

LABORATORIOS FORENQUI, MÁS DE 30 AÑOS COMO REFERENTE EN COSMÉTICA

La calidad de sus productos y la incorporación de las últimas tecnologías han hecho que supere a multinacionales y esté presente en Europa, Latinoamérica, África, Asia y Oriente Medio

L. R.

La andadura de Laboratorios Forenqui arrancó en 1987 y estuvo ligada a la fabricación y comercialización de desinfectantes de uso industrial y de productos orgánicos tensioactivos de uso industrial y doméstico. Ya en la década de los 90, la empresa decide dar un giro y centrarse en el sector de la cosmética, higiene personal y ambientación. Esa aquí cuando empieza su actividad exportadora, una actividad que no ha dejado de crecer con los años y que ha provocado que en la ac-

tualidad Forenqui está presente con sus productos en países de Europa, Latinoamérica, África y Oriente Medio.

La evolución que ha tenido la empresa hasta ahora ha sido muy positiva, sobre todo si se tiene en cuenta que opera en un sector muy competitivo, en el cual la innovación es un factor diferencial y donde se pueden encontrar multinacionales con marcas reconocidas a nivel mundial. Forenqui compite de tú a tú con estas firmas, e incluso las supera en algunas gamas o productos diferenciados. «La experiencia en el sector cosmético de nuestro

equipo profesional ha posibilitado nuestro crecimiento y nos ha permitido posicionarnos en el mercado», explican desde la compañía.

Inversiones futuras

Pero llegar hasta aquí no ha sido suficiente para Forenqui, y quieren más. Para ello, están realizando importantes inversiones y aplicando diferentes cambios en sus plantas de producción, incorporando maquinaria de última tecnología en sus procesos de fabricación y envasado y desarrollando una nueva sala de biocidas. «Todo ello nos va a permitir

Capacidad productiva y especialización

En Laboratorios Forenqui supervisan el proceso de sus productos desde el inicio hasta el final. Idean, investigan, desarrollan, fabrican, envasan, diseñan y lo ponen al alcance del consumidor. Todo ello con la calidad y la excelencia que les caracteriza y que les ha permitido desarrollar su actividad durante más de 30 años. Su trabajo se centraliza en una planta que posee una gran capacidad de producción y desde la que se controlan todos los procesos en marcha. En la actualidad cuentan con más de 3.000 metros cuadrados de instalaciones, que siguen en continua expansión.

LOS PREMIADOS

PREMIO PRODUCTO DEL AÑO A PAPILOCARE COMO MEJOR TRATAMIENTO PARA EL VPH

PROCARE HEALTH IBERIA AVANZA EN LA LUCHA CONTRA EL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO

La compañía ha desarrollado el primer tratamiento que previene y trata lesiones cervicales derivadas de este virus, que se calcula que en algún momento padece el 80% de la población



Carine Emsellem,
directora de
asuntos
científicos y
médicos de
Procure Health

L. R.

Procure Health es un laboratorio farmacéutico que nace en 2012 para enfocarse en la salud y el bienestar de la mujer. Se trata de una compañía con sede central en España y capital 100% privado, aportado, en su mayoría, por antiguos miembros de P&G Pharmaceuticals. Se ha convertido en una compañía con presencia en cinco países. En España divide su actividad en dos ramas: reumatología y salud femenina. Cuenta con un equipo formado por 110 personas, de las cuales un 54% son mujeres. En la actualidad cuenta con un portafolio de siete productos en el mercado, que pueden adquirirse en farmacias y parafarmacias. Poniendo el foco en I+D, Procure es una compañía en continuo crecimiento y con una clara apuesta

por la innovación y la salud femenina.

Buscar soluciones terapéuticas naturales e innovadoras es el objetivo fundamental de esta marca, algo que consigue gracias a la formulación, desarrollo e investigación clínica de productos propios, destinados todos ellos a aportar mejoras en el campo de los tratamientos de la salud de la mujer. Desde sus inicios, han logrado identificar necesidades latentes y formular, investigar, desarrollar, producir y lanzar una gama de productos especialmente indicados para la salud femenina. Sobre todo, para aquellas que se encuentran en edad posmenopáusica, una etapa de la vida especialmente afectada por los cambios hormonales.

La innovación es un componente esencial para Procure Health, que ha apostado firmemente por avanzar y buscar nue-

vas soluciones dirigidas a la salud de la mujer. De hecho, un 30% del presupuesto de innovación está reservado para la investigación sobre principios terapéuticos de origen natural. En este marco, centra sus esfuerzos en la obtención de soluciones innovadoras y, sobre todo, más naturales, para la salud de la mujer. Un campo que hasta la fecha se ha basado casi en exclusiva en terapias que incluyen un elevado compuesto hormonal.

Contra el VPH: Papilocare

El virus del papiloma humano (VPH) es uno de los más comunes dentro de las enfermedades de transmisión sexual. De hecho, se calcula que un 80% de las personas, mujeres y hombres, la ha padecido alguna vez. Procure ha desarrollado un producto llamado Papilocare® y se trata del primer tratamiento que logra prevenir y tratar las lesiones cervicales causadas por esta infección, en torno a la que hay mucho desconocimiento.

Estamos hablando del primer tratamiento no invasivo del VPH que cuenta con respaldo científico, particularmente por el Ensayo Clínico Paloma, un estudio aleatorizado, multicéntrico y controlado con práctica clínica habitual que se inició en 2016 y cuyo objetivo principal es evaluar el grado de reparación de la mucosa cervical en mujeres con VPH de entre 30 y 65 años de edad, con resultado citológico de ASCUS/LSIL e imagen de colposcopia concordante a los tres y a los seis meses, tanto para la población total como al grupo de control de placebo.

Además, incluye un objetivo secundario, que es evaluar el aclaramiento del VPH tras haber aplicado el tratamiento de Papilocare durante seis meses. Entre las principales conclusiones de este estudio en relación a Papilocare®, se encuentra la normalización de las lesiones cervicales a los seis meses en un 88% de los pacientes infectados por VPH de alto riesgo y un aclaramiento de VPH en el 63% de este mismo grupo de pacientes.

A pesar de no tener una larga andadura, la compañía cuenta ya con 110 colaboradores en Europa, repartidos entre España, Francia y Portugal. Su éxito viene derivado de la capacidad que ha tenido para identificar necesidades latentes y formular, investigar, desarrollar, producir y lanzar una gama de productos innovadores, poco agresivos y basados en componentes naturales, orientados al tratamiento de la salud vaginal y sexual de la mujer.

