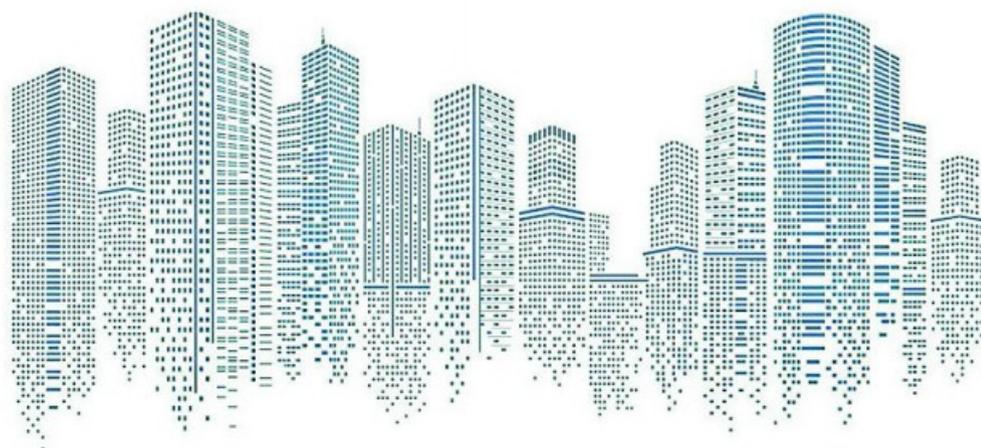




LA RAZÓN

MIÉRCOLES 9 DE MARZO DE 2022 • AÑO XXIV • 8.457

I EDICIÓN PREMIOS **Madrid Futuro**



«Arriesgar en Madrid merece la pena»

Eugenia Carballero, presidenta de la Asamblea de la Comunidad madrileña, preside los **I Premios Madrid Futuro**, que reconocen la contribución de empresas y entidades públicas al desarrollo y riqueza de la región

Son el futuro inmediato. Por ello, LA RAZÓN celebró el pasado miércoles 2 de marzo, los I Premios Madrid Futuro, presididos por Eugenia Carballero, presidenta de la Asamblea de la Comunidad de Madrid. La presidenta estuvo acompañada por Andrés Navarro, consejero delegado del periódico, y por Francisco Marhuenda, su director.

La Comunidad de Madrid es hoy en día el epicentro en el que se sitúa el futuro empresarial de nuestro país. Precisamente, estos premios ponen de manifiesto una amplísima representación de empresarios y emprendedores de diferentes sectores: desde el farmacéutico hasta el de la educación o el de alimentación en esta proyección de futuro. Todas las empresas, además, comparten un denominador común: la tecnología, el motor de cambio de nuestra era.

Tal y como comentó la presentadora María Zabay, estos galardones demuestran que Madrid es tierra de incentivos para cumplir todos aquellos objetivos que se plantea un empresario. Es una tierra de oportunidades. De sueños que se hacen realidad.

También lo explicó Francisco Marhuenda, director del periódico, en su discurso de bienvenida: «Es un orgullo entregar unos premios que llevan el nombre de Madrid y que hacen referencia al futuro. Madrid es resplandor. Estamos en una etapa enormemente difícil, convulsa, sobre todo por la situación



Eugenia Carballero, presidenta de la Asamblea de Madrid



Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, en el discurso de apertura



económica que nos preocupa en lo que ustedes son elemento esencial», pero «España demuestra después de cada crisis que es capaz de levantarse y crecer a buen ritmo».

«A pesar de lo impresionante que esto resulta, es posible gracias a tener siempre un tejido empresarial en todo su conjunto. Tenemos una red. Todos los empresarios que he conocido quieren crear riqueza, empleo y valor para la sociedad. Ir creciendo y compitiendo», añadió Marhuenda.

De hecho, durante el periodo más convulso de la pandemia, los empresarios de la región han mantenido su férrea voluntad de liderazgo llegando a generar riqueza y empleo. Todo ello, de la mano de la innovación, la digitalización y la inclusión de la inteligencia artificial a la que se han tenido que adaptar inevitablemente las empresas. En estos momentos la capital de España tiene la capacidad de generar la creación de más de 200.000 puestos de trabajo hasta el año 2023. Además, desde el Ayuntamiento se adquirió el compromi-

so de atender a 400.000 madrileños a través del sistema de bienestar social programado para ponerse en marcha en los próximos años a pleno rendimiento.

Por otro lado, destaca la faceta sostenible de Madrid, reduciendo hasta en un 20% los niveles de NOx para cumplir el horizonte 2030. Y entre los proyectos que destacan para el futuro de Madrid, se encuentra el hecho de mitigar el impacto de la COVID 19 en la ciudad. En la Comunidad se trata de reactivar iniciativas que adelanten el inicio de la fase de la recuperación económica y transformar proyectos que permitan impulsar su economía adaptándola a las nuevas tecnologías.

Si pensamos en el futuro, los proyectos que se están desarrollando en estos momentos giran también en torno a tres ejes: cultura, salud y bienestar. Para ello es necesario integrar la tecnología apropiada para llevar a cabo una exitosa transformación digital; además es necesario también el desarrollo en el contexto de la sostenibilidad en los que puedan par-

POR
BEATRIZ
YUBERO

FOTOS: GONZALO PÉREZ/ALBERTO R. ROLDÁN



Los premiados posan junto al consejero delegado de LA RAZÓN, Andrés Navarro; la presidenta de la Asamblea de Madrid, Eugenia Carballado, y el director del periódico, Francisco Marhuenda

participar empresas de todos los sectores, así como asociaciones, organizaciones sin ánimo de lucro o instituciones públicas.

En concreto, con el Ayuntamiento de Madrid; la Comunidad de Madrid y el tejido empresarial de su entorno como promotores principales, la región tiene el suficiente músculo para generar el empuje de toda la industria a su alrededor. Además, en este futuro próximo también existen unos compromisos como reducir la brecha salarial y social entre territorios. Es decir, un cambio de prioridades y del modelo productivo.

Quiénes fueron los premiados

Los premiados en esta primera edición de los Premios Madrid Futuro fueron las siguientes empresas e instituciones públicas:

En primer lugar destacar al Ayuntamiento de Tres Cantos, Premio al futuro sostenible e innovador. Según explicó a este periódico el alcalde del municipio, Jesús Moreno, «este premio va dirigido a la ciudad de Tres Cantos y al talento. A las empresas y trabajadores que realizan su trabajo en nuestro muni-



Aspecto de la sala donde se celebró la gala

pio. Gracias por acompañarnos en este viaje y porque vamos a crear la mejor ciudad del mundo, a la que le apasiona la sostenibilidad, la imaginación y la creatividad».

Por otro lado, al galardón institucional le sucedieron las siguientes empresas: Incyte Biosciences Iberia, Premio por la innovación y su gran apuesta en I+D; Centro Comercial Plaza Río 2, Premio al modelo de centro comercial del futuro; Plataforma Agora de Herrero Brigantina, Premio a la mejor platafor-

«Los empresarios que he conocido siempre quieren generar riqueza, empleo y valor», recordó Marhuenda

ma tecnológica de gestión de riesgos; GAM, premio al liderazgo en soluciones de maquinaria; RISI, premio a la trayectoria empresarial; Montessori International School Parque Conde Orgaz, premio al mejor proyecto educativo; Colegio San Jaime, Premio al mejor centro educativo privado; Marsanz, Premio a la experiencia y calidad en diseño y fabricación de equipamiento comercial; Carttec, Premio a la innovación tecnológica en diseño de carros inteligentes; HOMIII, Premio a mejor modelo de negocio de co-living; Adamed Laboratorios, Premio al liderazgo en I+D en el sector farmacéutico y biotecnológico; Qualicaps, Premio a la empresa líder en producción de cápsulas con fines farmacéuticos; Selena Iberia, Premio al mejor liderazgo e innovación en fabricación de productos adhesivos y selladores. Productos del Mar Pablos, Premio a la mejor empresa de distribución de productos del mar; y V33 España, Premio a la empresa líder en pinturas y productos para la madera.

Al cierre del evento, Eugenia Carballado, presidenta de la Asamblea,

comenzó agradeciendo su presencia en esta I edición de los Premios Madrid Futuro: «Quisiera poner en valor la labor que hace LA RAZÓN con estos certámenes que son el reconocimiento, estímulo y la recompensa para los que sois distinguidos. Son una prueba muy sólida del renacer de Madrid, que se encuentra en estado de gracia, no solo por los datos económicos, sino porque hemos recuperado el empleo que perdimos por la COVID-19. A mí me parece especialmente motivador y único el modo en el que la prensa internacional habla sobre nosotros. Sobre nuestro aperturismo, dinamismo y liderazgo».

La presidenta de la Asamblea añadió que «si el vigor de una Comunidad se pudiera comparar a un estado de ánimo, el nuestro sería el entusiasmo. El que se respira en Madrid proviene de la amalgama de talento, esfuerzo y responsabilidad que encarnáis. Proviene de una sociedad civil que va de la mano de la Administración pública. Arriesgar en Madrid vale la pena para que la tenacidad dé frutos y porque Madrid merece la pena. Lo mejor está por venir», concluyó.



Jesús Moreno, alcalde de Tres Cantos, Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, Eugenia Carballado, presidenta de la Asamblea, y Andrés Navarro, consejero delegado del diario



Marcin Nowak, de Adamed Laboratorios



Jorge Blanco (Adamed Laboratorios)



Javier de la Gándara, Marta Gómez-Cuétara y Juan Gómez-Cuétara, de Risi



Elisa Lidia Miguel, Jesús Moreno y Javier Juárez



Andrés Sánchez Lozano, Antonio Mochón y David Hatchwell



Isabel Alonso y Alberto Mohedano, de Carttec



Alfonso Rodríguez-Hevia, de Herrero Brigantina



Luis Eduardo García y Arantza Saenz-Cortabarría, de Colegio Montessori International School Parque Conde Orgaz



Javier Santamaría, Susana Ecenarro y Antonio Fernández Gallego, de Qualicaps



Mauro Pilar, Anabel Xalabalder, Juan Díaz, Marta Oliver y Pedro Gil (Incyte Biosciences)



Albane Roisin, Frédéric Ligeour y Sabine Bauchau, de V33



José Antonio Pablos, Ana Belén Peinado y Jesús Pablos, de Productos del Mar Pablos



Miguel Ángel Rodríguez, Patricia Leal y Fernando Fraga, de Colegio San Jaime



Pedro Muñiz y Pedro Luis Fernández (GAM)0



De izda. a dcha.
Mauro Pilar, Pedro
Gil, Juan Díaz,
Francisco
Marhuenda,
Anabel
Xalabalder,
Conchita Aparicio
y Marta Oliver



Daniel Fernández y Fenando García, de Marsanz



Javier Mateos, Cristina Martín-Lunas, Chus Barroso y Javier Sanz, de Selena Iberia



Javier Pérez Parra, Manuel Torres, Eugenia Carballado y Andrés Navarro



Rocío Díez y Enrique Valiente, de Plaza Río 2



Detalle de los Premios Madrid Futuro



Cristina Dieta, de Adamed Laboratorios



Los premiados e invitados de Productos del Mar Pablos y V33 España compartieron mesa