LA CLAVE

Grandes resultados a pesar de la pandemia

Teniendo en cuenta la situación tan complicada vivida durante el año 2020 debido a la crisis sanitaria ocasionada por el nuevo coronavirus, para muchas empresas ha sido complicado hablar de buenos datos y resultados. Sin embargo, al tratarse de otro tipo de afección médica y, gracias a la aplicación de medidas especiales que han favorecido el despliegue de su plan de digitalización y su expansión internacional, desde Procure Health cerraron el año pasado con una facturación neta de 11,7 millones de euros, lo que ha supuesto un 25% más que en su ejercicio anterior.

PREMIO MEJOR CONSULTORÍA DE NEGOCIOS
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

COFIAL CORPORATE FINANCE: LA EXCELENCIA COMO OBJETIVO

La compañía hace suyo el «Modelo de gestión de la calidad total» para sus clientes

D. N.

«Somos una boutique de M&A (Fusiones y Adquisiciones) dedicada al corporate finance y al business consulting». Así se presenta y define COFIAL Corporate Finance, una empresa valenciana con más de 15 años de trayectoria profesional en el sector de la consultoría estratégica de negocio, fusiones y adquisiciones.

En 2014, cuando asume la dirección de la empresa Julio Cobo, su actual socio-director, empieza una fase de crecimiento basada en dos metas: buscar servicios de mayor valor añadido y desplegar un plan de apertura de nuevas oficinas por todo el territorio nacional. «Siempre con el objetivo de asesorar a nuestros clientes en procesos de venta, de financiación, fusión, adquisición y cualquier tipo de operación corporativa que requiera el desarrollo de la estrategia empresarial», aseguran en la firma.

Los principales rasgos que les caracterizan y diferencian en su servicio a los clientes son: Modelo de gestión basado en LA CALIDAD TOTAL; DAR sin esperar a RECIBIR; Centrarnos en pocos servicios, buscando siempre la EXCELENCIA; Confidencialidad y Discreción; e Implicación. Son rasgos que funcionan a modo de principios fundacionales: «Estos valores son los que nos definen y los que avalan la confianza que depositan en nosotros cada uno de nuestros clientes. Somos un equipo multidisciplinar, con un compromiso firme con el respeto al medioambiente, y que aportamos un valor humano a cada proyecto empresarial en los que tra-

Julio Cobo Carbonell, socio-director de la firma, fue quien recogió la estatuilla



LA CLAVE

Oficinas en Valencia, Madrid y Barcelona

La compañía cuenta con una importante red de contactos y profesionales especializados en el complicado y competitivo campo de las fusiones y adquisiciones. En la actualidad trabaja con un equipo fijo integrado por más de 15 profesionales, además «de una importante experiencia en operaciones corporativas en multitud de sectores donde hemos conseguido los mejores resultados», comentan desde la firma. En la actualidad la empresa cuenta con oficinas en Valencia, Madrid y Barcelona, pero también con acuerdos estables de colaboración que reafirma su presencia en las comunidades de Murcia, Andalucía y País Vasco. Una presencia que compaginan con la estrategia de concentrar la actividad de la empresa en un número reducido de servicios que le permita asegurar un nivel de calidad excepcional en la prestación de los mismos, con la excelencia como objetivo.

bajamos», aclaran, siempre del lado del empresario e integrándose en la organización para conocerla de primera mano. Por ello, aseguran, «nuestros valores están presentes en todos nuestros proyectos, todos los proyectos en los que intervenimos son relevantes. No importa el tamaño de la empresa, para nosotros todas son importantes», añaden.

Asesorados por profesores y colaboradores, tomaron la decisión de adoptar el que denominan «Modelo de gestión de la calidad total», que busca en todo momento «satisfacer por igual, y con la misma intensidad, a clientes, empleados, colaboradores y proveedores, a la sociedad y al capital». Un modelo de negocio que parte de la premisa de cómo puede COFIAL mejorar la sociedad. Esta idea de servicio les ha permitido consolidarse como un referente del sector: «Nos sentimos orgullosos de haber ayudado a muchas empresas y empresarios a lograr sus objetivos, participando y haciendo posible sus proyectos de transformación social. Nuestro principal activo son nuestros em-

pleados y nuestros colaboradores. Sin ellos no hubiera sido posible alcanzar el nivel de excelencia en la prestación de nuestros servicios. Valoramos el grado de implicación de todos ellos en el proyecto COFIAL y las ganas de mejorar día a día», aseguran.

No hay duda de que la pandemia ha provocado un shock en todos los sectores económicos. También en el sector en el que opera COFIAL. No obstante, de toda crisis surgen nuevos retos –afirman– y, a pesar de las dificultades, COFIAL no solo ha mostrado su alto nivel de resiliencia sino también que toda crisis es una oportunidad de mejora. «La pandemia ha puesto de manifiesto las carencias latentes del tejido empresarial y, en este sentido, nos ha brindado la oportunidad de actuar donde somos mejores: ayudando a las empresas a adaptarse a los nuevos escenarios, consiguiendo financiación, atrayendo inversores nacionales y extranjeros, en definitiva, creando estructuras de capital más eficientes, más resilientes», concluyen.

LOS PREMIADOS

A. M.

El Premio al Éxito Empresarial como Operador en Transporte y Logística Nacional e Internacional de esta edición ha recaído en Rafa Grau Transport. Es una aventura nacida en 2004 con un solo camión dedicado al transporte de cítricos del campo, y en diez años el trabajo de un autónomo se multiplicó hasta la creación de Rafa Grau Transports S.L.U., una compañía con base en Villanueva De Castellón desde donde da servicio de transporte agrícola e industrial dentro y fuera de España. Desde 2014 el crecimiento es constante y pese a las dificultades que todos hemos vivido en los últimos meses, se plantea el futuro con las mejores perspectivas.

«Actualmente contamos con una flota de 102 cabezas tractoras y 195 semirremolques. Trabajamos en toda España, Portugal, Francia y puntualmente en otros destinos y, lo más importante, trabajamos con 105 conductores propios muy experimentados, además de 180 autónomos dedicados durante todo el año que nos aportan solvencia y seguridad», informan desde Rafa Grau Transports S.L.U.. En total la plantilla de la compañía asciende a 124 personas y la facturación se ha incrementado en un 1.600% por ciento en los últimos seis años.

Este crecimiento en personal, medios y resultados permiten a la empresa ofrecer en la actualidad un servicio global: «Tenemos la capacidad de ofrecer cualquier tipo de transporte a nuestros clientes. Desde los inicios nos especializamos en el trabajo con los cítricos, somos valencianos y llevamos el campo muy adentro, pero actualmente ofrecemos todos los servicios propios del transporte. El punto clave es ofrecer al cliente una batería de soluciones a todas sus necesidades en materia de logística y transporte», aseguran.

Porque «para nosotros lo más importante son nuestros clientes, la idea es poder llegar hasta ellos con un servicio de calidad. Nosotros nos encargamos del apartado logístico para permitirles a ellos concentrar sus esfuerzos en sus tareas de producción y comercialización. Nuestros clientes dirigen la distribución y nosotros nos encargamos de la logística», insisten sus responsables.