María Zabay condujo la I Edición de los Premios Madrid Futuro



La mesa de Incyte Biosciences



Unos invitados momentos antes de iniciarse la gala



Los representantes de Adamed Laboratorios y de Qualicaps



Jesús Moreno, Andrés Navarro, Eugenia Carballado y Francisco Marhuenda



Colegio San Jaime y Marsanz compartieron mesa



Invitados de Carttec y HOMIII

Innovación, sostenibilidad, impulso, solidaridad e inclusión son algunas palabras que definen al Ayuntamiento de Tres Cantos. Jesús Moreno cumple una década en la alcaldía de uno de los municipios más modernos y seguros de la Comunidad de Madrid. Diez años de evolución, de crecimiento y de cercanía con sus vecinos. Diez años que han convertido este municipio en todo un referente. «Somos un gobierno estable, firme, con las ideas claras y con compromiso para nuestros vecinos», asegura el alcalde.

Los años 70 y 80 marcaron su comienzo, los primeros ciudadanos se familiarizaban con sus calles y establecían las primeras empresas. A día de hoy, en torno a 50.000 personas tienen su vida en una pequeña ciudad que apuesta por la educación, el deporte, la cultura y la tecnología.

Tres Cantos es el futuro, y por eso LA RAZÓN ha querido reconocer la labor del Ayuntamiento de Tres Cantos dedicándole el homenaje institucional de la gala: el Premio al Futuro Sostenible e Innovador. «Es un premio que hago extensible a todos los tricantinos, a los que lucharon y apostaron por este municipio, y lo siguen haciendo», agradeció Jesús Moreno, encargado de recoger el galardón.

Zona privilegiada y sostenible

La sostenibilidad está presente en cada rincón de este municipio. Desde el área de mayores, de juventud, de servicios sociales, hasta sus instalaciones deportivas y en las comunidades de vecinos: «Todos estamos involucrados en un desarrollo sostenible que garantice calidad de vida en la ciudad como un trabajo transversal de todas las concejalías», asegura el alcalde. Así, tienen en marcha distintos proyectos –muchos de ellos, realidades– para conseguir el máximo respeto al medioambiente.

Sus parques y jardines se riegan, diariamente, con agua reciclada. Usan la energía geotérmica y se están sustituyendo las luminarias de la ciudad por otras de tecnología LED, suponiendo así no solo un ahorro energético, sino también económico.

Con el fin de dar cobertura y climatización a sus instalaciones deportivas y piscinas cubiertas, están empezando a producir su propia energía con la instalación de placas solares. «Nos tomamos en serio la sostenibilidad y por ello estamos trabajando de una forma importante para cuidar nuestro entorno», señala. Apuestan por un sistema

Ayuntamiento de Tres Cantos Compromiso con el desarrollo de la ciudad

Premio al Futuro Sostenible e Innovador. El alcalde Jesús Moreno apuesta por la educación, el deporte y la tecnología

GONZALO PÉREZ



Jesús Moreno, alcalde de Tres Cantos

sostenible, ofreciendo a sus ciudadanos subvenciones para que tengan una energía limpia en sus comunidades.

En una ciudad sostenible no puede faltar una movilidad acorde a ello, por eso, Jesús Moreno anima a sus ciudadanos a dejar a un lado el coche y utilizar el transporte público en el que tanto empeño están poniendo por mejorar: «Invitamos a los vecinos a que dejen sus vehículos personales en casa, y que utilicen patinetes, bicicletas... para ello estamos contruyendo carriles bici y que puedan ir seguros por la ciudad». Para el alcalde, el tren es la mejor opción para viajar desde Tres Cantos. En apenas media hora, cualquier persona puede estar en el centro de Madrid. Por ello, además de pedir a Renfe la amplia-

ción de frecuencias en sus estaciones, Tres Cantos dispondrá de una nueva estación de cercanías que se llamará «Tres Cantos Norte».

El autobús es también una alternativa. Este municipio cuenta con la primera línea de autobús interurbano totalmente eléctrico de España. Un vehículo que recorre desde Tres Cantos hasta Plaza Castilla y que será la opción más viable para muchos vecinos.

«Trabajamos para tener hoy el Tres Cantos del mañana», afirma Jesús Moreno

Las personas primero

La pandemia del covid y las consecuencias de la borrasca «Filomena» han sido sin duda los retos más difíciles a los que se ha enfrentado en diez años de alcaldía, asegura Jesús Moreno. No ha sido tarea fácil, pero la constancia y la rapidez con la que trabajaron a comienzos de 2020, con la creación de una mesa de seguimiento y la toma de medidas mucho antes del confinamiento, han permitido al ayuntamiento continuar el camino con éxito.

Las consecuencias de estos años tan complicados han traído consigo no solo problemas físicos, sino también mentales. «Queremos luchar contra la situación de depresión, ansiedad y tristeza que está acarreado la pandemia», afirma.

«Proyecto ciudad»

► El Ayuntamiento de Tres Cantos colabora con la Fundación Metropoli en la planificación de un modelo de ciudad del futuro, a través del «Proyecto Ciudad», con el objetivo de alinear estrategias de transformación urbanística con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una colaboración para el impulso de la innovación territorial, que dé



respuesta al reto de formular soluciones que permitan lograr un equilibrio entre el desarrollo económico, la igualdad social, la calidad de vida, la cultura del territorio y la sostenibilidad ambiental. A través de un método participativo, para el que se ha contado con los vecinos, se están dando los primeros pasos para saber cómo quieren que sea su ciudad dentro de 30 años.