El sector del transporte ha sido durante estos meses de pandemia uno de los etiquetados como esenciales. Con una crisis tan profunda como ésta el abastecimiento de bienes de consumo ha estado garantizado en todo momento. «Cuando todos estaban en casa,



Rafael Grau Richart, CEO de la empresa, tras recibir la estatua

PREMIO CASO DE ÉXITO EMPRESARIAL COMO OPERADOR EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

LA MEJOR OPCIÓN PARA LLEGAR A CUALQUIER LUGAR

Rafa Grau Transports S.L.U. ha salido al exterior con un incremento de facturación de un 1.600% en seis años

nuestros trabajadores han tenido que salir con los miedos e incertidumbres que había para poner en marcha nuestros servicios y hacer llegar las mercancías a cada punto del país», recuerdan. «Los efectos de esta crisis han sido graves en lo personal y todavía están por llegar en muchos casos. Hay muchas empresas que han cesado su labor y clientes que pasan por situaciones muy difíciles y aún tienen que pasar muchas cosas para que sepamos cómo volveremos a

disfrutar de cierta normalidad», lamentan desde Rafa Grau Transports S.L.U..

Sector complejo

A estas dificultades se une el hecho de que la realidad del sector del transporte es muy compleja. Por una parte, desde el punto de vista laboral, y por otro desde el punto de vista de la normativa: «La falta de conductores profesionales dificulta nuestra labor. Los jóvenes no pueden asumir el coste de forma-

El éxito de un equipo y unos clientes volcados con el proyecto

En Rafa Grau Transports S.L.U. admiten que son un caso de éxito. «Echando la vista atrás, la empresa ha crecido mucho y bien gracias al esfuerzo de todo el personal que ha trabajado y trabaja actualmente con nosotros, tanto en las oficinas centrales, en el taller como en la carretera. Ellos son la clave del éxito de esta empresa junto con la confianza de nuestros clientes, alguno de los cuales lleva más de diez años con nosotros. Formamos un gran equipo y tenemos claro que el objetivo no es otro que ofrecer el mejor servicio al cliente y hacerlo con la mayor rapidez», aseguran.

ción para acceder al carnet de conducir. Las autoridades deberían facilitar esto porque es una posible salida a los problemas de empleo juvenil que este país sufre de forma endémica. Por otra parte, la normativa relativa a tiempos de conducción y descanso no se ajusta a la realidad del sector ni a las necesidades de nuestros clientes. La seguridad es lo primero, en eso estamos todos de acuerdo, pero deberíamos actualizar esta normativa», reclaman desde la compañía.

Pero pese a la pandemia y los problemas propios del sector del transporte, éste está en continua evolución y Rafa Grau Transports SLU está ya apostando por un futuro más sostenible, que es una de las claves de su negocio en el presente y en el futuro: «El uso de Megacamiones y los nuevos Duo-trailers reducen considerablemente la huella de carbono de nuestra compañía y la de nuestros clientes. Por otro lado, estamos avanzando en una propuesta de gestión total en materia de logística para facilitar a nuestros clientes la posibilidad de externalizar sus esfuerzos en materia de distribución».

M. S.

En el año 2010 nace Trivee Properties con la filosofía de desarrollar viviendas más vanguardistas. Sus orígenes descienden del grupo de empresas creado por Antonio Pedrera Soler, padre de los actuales propietarios de Trivee Properties, que estaban destinadas al sector textil. En los años ochenta del pasado siglo comenzaron a diversificar sus actividades y se introdujeron en el sector de promoción de urbanizaciones, ubicadas a lo largo de la mayor parte de Costa Blanca, tales como Villamartín, Las Ramblas o La Finca.

Con un «know-how» de más de 40 años de experiencia en la promoción inmobiliaria, esta firma decidió aprovechar la oportunidad en el sector, que cambiaba de tendencia y se evolucionaba. Decidieron entonces desarrollar un producto con una arquitectura más minimalista, siendo pioneros en su zona. Así pudieron ofrecer a sus clientes, principalmente europeos, una opción totalmente distinta a las del mercado.

Trivee Properties ofrece una amplia variedad de productos de alta calidad, como viviendas adosadas, bungalows, dúplex, apartamentos, áticos de lujo o villas. La mayoría de sus conjuntos residenciales cuentan con amplísimas zonas verdes e instalaciones como spas, gimnasios y piscinas exteriores o interiores. El objetivo de esta compañía es que su cliente disponga de todas las comodidades posibles dentro del residencial, contando además con una ubicación inmejorable en zonas de costa.

La calidad, la seriedad y un diseño cuidado con las bases con las que trabaja esta promotora inmobiliaria. «Siempre buscamos desarrollar un producto innovador y único que se adapte perfectamente a todo tipo de cliente. Todos nuestros residenciales son diferentes en su diseño y distribución, ya que intentamos ofrecer un producto de calidad a la par que personal», apuntan desde la marca, antes de añadir que «creamos hogares como si fuéramos a vivir nosotros».

La Costa Blanca es una zona muy reclamada por el turismo europeo, que llega motivado por las buenas condiciones climáticas, las playas y los servicios. Este tipo de turistas tiende a buscar una vivienda como segunda residencia con la que puedan disfrutar del estilo de vida mediterráneo. Después de diez años de trayectoria, podemos hablar de Trivee Properties como la marca que creó una tendencia concreta

PREMIO MEJOR PROMOTORA INMOBILIARIA EN LA COSTA BLANCA

TRIVEE PROPERTIES-PASSION LIFE, VANGUARDISMO EN LA COSTA BLANCA

Actuando como urbanizadores y promotores de conjuntos residenciales, esta marca ofrece viviendas de calidad que suponen un atractivo para los turistas europeos

en el sector inmobiliario de la Costa Blanca Sur. A pesar de la competitividad y de las últimas circunstancias económicas derivadas de la pandemia, la empresa sigue creciendo y adaptándose a las nuevas necesidades.

Secuelas de la pandemia

La pandemia de la COVID-19 frenó el turismo y, por tanto, gran parte de la actividad de esta marca. «Tuvimos que reinventarnos, buscando nuevos sistemas de venta y apostando por la digitalización. Sin embargo, nuestras necesidades pasan por el avance de la vacunación. Es nuestra esperanza para que el sector vuelva

El principal objetivo de esta compañía es mejorar cada día la calidad de sus productos, por ello nunca repite un mismo modelo y ofrece a cada cliente lo que necesita

a alcanzar los ritmos que se tuvieron en 2018 y 2019», explican. Teniendo ya la vacunación a buen ritmo, ponen la vista en el futuro y auguran buenos tiempos para el sector: «Creemos firmemente que nuestro cliente va a tener una mayor predisposición que antes a adquirir una vivienda como segunda o incluso primera residencia, y así poder disfrutar del estilo de vida mediterráneo».

Las nuevas tecnologías también serán un factor clave, y ya están cambiando la forma tradicional de comercializar. «Hay que abordarlas para poder seguir creciendo de manera equilibrada y eficaz», sentencian.

Urbanización Villamartín, referente para los golfistas

Una de las urbanizaciones propiedad de Trivee Properties es la de Villamartín, que gracias a su amplia infraestructura de servicios se ha convertido casi en una ciudad más del Mediterráneo. Desde hace 40 años sigue siendo el atractivo turístico preferido de los golfistas gracias a sus prestigiosos campos. En un complejo residencial de este calibre, hay todo tipo de servicios bien desarrollados. Cuenta con múltiples centros comerciales, que incluyen restaurantes, bares, tiendas de moda, supermercados, bancos y farmacias.



Francisco Pedrera Martínez, CEO de Trivee Properties-Passion Life

LOS PREMIADOS

L. R. E.

El nombre de Airclinic surge de un concepto clave para esta clínica: un nuevo aire, una nueva tendencia en medicina. Esta empresa surgió con la intención de darle un soplo de aire fresco a la forma actual de trabajar en medicina estética facial y capilar. Una oferta asistencial actualizada con técnicas novedosas y un trato siempre amable y cercano al paciente marcan la forma de operar de esta firma, que surgió en Alboraya (Valencia) en 2015.

Anteriormente y desde el año 2004 se dedicaban a la medicina estética en otra localidad, pero sus ganas de crecer y la necesidad de un mayor espacio para ampliar sus instalaciones les llevaron a buscar un local más grande donde pudieran ejercer ampliamente toda su oferta asistencial. Esto les permitió especializarse aún más al integrar también la medicina capilar más actual.

En Airclinic son conscientes de lo importante que es la actualización y la formación continua en el mundo de la medicina. Utilizar técnicas obsoletas se traduciría en pacientes que no alcanzarían nunca los resultados esperados. «Para poder ofrecer lo mejor a nuestros pacientes, es imprescindible mantenernos al día en las últimas técnicas de tratamiento y trabajar con productos de excelente calidad que no produzcan complicaciones», apuntan desde la firma. En esta clínica apuestan por tratamientos personalizados que se adaptan a las necesidades concretas de cada paciente, porque entienden que cada persona es única y por ello buscan ofrecerle justo lo que necesita. De esta forma, logran su principal objetivo, y es que cada paciente reciba el mayor beneficio posible: «Su satisfacción y su agradecimiento es lo que nos hace crecer y la mejor publicidad para nosotros», afirman.

Pacientes, no clientes

El respeto hacia la naturalidad y la prevención son algunos de los valores que han marcado la forma de trabajar de esta firma, que ofrece a sus pacientes un trato especializado. Desde la clínica explican que «la relación médico-paciente es el pilar fundamental de cualquier acto médico», y que ellos apuestan «por una relación de confianza, no por el enfoque actual que predomina en otros centros donde se busca únicamente productividad, olvidándose por completo del término paciente». Tratar al paciente de manera digna, empática, amable



La doctora Susana Collado López tras recibir el galardón

PREMIO CLÍNICA DEL AÑO EN MEDICINA ESTÉTICA Y TRASPLANTE CAPILAR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

UNA MEDICINA ESTÉTICA PERSONALIZADA Y NO AGRESIVA

A través de las últimas tecnologías, Airclinic ofrece a sus pacientes tratamientos personalizados y resultados naturales

y personal es la única manera de trabajar que se concibe en Airclinic.

Esta firma es consciente del auge que actualmente está viviendo la especialidad de medicina estética, y que cada vez son más las personas que se preocupan por su cuidado y su aspecto físico. El interés por mantenerse joven y ofrecer una buena imagen ha dejado de ser tabú, y es una evidencia que estar satisfe-

cho con el físico de uno mismo puede incluirse en el concepto de bienestar y salud de la OMS (Organización Mundial de la Salud), que no hace solo referencia a lo corporal, sino también al bienestar en la esfera psíquica. En relación con esta afirmación existen artículos científicos que comparan el efecto que producen los tratamientos de medicina estética con los efectos de los fármacos antidepresivos.

Adaptación a los tiempos de pandemia

La llegada del confinamiento el año pasado provocó que Airclinic tuviera que recurrir a la «telemedicina», lo que le permitió seguir estando en contacto con sus pacientes y realizarles el seguimiento oportuno. Se establecieron consultas virtuales, y cuando se incorporaron a la rutina normal, con todos los protocolos de seguridad necesarios, recibieron muy buena respuesta por parte de los pacientes que estaban deseosos de retomar sus cuidados médico-estéticos después de pasar largos y duros meses reclusos.

De cara al futuro, Airclinic pretende seguir estando a la vanguardia en tratamientos e implementar nuevas tecnologías. Además, esperan que con el auge creciente en medicina capilar sean más los varones que se acercan a su consulta, ya que cada día es mayor la demanda del cuidado estético entre la población masculina. Por ello, seguirán potenciando esta área e intentando ofrecer tratamientos avanzados adecuados que, de ser necesario, incluirán el trasplante capilar.

Este crecimiento del sector ha venido ligado con el aumento del intrusismo laboral. Desde Airclinic defienden la necesidad de apostar todavía más por un mayor control y regulación en la legislación sobre la competencia médica en tratamientos estéticos, con el objetivo de salvaguardar la seguridad de los pacientes. La seguridad, precisamente, es una de las características de la firma que más valoran sus clientes a través de las reseñas que reciben en internet: «Agradecemos que se nos valore con mucho cariño y que se destaque nuestra profesionalidad», sentencian desde la clínica.

Belleza natural a precios competitivos y asequibles para todos

En los más de veinte años de trayectoria, Natural Solter se ha mantenido fiel a su filosofía de «hacer belleza de forma natural y ecológica a precios competitivos y asequibles. Estamos convencidos de que es posible hacer productos que embellecen la piel, sin agredir a la naturaleza y al mismo tiempo accesibles para todos», dicen. Una filosofía que también ha primado en los últimos meses, «particularmente difíciles para todas las empresas, cada una con sus particularidades. En Natural Solter demostramos que somos flexibles y podemos rápidamente adaptarnos a las necesidades del mercado; hemos podido retomar la fabricación de cosmética y maquillaje y hacer belleza con nuestros productos».

PREMIO AL COMPROMISO CON LA COSMÉTICA NATURAL Y ECOLÓGICA

NATURAL SOLTER, PIONERO EN LA FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS ECOLÓGICOS

Más de 20 años de trayectoria avalan el trabajo de una compañía en constante evolución en busca de productos para el cuidado de la piel y el maquillaje extraídos de la naturaleza

E. M.

Natural Solter es una empresa especializada en la fabricación de cosmética ecológica para terceros. En su laboratorio crean productos a medida para sus clientes, productos que fabrican en sus instalaciones de Pedreguer, Alicante, dotadas de la más alta tecnología. «Acumulamos veinte años de experiencia desarrollando productos ecológicos para el cuidado de la piel y ahora también productos de maquillaje», informan.