Por ello, el Ayuntamiento de Tres Cantos está concienciado con su cuidado, poniendo en marcha actuaciones como «Acompañando-TC», con el que ayudan a los jóvenes. «Un programa de apoyo emocional que ha ayudado a cerca de 60 jóvenes y a sus familias, evitando conductas autolesivas», asegura Moreno. De esta manera, también han pensado en los mayores con el Plan SAVIA, con 110 acciones, propuestas por ellos, y en las personas con discapacidad, atendiendo a sus necesidades con programas como «Así Mejor».

En con tan solo 31 años de historia, Tres Cantos continúa creciendo con el deseo de seguir haciéndolo en compañía de sus ciudadanos y con una mirada de ilusión al futuro.



Juan Díaz, director general de la compañía para Iberia, junto a Eugenia Carballero y Francisco Marhuenda en la entrega de premios

Incyte Biosciences Iberia Investigación e innovación médica

Premio a la Innovación y su gran apuesta en I+D. Con una inversión de 7 millones de euros en 2020, se han desarrollado 41 estudios en España

S trata de una compañía biofarmacéutica global enfocada al descubrimiento, desarrollo y comercialización de terapias innovadoras. De hecho, el principal esfuerzo de la compañía es el de destinar recursos para la puesta en marcha de planes I+D orientados al descubrimiento de nuevos tratamientos que han permitido desarrollar una amplia variedad de terapias que engloban actualmente más de 20 moléculas diana, 28 candidatos clínicos y siete productos en el mercado en las áreas terapéuticas de Onco-hematología, Reumatología, Inmunología y Dermatología.

«Nuestra investigación en Oncología se orienta al desarrollo de terapias dirigidas e inmunoterapias, que incluyen moléculas pequeñas, anticuerpos monoclonales y anticuerpos biespecíficos, lo que nos brinda la oportunidad de explorar combinaciones de terapias tanto dentro como fuera de nuestra cartera de productos. El descubrimiento de terapias dirigidas en el área de la Oncología se centra en focalizarse en moléculas / vías clave que impulsan el desarrollo, el crecimiento y la propagación de las células cancerosas», informan desde la compañía.

En el área de dermatología «nuestros esfuerzos de investigación y desarrollo se centran inicialmente en aprovechar nuestro conocimiento de programas cruzados de la vía JAK-STAT y explorar el potencial de la inhibición de JAK para una serie de afecciones dermatológicas inmunomediadas con una alta necesidad médica insatisfecha, incluida la dermatitis atópica, vitiligo e hidradenitis supurativa», explica a LA RAZÓN, Juan Díaz, director general de la compañía en Iberia. Por otro lado,

el contexto de la COVID-19 marcó realmente un nuevo paradigma que hizo cambiar la manera de hacer las cosas en este sector. «Nuestra máxima prioridad fue asegurar el acceso a los pacientes para que continuaran con sus tra-

ferencia (12 proyectos) y aquellos ensayos clínicos promovidos por Incyte con la participación de hospitales españoles (29 ensayos clínicos)», explica Díaz a este periódico. La investigación promovida por Incyte en España se desarrolla en hospitales, centros clínicos e instituciones de referencia distribuidos por toda la geografía española. En total, 56 instituciones de 13 comunidades autónomas participaron en 2020 en los estudios y proyectos de I+D impulsados por Incyte. A esto hay que sumarle que la tecnología y la digitalización juegan un papel prioritario y van de la mano en todo lo que hace Incyte desde el desarrollo inicial de potenciales moléculas en laboratorios de Wilmington hasta nuevas herramientas omnicanal, que permiten un contacto más fluido con profesionales sanitarios.

POR
B. Y.

Cómo colabora Incyte con otras entidades

► **Incyte Biosciences colabora con los profesionales sanitarios de su formación científica y clínica con el ánimo de contribuir a mantener la máxima excelencia en la asistencia a los pacientes y actualizar los últimos conocimientos en la investigación en el ámbito aplicable a los nuevos**

avances tecnológicos y médicos. También colabora con colectivos de pacientes ofreciendo iniciativas para mejorar la educación, la atención sanitaria y la conciencia sobre las patologías. Por otro lado, patrocinan proyectos de investigación independiente a investigadores españoles de referencia.

tamientos, así como proponer ensayos clínicos relacionados con la COVID-19 y no parar ninguno de los ensayos clínicos que había en marcha», añade Díaz a este periódico.

El mercado español

Se trata, según la compañía, de un mercado importante para la misma no solo por la comercialización de los productos autorizados, sino por su alta participación en la actividad de I+D+I que la empresa realiza. «En la actualidad en España, la compañía comercializa desde septiembre de 2017 una molécula para el tratamiento de determinados pacientes con leucemia mieloide crónica (LMC) y la leucemia linfoblástica aguda cromosoma Filadelfia positivo (LLA Ph+). Desde 2016, Incyte Corporation ha invertido cerca de 40 millones de euros en iniciativas de investigación en España financiando el desarrollo de estudios clínicos y proyectos de I+D de diferente naturaleza en colaboración con instituciones y hospitales de referencia de nuestra geografía. Con una inversión de aproximadamente 7 millones de euros, a lo largo de 2020 se han desarrollado un total de 41 estudios de investigación en España. Estos estudios incluyen aquellos desarrollados gracias a investigación independiente. La compañía, a nivel global, patrocina a investigadores españoles de instituciones de re-

Incyte ha invertido cerca de 40 millones de euros en iniciativas de investigación en España

Plaza Río 2 La fusión entre el ocio y el servicio a los madrileños

Premio al Modelo de Centro Comercial del Futuro. Sus instalaciones lo han convertido en uno de los puntos más concurridos de la Comunidad de Madrid

Pasear por el parque Madrid Río, caminar por sus puentes o descansar en sus jardines es la opción perfecta para las tardes de muchos madrileños. Desde hace varios años, en uno de los puntos más concurridos de la zona, frente al Matadero, se construyó uno de los centros comerciales más grandes de la capital: Plaza Río 2. Moderno, ecológico e innovador, se posiciona entre los de mayor influencia, gracias a la variedad de opciones que alberga.