Natural Solter nació en el año

1998, cuando Miguel Ángel Devesa decidió hacer pomadas con ingredientes naturales. A partir de ese momento, Natural Solter se embarcó en la fabricación y comercialización de cosmética ecológica, convirtiéndose en pioneros del sector.

Después, veinte años después, la compañía decidió dar un paso más allá para introducirse en el campo de la investigación y el desarrollo de una línea completa de maquillaje ecológico, que incluye pintalabios, sombras para los ojos, polvos para la cara, coloretes, rímel y delineadores de ojos. «Fue un proyecto que nació en las

instalaciones de nuestro laboratorio y hoy estamos orgullosos de contar con maquinaria de última generación para la producción de esta nueva línea de productos», informan desde la empresa.

Los laboratorios de Natural Solter cuentan con la certificación de las certificadoras de productos ecológicos más reputadas en Europa, las cuales avalan que siguen las mejores prácticas para el desarrollo de cosmética y maquillaje ecológico. Esto les permite comercializar sus productos con avales de natural, vegano y/o ecológico, según los requerimientos de sus clientes. «Natural Sol-

ter ofrece un producto y un servicio que se ajustan a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, los cuales provienen de España y de otras zonas del mundo. Cada vez más se nos acercan clientes del resto de Europa, Inglaterra, el medio Oriente y continente americano», confirman.

En la empresa son muy conscientes de que el sector de la cosmética y el maquillaje ecológico está viviendo un momento de gran importancia, debido a que las personas cada vez se interesan más por su bienestar corporal y espiritual y por consumir y utilizar productos que provienen de la naturaleza, extraídos y producidos de manera sostenible, y que conducen a un bienestar general. «Esto nos satisface mucho puesto a que tenemos más de veinte años acumulando conocimientos y experiencia, y notamos que el mercado cada vez lo valora más. Es un sector muy dinámico, en el cual el consumidor siempre está demandando nuevos productos y eso nos satisface, pues mantiene nuestra capacidad de desarrollo e innovación muy vivos y siempre delante de las tendencias del mercado», aseguran.

En cuanto a esas últimas demandas del mercado, dicen, «en este momento estamos notando una creciente demanda por la cosmética sólida, derivada de prácticas orientadas a la disminución del uso del plástico. Por ejemplo, el shampoo sólido, el cual fabricamos en nuestras instalaciones y el cual viene en una presentación de pastilla, como la de un jabón sólido, para sumarse al esfuerzo de reducir el uso del

plástico. Es un proyecto en el cual estamos trabajando y en el cual vemos mucho interés».

Miguel Ángel Devesa, director ejecutivo de la empresa, fue el encargado de recoger el premio de LA RAZÓN

La dirección de Natural Solter ha agradecido el Premio al Com-

promiso con la Cosmética Natural y Ecológica de LA RAZÓN después de una intensa trayectoria en que no ha parado de invertir en conocimiento, tecnología y mejores prácticas para ofrecer al mercado los mejores productos de cosmética y maquillaje ecológico. «Hemos consolidado un equipo de profesionales talentosos, y en equipo hemos logrado que Natural Solter sea merecedor de este reconocimiento. Recibimos este homenaje con mucha alegría de que sea reconocida nuestra larga trayectoria en el sector y el trabajo de todo el equipo de Natural Solter», aseguran.



LOS PREMIADOS

E. M.

En plena crisis del año 2012 surgía Visor Fallarrest Nets, gracias a un pequeño equipo de personas que pusieron el foco en la técnica, tanto a nivel de producción y asesoramiento a los clientes, como a nivel de exportación. Se trata de una fábrica de redes de seguridad y elementos de seguridad colectiva, en la que se aglutinan todos los procesos productivos. También es una fábrica de productos sanitarios, sector que manejan exactamente de la misma manera que el de las redes de seguridad.

Como todos aquellos proyectos que se generan solo con ilusión y pocos ahorros, esta compañía no estuvo exenta de problemas en sus inicios. En esos años España atravesaba una crisis financiera sin precedentes, y el acceso al crédito les resultó imposible durante los tres primeros años de su andadura, pese a que tener cifras buenas y un nivel de exportación importante. Esa dificultad al acceso de fuentes de financiación ajenas creó en Visor una particular manera de observar el devenir de los acontecimientos y

PREMIO EMPRESA LIDER EN FABRICACION DE REDES DE SEGURIDAD PARA OBRAS Y TEXTIL SANITARIO DE INNOVACIÓN

VISOR FALL ARREST NETS, LA IMPORTANCIA Y EL VALOR DE LA SEGURIDAD

Fabrican redes y elementos de seguridad colectiva. También han sabido desarrollar una nueva línea de productos sanitarios

de prestar atención a lo que realmente es importante: hacer las cosas de la mejor manera posible. Sabían que el proyecto saldría adelante. «Siempre tenemos presente aquellos primeros años donde, con una hoja de cálculo, controlábamos los gastos de manera ardua. No comprábamos ni un lápiz a crédito si no teníamos la certeza al 100% de poder pagarlo. Actualmente seguimos

esa misma filosofía», cuentan desde la empresa. Empezaron en una pequeña instalación de 750 metros cuadrados, y en este momento ya disfrutan de unas instalaciones de 4.000, que está previsto sean ampliadas. «Tenemos un ambicioso plan de expansión a cinco años. Todavía pretendemos generar más cadena de valor y más empleo en la Vega Baja del Segura», apuntan.

Esa necesidad de expansión ha sido lo que les ha hecho desarrollar una nueva línea de trabajo: se trata de una tecnología sanitaria preventiva de investigación, donde están desarrollando productos respiratorios de innovación, desechables y que inhiben el SARS COV2 en segundos. «Es algo más que una mascarilla tipo EPI convencional, y no solo destruye el coronavirus, sino también otros virus como la gripe o bacterias resistentes a los antibióticos», narran desde Visor.

La propuesta de esta marca va siempre mucho más allá del producto, por eso su lema es «More than Nets» («Más que redes»), porque fabrican sistemas de protección colectiva, no simples redes o cuerdas. Son soluciones que aportan al sector desde un punto de vista técnico. Son capaces de adaptar o diseñar sistemas con redes de seguridad y otros elementos como acero y aluminio, a obras de construcción de cualquier tipo, que presenten se-

rios problemas de prevención de riesgos laborales frente a caídas a distinto nivel. Más allá de fabricar o vender, ofrecen un servicio completo en todos los ámbitos: planificación preventiva, adecuación de medios o sistemas, propuestas de valor en servicio de los trabajadores, formación e incluso instalación.

En Visor apuestan por la honestidad y la transparencia, lo que les ha hecho ganarse la confianza plena de sus clientes, a los que consideran como sus socios

La filosofía de la empresa es seguir trabajando con humildad, y buscar el constante aprendizaje. «Cuanto más aprendamos, más podremos poner al servicio de nuestros clientes y de la sociedad», defienden. Desarrollar nuevos proyectos, mejorar los procesos productivos, investigar nuevos materiales, mejorar sus propias condiciones de trabajo y aquellas en las que intervienen son los objetivos principales que tienen de cara al futuro. Un futuro, sin duda, prometedor. Y es que la compañía pretende incrementar su capacidad en materia de seguridad en un 30% para el próximo año.

Maravillas Viudes Perelló, CEO de la compañía, posa con el premio junto al presidente de la Generalitat e Iñaki Zaragüeta



Formando en seguridad

Visor forma parte de los distintos comités de desarrollo normativo en materia de seguridad, tanto en España como fuera de nuestras fronteras. Contribuyen al desarrollo de normas existentes o nuevas en Italia, y aún no formando parte de comités en otros países, les han pedido consejo en países como Nueva Zelanda. A lo largo de estos años, se han trasladado a distintas regiones del mundo para formar a trabajadores que nunca habían visto una red como sistema de seguridad. Han prestado formación a pie de obra en países donde la cultura preventiva estaba en desarrollo, como Colombia, Chile o Egipto.



Julio Gómez-Perretta de Mateo, arquitecto y director de la firma, junto al presidente valenciano y el delegado de LA RAZÓN

PREMIO MEJOR ESTUDIO DE ARQUITECTURA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

PERRETTA ARQUITECTURA, UN ABANDERADO DE LOS EDIFICIOS CON IDENTIDAD PROPIA

Este estudio, dirigido por Julio Gómez-Perretta, tiene como máxima que cada proyecto sea un reto de superación en la búsqueda de un resultado de calidad y funcionalidad

A. G.

Perretta Arquitectura surgió en los años 80 en Madrid, donde el arquitecto director, Julio Gómez-Perretta, estudió la carrera de arquitectura, con profesores tan notables como Francisco Javier Sáenz de Oiza, Javier Carvajal o Salvador Pérez-Arroyo, que le dirigió los cursos de doctorado. Al poco tiempo de nacer, la firma ya construyó su primer edificio en la capital, en la calle Blasco de Garay, una obra que fue seleccionada por la Guía de Arquitectura de Madrid de esa década. La llegada de la marca a Valencia coincidió con la obtención del primer premio para la realización del nuevo pueblo de Gavarda, una obra de grandes dimensiones, pues se partía de un nuevo emplazamiento tras la inundación del Embalse de Tous.

En los años siguientes, la firma

ganó numerosos concursos, entre los que cabría destacar la realización del Centro de Salud de Sueca, el primer edificio residencial de la Sociedad Urbanística Municipal de Paterna, el Colegio CEIP Garbí de La Eliana o el Edificio Central de la Conserjería de Empleo de la Junta de Andalucía. También colaboró con Antonio Escario en un encargo de viviendas del Ministerio de Obras Públicas. A finales de los 90 recibió el encargo de proyectar el edificio residencial de la Torre de Francia en Valencia, que con sus 35 alturas era en aquel momento el edificio de viviendas más alto de España. También realizó otros proyectos de vivienda para promotores privados en numerosas provincias españolas, como Madrid, Alicante, Segovia...

A día de hoy, Perretta es reconocida por sus proyectos residenciales de vivienda unifamiliar,

Fomentando la relación empresas-arquitectura

Julio Gómez-Perretta es socio fundador de Arquitectura y Empresa, una plataforma que reúne en eventos conjuntos a los mejores arquitectos de España junto a las empresas más notables del sector. Este año 2021, los foros de contacto se celebran en Málaga, Zaragoza, Ávila, Las Palmas... El evento se desarrolla mediante una serie de citas entre profesionales, donde los estudios pueden exponer sus últimos proyectos, dudas o cuestiones constructivas, y las empresas pueden aportar soluciones concretas, personalizadas o poner en conocimiento al arquitecto sobre sus avances tecnológicos y últimos productos.

donde la calidad de sus diseños y su sello particular le han hecho merecedora de diversos galardones y publicaciones en varias revistas especializadas. Actualmente está realizando también proyectos de vivienda plurifamiliar, como la rehabilitación de cuatro edificios de viviendas junto a la Finca Roja en Valencia, o un hotel en Sagunto.

A lo largo de su desarrollo profesional, Julio Gómez-Perretta se ha involucrado en iniciativas urbanísticas y de movilidad, con el desarrollo de proyectos como su propuesta de Corredor Mediterráneo y su reciente Estudio de Movilidad de Valencia y Área Metropolitana EMVAM, que presentará este 15 de junio en el Colegio de Arquitectos de Valencia.

Pioneros en Valencia

Para este estudio, el respeto a las necesidades de sus clientes y una firme voluntad de innovación, tanto estética como funcional, son dos aspectos clave que han marcado su historia y su forma de operar. Sus diseños avanzados emplean a menudo el hormigón

A lo largo de sus 30 años de historia, Perretta-Arquitectura ha desarrollado más de 80 proyectos de viviendas unifamiliares, repartidas por todo el territorio nacional

visto, que dota a sus proyectos de una extraordinaria plasticidad y una identidad propia. Este equilibrio de factores da lugar a un diseño muy estudiado, en el que se tienen en cuenta aspectos como el aprovechamiento del entorno y la orientación, el juego de los vientos y brisas, y una relación muy cuidada entre el interior y el exterior de la vivienda. Estos aspectos los han convertido en pioneros en la implantación de la arquitectura moderna en el entorno residencial de la Comunidad Valenciana.

El volumen de trabajo de Perretta no ha dejado de aumentar en los últimos meses, y es que la llegada de la pandemia del coronavirus ha puesto de manifiesto la calidad de vida que ofrece una vivienda unifamiliar, que posee un jardín propio y está situada en ámbitos urbanos de baja densidad.