El nacimiento de Plaza Río 2 culmina en 2017 tras varios años de compra y un exhaustivo estudio de mercado. «Nace como una alternativa completa e innovadora,

no solo por su amplia oferta comercial y gastronómica, sino por su privilegiada ubicación dentro del perímetro urbano de Madrid», asegura su director, Enrique Valiente. Además, destaca que fue el primer edificio comercial tramitado con Declaración Responsable

—es decir, que sus creadores manifiestan, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos exigidos por la normativa.

Por la modernidad de sus instalaciones y la oferta de sus establecimientos, LA RAZÓN ha concedido a Plaza Río 2 el Premio Madrid

Futuro al Modelo de Centro Comercial del Futuro. Enrique Valiente fue el encargado de recoger el galardón: «Supone una alegría tremenda por lo que supone de reconocimiento al esfuerzo de todos los que han contribuido a este proyecto», destacó.

Avance y oportunidades

Pero, ¿qué hace a Plaza Río 2 un punto a favor del futuro de la sociedad? La gestión eficiente del edificio «juega un papel importante», como asegura Valiente. Sus instalaciones están concebidas a favor del medioambiente y la garantía de eficiencia energética. Entre sus características destacan el uso de una energía fotovoltaica y una iluminación llevada a cabo a través de modernos sistemas LED de última generación. Además, sus amplias cristaleras per-

Espacio de «coworking»

► Los espacios de «coworking» continúan en crecimiento. Muchos trabajadores buscan un lugar donde sentarse a llevar a cabo sus tareas diarias, y Plaza Río 2 cumple con el requisito. El centro comercial madrileño tiene una zona habilitada para el espacio compartido de sus clientes, donde

puedan realizar reuniones, estudios o tareas de oficina. Además, podrán hacerlo de manera gratuita y acceder al wifi del centro, sin coste adicional y de manera ilimitada. Una opción a favor del medioambiente que lo posiciona entre los grandes del futuro de la comunidad.

miten aprovechar la luz natural, creando una menor necesidad del uso de la artificial.

Otra de sus innovaciones es el apoyo a la movilidad sostenible con la instalación de 39 cargadores para vehículos eléctricos, repartidos alrededor de todo el aparcamiento. Así como, dentro de su parking, las zonas habilitadas para la carga de patinetes y bicicletas eléctricas. De esta manera, la tecnología es un punto esencial para crear este centro comercial «del futuro»: «La tecnología nos facilita la vida a todos. Desde que llegas al centro, está presente, indicándote desde dónde tienes plazas libres para aparcar, hasta la búsqueda y ruta al establecimiento que necesitas», indica su director.

Muy cerca de sus objetivos

El crecimiento de Plaza Río 2 es una de las motivaciones que los encargados de sus instalaciones tienen planeado. La pandemia ha hecho retroceder gran parte de los sectores: «Estábamos acostumbrados a lidiar con situaciones económicas más o menos difíciles, pero nada comparable a ésta, donde estaba en juego la salud». Así, Valiente asegura que su mayor deseo a corto plazo es alcanzar la situación que tenían antes de esta crisis sanitaria mundial, para la que «ya queda muy poco». Así, con-

«En un futuro estaremos alerta para adaptarnos a las nuevas exigencias de nuestro visitante»

tinuarán escuchando a sus consumidores: «En un futuro estaremos alerta para adaptarnos a las nuevas exigencias de nuestro visitante, tanto en términos de innovación como de oferta comercial, para seguir siendo parte de nuestro entorno, de nuestra sociedad», afirma.

Plaza Río 2 es solo una de las tantas instalaciones que la empresa posee tanto en España como en algunas ciudades europeas. Entre sus centros, se encuentran Plaza Loranca 2 y Plaza Norte 2, en Madrid, Gran Vía 2, en Barcelona, Plaza Mar 2, en Alicante o La Villa 2, en Tenerife. Localidades a favor del medioambiente, la innovación y un futuro con amplios avances que ya han logrado convertirse en lo que hoy en día piden sus visitantes. Los clientes piden confort y este centro comercial ha nacido para contribuir a ello.



Enrique Valiente, director de Plaza Río 2, acudió a la gala para recoger el premio

El control y la seguridad de los empleados de una empresa es importante para garantizar su bienestar. La correduría de seguros Herrero Brigantina ha creado una plataforma personal, interna, dedicada a sus empleados, a través de la cual pretende mejorar la eficacia de su trabajo y solventar cualquier problema al que se enfrenten durante su día a día. Una forma de digitalización y acercamiento a las nuevas tecnologías que marcan el desarrollo y crecimiento de la empresa, así como su adaptación a un mercado cada vez más avanzado y moderno.