LOS PREMIADOS

PREMIO AL LIDERAZGO EN MAQUINARIA, HERRAMIENTAS Y MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN DE ALTA TECNOLOGÍA

RAIMONDI SPAIN, UN LÍDER QUE MARCA EL CAMINO EN EL SECTOR DE LA COLOCACIÓN CERÁMICA

Los orígenes de la empresa se remontan a principios del siglo XX. Desde entonces no ha dejado de innovar y buscar soluciones para hacer más fácil el trabajo de los profesionales y aumentar su productividad



Fernando Sanchís Yáñez, director general de Raimondi Spain, recibió el galardón

L. R. E.

Raimondi surge oficialmente en 1974, aunque la historia de la empresa empieza mucho antes. La familia Raimondi entró en el mundo de la colocación a principios del siglo XX, gracias al padre del fundador, que era maestro colocador de cerámica. Fue de él de quien Mirco Raimondi, fundador de la empresa, aprende el oficio de solador, arte que practica hasta mediados de los años 60. En ese momento Mirco va dejando de lado la colocación en obra para desarrollar algunas ideas. Máquinas y herramientas pensadas para mejorar la calidad y la productividad en la colocación de baldosas, así como para disminuir la fatiga física y las enfermedades profesionales.

Raimondi, desde siempre, centra su investigación de producto

en el usuario final: el solador profesional. «Cada artículo, desde la herramienta más simple hasta la máquina más compleja, se desarrolla en función de las necesidades del usuario profesional y con tres metas claramente definidas: mejor calidad del trabajo terminado, aumento de la productividad y reducir la fatiga física del operario», informan desde la empresa.

La firma siempre ha sido líder del sector en herramientas y maquinaria para la colocación cerámica: «Muchos de los productos inventados por Raimondi a lo largo de los años se han convertido en pilares fundamentales de la profesión. Un buen ejemplo es el sistema de nivelación de cerámica RLS. Raimondisacó el primer prototipo en 1993, en ese momento no había mucho uso para ello, ya que los formatos eran pequeños. Pero en 2009, con el surgimiento de formatos más grandes, vimos la ne-

cesidad y decidimos reinventar el producto y sacarlo al mercado. Nos costó mucho trabajo introducirlo pero hoy en día es difícil hablar de colocación cerámica sin hablar de sistemas de nivelación».

Ese camino que marca la compañía le debe mucho a su departamento de I+D, que supone el 12% de la plantilla de la empresa. «Su misión empieza por mirar y escuchar a los instaladores de baldosas –aseguran–. Es en realidad algo simple, se trata de detectar los problemas y plantearse los tres objetivos mencionados al desarrollar el producto: mejorar la calidad, aumentar la productividad y reducir la fatiga. Es por ello que nuestros productos son siempre innovadores, significan progreso».

Por otro lado, la protección del medioambiente es un factor prioritario en la empresa. «Siendo la construcción uno de los sectores más contaminantes, nuestra prioridad es fabricar herramientas con la máxima vida útil posible. Para lograrlo nos centramos en dos estrategias principales. Por un lado, solo trabajamos con materiales de alta calidad sin perder de vista el impacto medioambiental de su obtención. Por otro lado, construimos nuestras herramientas para que puedan ser reparadas fácilmente, damos pleno acceso a videos de montaje y despieces y contamos con un gran estocaje de recambios. Todos nuestros productos están diseñados para que con un pequeño mantenimiento y cambio de piezas, el profesional pueda darle una segunda vida a su herramienta o máquina. De esa manera luchamos contra la obsolescencia programada y reducimos el impacto medioambiental», añaden.

También destaca su estrecha relación con los fabricantes de cerámica, tanto en Italia como en España y saben qué materiales van a salir al mercado, porque «tratamos de anticiparnos siempre a las posibles dificultades que puedan surgir en el corte, transporte o colocación de la cerámica y diseñar herramientas que solucionen problemas. Siempre intentamos adelantarnos a las necesidades de los profesionales y ofrecerles el mejor producto posible».

En 2011 se produjo un gran cambio en la fabricación de cerámica con el surgimiento de los grandes formatos. Ese mismo año, Raimondi desarrolló la primera cortadora y sistema de transporte para gran formato. Desde entonces, ha mejorado tres veces la cortadora y cuatro el sistema de transporte. «No dejamos de mejorar nuestros productos», resumen.

Plan de digitalización

Con el confinamiento del año 2020, las personas se han dado cuenta de lo importante que es el entorno en el que habitan para su salud física y mental. Algo que antes no era una prioridad, como ampliar la cocina o cambiar el baño, se ha convertido en algo urgente. Esto ha tenido como consecuencia un aumento de las reformas en 2021. «Tanto es así que hay una gran demanda de profesionales cualificados. En nuestro caso, llevamos a cabo un plan de digitalización desde 2019 y la pandemia solo ha hecho que reforzar la importancia de estar muy presentes online. Empezamos a vender en nuestra tienda online en julio de 2020 y no podemos estar más contentos con los resultados», confirman.

LA CLAVE

M. S.

Baldocer nace como fruto de la inquietud emprendedora de un técnico cerámico que con esfuerzo, constancia y rodeándose de un gran equipo humano, consiguió hacer realidad esta firma, que surgió en 1994 y que hoy está presente en más de 130 países, con más de 600 trabajadores y tres factorías, en Villarreal y Villafamés. Con el paso de los años y con el crecimiento industrial, esta empresa se ha consolidado en los diferentes mercados. Las inversiones en última tecnología han automatizado los procesos, lo que les ha permitido ganar en productividad y analizar y atender mejor a las necesidades de sus clientes con diseños, acabados, aplicaciones y calidad al más alto nivel.

La forma que tienen en Baldocer de entender la cerámica ha sido lo que les ha permitido convertirse en una empresa de gran prestigio. «La cerámica es un elemento vivo que año tras año requiere de toda nuestra atención para detectar y adaptarnos a un entorno muy exigente y unas necesidades cambiantes, que implican trabajar los mejores diseños, así como ampliar los formatos y las tipologías de producto. El objetivo es que en el catálogo de nuestra firma se pueda afrontar cualquier proyecto, con las máximas garantías y con el mejor resultado», cuentan desde la compañía. En la actualidad, Baldocer ofrece al mercado más de 25 formatos, que van desde la pasta roja, a la pasta blanca, pasando por el porcelánico rectificado e incluyendo las láminas de gran formato de seis milímetros de espesor, con acabados naturales y pulidos. Todo ello se realiza en las factorías del grupo, para el que es muy importante salvaguardar y potenciar la buena imagen del «made in Spain».

Respecto a la filosofía de la empresa, el control y la mejora continua de la calidad de los pavimentos y revestimientos cerámicos son dos aspectos clave. Además, cuentan con una buena estrategia de servicio al cliente, acompañado de un constante interés por adecuarse a los gustos y necesidades que demanda la sociedad. Para alcanzar cotas mayores de competitividad, han apostado por la I+D+i, invirtiendo en instalaciones de alta capacidad tecnológica que, junto a la cualificación del personal, les permite ofrecer a los clientes productos de alto valor añadido con precios competitivos, fabricados con las mejores materias primas.

Los nuevos pavimentos y re-

PREMIO A LA CALIDAD EN PRODUCTOS CERÁMICOS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

BALDOCER, UN REFERENTE EN EL SECTOR CERÁMICO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Con 25 años de experiencia, ofrece productos de calidad caracterizados por su rentabilidad, innovación y diferenciación, lo que le ha llevado a estar presente en más de 130 países

vestimientos que generan tienen la capacidad de marcar tendencias o contribuir a definir las líneas creativas de proyectos de decoración, gracias a la fusión de las cualidades funcionales del material cerámico con la versatilidad y sus infinitas posibilidades de formatos, colores, grafismos y colocación

Actividad en pandemia

Como prácticamente todas las actividades, la cerámica también se ha visto afectada por la llegada de la pandemia de la COVID-19, aunque ha sido bastante benévola con este sector: «Ha sido un año atípico para la actividad

La acreditada experiencia de la firma en el sector cerámico y su gran capacidad técnica y humana han sido dos puntos clave para su expansión más allá del territorio valenciano

comercial y promocional, con restricciones a la movilidad y cancelaciones de todas las ferias de cerámica en el mundo, pero poco a poco nos hemos ido recuperando», cuentan desde Baldocer, que a pesar del parón, pudo incrementar ventas y facturación. El virus ha puesto de relevancia la importancia de algunas prestaciones de los azulejos. La cerámica es altamente resistente y permite una fácil limpieza, además de no deteriorarse con la aplicación de algunos productos químicos. Difícilmente se ve alterada en lugares de alta incidencia, como en los espacios públicos y comerciales.

Planes de futuro

El crecimiento de esta compañía es imparable, y muestra de ello es el gran almacén logístico que se está construyendo y que tendrá una superficie de 90.000 metros cuadrados. Otro apartado en el que están trabajando con especial atención es en sostenibilidad. Por ello, están instalando paneles solares para aprovechar al máximo la energía renovable, contribuyendo así al cuidado del medioambiente. Estos paneles fotovoltaicos estarán dotados de un sistema de autoconsumo eléctrico de alta eficiencia, que harán que Baldocer sea una empresa mucho más competitiva en el mercado actual.



Felipe Peraire Palos, director general de Baldocer, posando junto a Ximo Puig e Ignacio Zaragoza

LOS PREMIADOS



M^a Amparo Alonso Momparler, consejera delegada de la compañía, junto al presidente de la Generalitat e Iñaki Zaragüeta

En busca de materia prima

La fabricación de ladrillos y bardos se lleva a cabo utilizando una amplia gama de arcillas rojas. En la actualidad, los sectores que trabajan con este elemento se están dando cuenta de la existencia de una gran desventaja: se les acaba la arcilla. Esto conlleva problemas con las administraciones, tanto a nivel autonómico como local, y también dificulta la obtención de permisos y licencias de apertura y explotaciones en las propias canteras que tienen las compañías. Por ello, Cerámicas Alonso está destinando grandes esfuerzos a encontrar materia prima con la que abordar sus proyectos.

Para hablar de los orígenes de Cerámicas Alonso hay que remontarse a 1930, año en el que los progenitores de los dueños actuales, de manera totalmente manual, comenzaron a fabricar tejas y ladrillos macizos o atabón. Posteriormente, se iniciaron en la elaboración de ladrillos huecos de diferentes medidas. En el año 1979 se constituyó Cerámicas Alonso, S.L., y desde ese momento tuvieron el objetivo de modernizar la producción con las últimas tecnologías del mercado, así como también quisieron fabricar lo que hoy es su producto estrella y más innovador: el Bardo-machihembrado o también llamado Rasillón o Tablero.

Esta compañía fue la primera empresa en especializarse en la fabricación de bardos de gran tamaño. Para ello, se basan en la utilización de sistemas punteros y materia prima de primera calidad. «Ofrecer calidad a buen precio, además de un excelente servicio a clientes y distribuidores ha sido y es nuestro principal objetivo», apuntan desde Cerámicas Alonso.

La filosofía de la marca pasa por ser, en todo momento y cada día más, una de las empresas más modernas de su sector. Esto se

PREMIO AL ÉXITO EMPRESARIAL EN FABRICACIÓN DE BARDOS Y LADRILLOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

CERÁMICAS ALONSO, LA IMPORTANCIA DE ADAPTARSE A NUEVOS MERCADOS

Con más de 50 años de trayectoria, esta empresa apuesta por la innovación de manera continua, lo que le ha permitido crecer y ofrecer nuevos productos al cliente

consigue contando con la tecnología necesaria para ofrecer ladrillos y bardos de calidad, siempre a precios competitivos.

Liderazgo y motivación

Quieren liderar la producción y comercialización de productos cerámicos, sin olvidar nunca las expectativas de los clientes, que son cada vez más exigentes. «Para conseguir lo que queremos, es de suma importancia el uso de una

filosofía que nos permita tener un personal motivado. Mantenemos implicados a nuestros empleados para ofrecer el máximo rendimiento, y creemos en la delegación de funciones, así como en la capacitación del personal y del trabajo en equipo. Esta es la única forma para conseguir los objetivos empresariales que nos marcamos», añaden desde la empresa.

El sector de la cerámica es muy

competitivo, y hablamos de un mercado en el que de manera continua aparecen nuevos productos. Esto obliga a esta compañía a estar siempre al día, muy despierta en materia de innovación y aumentando su oferta: «Hemos creado productos complementarios a los que ya teníamos, entre los que se encuentran escalones cerámicos, tabicones, botelleros, bardos de hasta dos metros de tamaño o ladrillos huecos 4 x 20 x 50 y 7x20x50. Con los años, también hemos desarrollado bardos de distintos tipos: biselados, lisos...».

Este compromiso con la renovación constante del sector cerámico se traduce también en un compromiso con sus trabajadores. La pandemia de la COVID-19 fue un duro golpe para todas las empresas, y en Cerámicas Alonso, además de adaptarse a las circunstancias sanitarias, se propusieron dos objetivos concretos: mantener todos los puestos de trabajo y atender de la mejor ma-

nera posible las demandas que seguían recibiendo por parte de sus clientes. «Cumplimos ambos con creces y nos pudimos sobreponer a la situación», comentan con orgullo.

De cara a los próximos años, Cerámicas Alonso quiere adaptar sus instalaciones a las nuevas exigencias energéticas y medioambientales: «Estamos estudiando la colocación de paneles solares, con el propósito de reducir las emisiones de CO₂ y generar energía limpia, muy necesaria para la fabricación de

nuestros productos». A su vez, están trabajando en la elaboración de una auditoría medioambiental para cumplir con la exigencia de la Orden TEC/1023/2019, referente a la responsabilidad del medio que requiere la actividad relacionada con la cerámica, así como también están tramitando las certificaciones VERDE, LEED Y BREEM, una certificación internacional que quieren aplicar a sus ladrillos y bardos.

Esta compañía fue la primera que se especializó en la elaboración de bardos cerámicos de gran tamaño destinados a la construcción