A.G.O.R.A. (Aplicación de Gestión Operativa de Redes Aseguradoras) está creada por y para Herrero Brigantina. A través de ella se lleva a cabo y se facilita la gestión de la empresa, convirtiéndola así en una aplicación tecnológica líder de los últimos tiempos dentro del sector. Por ello, LA RAZÓN ha querido otorgarle el Premio a la Mejor Plataforma Tecnológica de Gestión de Riesgos, considerándola así parte del futuro. «Hemos

recibido este premio por nuestra gran trayectoria, nuestra profesionalidad y nuestras grandes ideas y pensamientos de

POR
M. R. N.

futuro, las cuales nos han llevado a estar siempre a la vanguardia dentro de nuestro sector, adecuándonos a cada momento de la vida y apostando por una fuerte digitalización», destaca Rodríguez-Hevia.

Remontándonos a sus orígenes, la firma galardonada, Herrero Brigantina, fue creada en 2011 con la idea de formar «una empresa compuesta por personas que trabajan para personas», una correduría de seguros cercana, familiar y de confianza que trabaja de manera digital y sostenible, ofreciendo financiación y crédito de forma transparente a la medida de sus clientes. Así, cinco años después, la necesidad de digitalización hizo nacer AGORA, un cambio en la estructura de la empresa con visión a expandirse territorialmente y convertirse en la entidad del sector más actualizada: «Sirvió de factor diferencial con el resto de competidores, anclados a un concepto más tradicional», asegura su director.

Funcionalidades

A.G.O.R.A. es pura digitalización. Se utiliza a través de internet con el fin de llevar un control actualizado de las gestiones que realizan sus empleados: desde la dirección



Alfonso Rodríguez-Hevia, director general de instituciones de Herrero Brigantina, recogió el galardón

AGORA, de Herrero Brigantina Mejora sus procesos productivos

Premio a la Mejor Plataforma Tecnológica de Gestión de Riesgos. Ofrece asistencia y supervisión de cada uno de sus trabajadores a través de una aplicación web exclusiva

comercial hasta los directores «con el fin de facilitarles la asistencia, consejos y poder supervisar sus procesos productivos». Tras más de siete años en funcionamiento, se ha vuelto imprescindible para sus trabajadores.

Más de 200 empleados especializados distribuidos por todo el territorio, nacional e internacional, que se han convertido en auténticos referentes para tener calidad, así como define su director:

«Nuestros equipos comerciales contribuyen con lo mejor de sí mismos al progreso de la compañía, convirtiendo su esfuerzo en algo mucho más elevado y motivador que la estricta obligación personal; nuestra fuerza caracteriza a Herrero Brigantina contagiando el deseo de avanzar».

Por sus clientes

«En Herrero Brigantina nos gusta escuchar a nuestros clientes, nos

La importancia de conectar con el cliente

► La conexión profesional y clientes es algo esencial en este siglo XXI. Herrero Brigantina ofrece, a través de A.G.O.R.A. el control y la ayuda de todos sus empleados, pero sin dejar a un lado a otros de los auténticos protagonistas de su esencia como empresa: sus clientes. Por ello, cuentan con una digitalización que les mantiene conectados en todo momento para atender sus necesidades de manera telemática: «Apostamos por clientes digitales, por lo que creamos y mejoramos nuestras plataformas para estar siempre conectados con ellos y así poder acompañarlos continuamente y que sean partícipes de nuestro día a día» en la empresa, declara Alfonso Rodríguez-Hevia.

gusta ponernos en sus zapatos». El equipo de Herrero Brigantina no solo está compuesto por sus profesionales, los clientes también forman parte del papel principal de la empresa. Por ello, el plan de crecimiento apunta directamente a la mejora de quienes muestran su confianza en sus servicios. Así, la correduría de seguros tiene un proyecto en camino: Proyecto Horizonte 2022, regido bajo el eslogan «Queremos ser quien te cuida», acompañándoles durante todas las etapas de su vida.

Se ha convertido en un referente en el sector por su gran calidad de trabajo, solvencia y alta demanda recibida en los últimos años. Esta aseguradora lleva casi una década formando parte del sector de la mediación y con el paso de los años ha conseguido posicionarse como la mejor opción para optimizar las operaciones financieras y de seguros de cientos de clientes.

Rodríguez-Hevia lo tiene claro: «El cliente de Herrero Brigantina solicita agilidad, eficiencia, cercanía, solvencia y sobre todo lo que solicita es excelencia y calidad», y su plan de trabajo lo cumple a la perfección.

«En Herrero Brigantina nos gusta escuchar a nuestros clientes, nos gusta ponernos en sus zapatos»

GAM Diversidad de soluciones al alcance del cliente

Premio al Liderazgo en Soluciones de Maquinaria Resuelven las peticiones de sus clientes en un extenso territorio

El negocio de soluciones de maquinaria parece estar en pleno crecimiento. Solo hay que ver con perspectiva el avance que GAM ha experimentado en los últimos años. Esta empresa sabe cómo cubrir las necesidades de sus clientes. Estudian sus peticiones y ofrecen un amplio servicio de soluciones que los convierte en líder del sector. En GAM atienden a cualquier necesidad de elevación, manipulación, mantenimiento y energía a través de su amplia selección de maquinaria, compuesta por una línea de negocio centrada en la ingeniería de drones, estructuras modulares, distribución de maquinaria y producción de eventos. Alquiler y venta de maquinaria que dota a sus clientes de todo lo que necesitan.

Asturias fue la cuna de GAM. Remontándonos al 2003 y de la mano de Pedro Luis Fernández Pérez, nació una empresa especializada en soluciones y servicios integrales para la industria. Una compañía encargada del alquiler, la venta y el mantenimiento de maquinaria, que ha cubierto las necesidades de miles de clientes en estos casi 20 años de vida.

Entre sus proyectos se encuentra la formación, los eventos, el suministro de energía, los espacios modulares e ingeniería de robótica y drones. Dos décadas de adaptación que han convertido a esta empresa en parte del futuro.

Premio al Liderazgo en Soluciones de Maquinaria, LA RAZÓN considera a GAM una empresa líder en su desarrollo, y un punto a favor del futuro de la Comunidad de Madrid. Pedro Luis Fernández Pérez, presidente y fundador de la empresa, recogió el premio durante la gala el pasado 2 de marzo. «Es una enorme satisfacción», agradecía, a la vez que destacaba la impor-

El recorrido de la firma por el mundo

► La internacionalización es un factor importante para el crecimiento de una empresa y su permanencia en el futuro. GAM lo lleva a la práctica de una manera perfecta. El grupo no solo tiene presencia en España, sino que su trabajo se extiende a diferentes países y continentes. A día de hoy, podemos encontrarles en Portugal, Marruecos, Arabia Saudí y gran parte de Latinoamérica: México, Puerto Rico, Perú, Colombia, Chile y Panamá. Territorios en los que no se cierran a aumentar su presencia: «Estamos centrados en diez países, pero no descartamos ampliarla en el medio o largo plazo», aseguran.



Pedro Luis Fernández Pérez, presidente de GAM, subió al escenario a recoger el premio

tancia de recibir un reconocimiento de este nivel: «En estos premios se destaca la capacidad de empresas de diversos sectores para generar innovación, impulsando el papel de Madrid como emprendedor, a lo que se suma al reconocimiento de uno de los periódicos más relevantes de nuestro país a la labor de todas nuestras personas».

Constante evolución

Los retrasos en los plazos de entrega y los problemas globales en las cadenas de suministro han sido algunos de los retos a los que se ha enfrentado GAM por culpa de la pandemia. Obstáculos en el camino que han sabido manejar, fortaleciendo la gestión interna y manteniendo, e incluso mejorando, la comunicación con sus clientes. Tanto ha sido así, que la compañía ha obtenido unos resultados altamente satisfactorios durante el 2021, animándoles a seguir cumpliendo sus objetivos,

apostando por los avances y la digitalización de la empresa.

Entre sus profesionales, que suman ya cerca de 1.200 personas, operan en diez países y sus cifras no paran de sumar logros. «Hemos crecido un 26%, duplicando nuestro beneficio, y nuestra previsión es seguir creciendo a doble dígito», asegura su presidente, Pedro Luis Fernández. Así,

apuestan por sectores en expansión como la logística y la implantación de las nuevas tecnologías: «Un proceso complejo que requiere de un esfuerzo inevitable para seguir avanzando en los planes de la compañía de enfocar la relación con los clientes hacia un modelo más digital, tipo "e-commerce", buscando siempre la excelencia en el servicio».

Además, apuestan por la diversificación con el fin de posicionarse en lo más alto del sector, incluyendo la compra y creación de

diferentes empresas en ámbitos como la formación, con Kirleo Escuela de Oficios o la distribución última milla con Inquieto Moving Attitude.

La digitalización y la sostenibilidad forman parte del ADN de GAM. Entre sus proyectos, se encuentran el área de robótica móvil, que desarrolla proyectos con vehículos de guiado automático (AGV) y drones, que utilizan programas de inteligencia artificial.

Inquieto, una de sus filiales, es un ejemplo claro del trabajo sostenible. Con apenas año y medio de vida, ya dispone de más de 1.500 vehículos eléctricos de diferente mecánica, desde bicicletas hasta camiones, pasando por triciclos y motos.

«Adecuamos el transporte a las necesidades logísticas actuales, optimizando el tamaño de los vehículos, mucho más ágiles teniendo en cuenta el tráfico urbano y, por supuesto, con cero emisiones»

POR
M. R. N.

Risi Los snacks que han cautivado a varias generaciones de españoles

Premio a la Trayectoria Empresarial. Es una marca familiar y tradicional que ha sabido transformarse y adaptar su oferta e imagen a los nuevos tiempos

Se trata de una de las marcas de snacks más conocidas de nuestro país, que ha formado parte de la infancia de generaciones de niños y niñas que al salir de la escuela ansiaban ese pequeño capricho.

RISI es una firma familiar con más de 50 años de trayectoria comandada en estos momentos por Juan Gómez-Cuétara, presidente y CEO de RISI. Mantenerse en la cima del sector no ha sido fácil: «El secreto de mantenerse vivo es el mantener cerca del consumidor las marcas, somos una empresa con una larga historia y tradición, pero a pesar del paso del tiempo hemos sabido actualizar nuestras marcas, mantener nuestra esencia, que es estar en cada rincón del

país, muy cerca del consumidor en cada potencial momento de consumo y sobre todo el nunca perder el foco sobre el tipo de producto que fabricamos, snacks deliciosos, accesibles y sobre todo que acompañan al consumidor en todos esos momentos que nos ge-

neran una sonrisa, en buenos momentos, compartiendo con amigos, familia, etc. Eso es RISI y pretendemos seguirlo siendo por mucho tiempo más», explica a LA RAZÓN Gómez-Cuétara.

No obstante, existe desde hace unos años un cambio en los hábitos de consumo, derivado de una alimentación más sana y apartando de la dieta los ultraprocesados. En este cambio de tendencia también se encuentra RISI. «Ya hemos comenzado ese camino y uno de

nuestros últimos lanzamientos en el sector está encaminado hacia ello. MIOS! Es una marca de snacks con un concepto de bienestar y salud que ha sido muy bien aceptada por el consumidor.

MIOS! Horneados consigue añadir al surtido de RISI un producto extrusionado, no frito, con harinas vegetales y sabores extraordinarios, lo que los ha convertido en dos de las mejores innovaciones en la categoría este año. «Además, no dejemos de lado la preocupación por lo saludable», por ello en RISI se continúa apostando por los snacks, patatas fritas y caramelos que están incluidos en la Lista Oficial de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE). «Estamos comprometidos con la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) y

«El secreto de RISI es mantener la marca cerca del consumidor y actualizarse sin perder la esencia»

«Hemos comenzado un camino hacia la comida saludable con nuestro último lanzamiento de nuestro snack MIOS!»

POR
B. Y.

solo utilizamos aceite de girasol y aceite de girasol alto oleico», destaca Gómez-Cuétara.

Por otra parte, la compañía ha participado en estos últimos tiempos en proyectos vinculados a la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente. Por ejemplo, uno de los últimos ha sido la plantación de especies autóctonas, donde participaron, de manera voluntaria, trabajadores de RISI junto a sus familiares, que quisieron ser parte de esta acción.

Crecimiento de la empresa

Durante el año 2021 la compañía experimentó un crecimiento de casi el 12%. RISI, de hecho, ha cerrado un año con un crecimiento del + 4,6% en el canal de alimentación, +2,5 puntos más que la categoría, por lo tanto gana +0,2 puntos de cuota de mercado, todo ello en un contexto marcado por la COVID-19. Además, ha consolidado tras el año de pandemia la notoriedad de sus principales marcas, como Gusánitos -en más del 81%- y Risketos -en casi 79%.

No obstante siempre hay preferidos de entre todas las categorías. En este caso, como afirma Gómez-Cuétara a este periódico, «sin duda los reyes de la casa son nuestras míticas Palomitas sabor mantequilla, Risketos Originales y Gusánitos Originales». No hay fin de semana que se resistan.

Significado del premio para RISI

► «Este premio tiene un gran significado para la compañía, especialmente si se tiene en cuenta la longeva trayectoria de la misma. Según Juan Gómez-Cuétara, presidente y CEO de RISI: «Sobre todo significa un gran orgullo y reconocimiento al esfuerzo de todos estos años en los que siendo una empresa local, familiar, hemos conseguido un sólido lugar en el mercado de snacks, consolidando grandes marcas, siendo fieles a nuestros valores, a nuestra visión como empresa y a nuestros clientes y consumidores. Es un motivo más para celebrar y continuar con muchas ganas creciendo y avanzando este 2022».



Juan Gómez-Cuétara, CEO de RISI, junto a Eugenia Carballado, presidenta de la Asamblea de Madrid, y Francisco Marhuenda

«Cada niño es maravillosamente diferente». Son palabras de María Montessori, pedagoga y psicóloga, creadora del método de enseñanza que lleva su nombre, y que también bautiza a uno de los colegios de mayor renombre de la Comunidad de Madrid: el Montessori International School Conde de Orgaz.

Privado y de alto nivel académico, este centro fue fundado en 1970 por D. José Luis García y Dña. María Jesús Abaroa y educa a sus alumnos bajo el método Montessori. Pero, ¿en qué consiste? Esta forma de enseñanza se basa en el respeto por la psicología natural del alumno, sustituyendo las tareas por la cooperación del niño con el adulto, decidiendo hasta dónde quiere llegar con la actividad. Así, cada alumno tendrá, desde pequeño, la capacidad de estar contento con sus propias decisiones. «Está enfocada en promover la autonomía del alumno, su libertad creativa y su felicidad», destaca Luis Eduardo García Gualis, su director.

Gracias a esta manera de enseñar, LA RAZÓN ha querido premiar a Montessori International School Conde de Orgaz como Mejor Proyecto Educativo. Para festejar el reconocimiento,

el director del colegio, García Gualis, fue el encargado de recoger el galardón y dedicar unas palabras a toda la familia que compone su día a día y, en especial, sus alumnos: «No se sabe qué profesiones van a existir, ni cómo se van a desarrollar: el reto es conseguir que nuestros alumnos se dediquen a lo que les apasione en el nuevo mundo», promete García Gualis.

Cómo es estudiar allí

«Todo se puede conseguir sin perder la alegría en el camino», asegura el director, destacando el objetivo claro que tienen con sus alumnos: «Hemos demostrado que partiendo del niño –sin olvidarse que son niños y que requieren su propio ritmo– se puede lograr su mejor versión, la que les va a ayudar a alcanzar sus sueños, estudiar lo que les gusta y se les da bien, para en el futuro poder dedicarse a ello».

Son muchos los motivos por los que el Colegio Montessori se diferencia del resto de escuelas de la capital. Aun así, hay cinco rasgos por los que sus profesionales animan a las familias a elegir el suyo como primera opción.

Montessori International School Conde de Orgaz

Premio al Mejor Proyecto Educativo. Cubren todas las etapas educativas, desde la guardería hasta bachillerato



Luis Eduardo García Gualis, director y gerente de Montessori International School Conde de Orgaz

El motivo principal es la atención que se le presta a cada niño. El método pide particularidad y por ello, se emplea una educación cien por cien personalizada a cada uno de ellos. Los niños son un mundo, cada uno tiene un potencial diferente y solo estudiándolo individualmente se podrá obtener su mejor versión. Y eso quiere Montessori: que sus alumnos expresen todas sus capacidades.

La calidad del colegio es la segunda razón, pues es un centro de alto de nivel académico: la media de los resultados en las notas de acceso a la universidad es una de las más altas entre las escuelas de la capital. Aunque no sea el ingrediente más importante, así como metaforiza su director, han conseguido crear «la pizza perfecta que se necesitaba en España».

Otro de los aspectos a destacar son los idiomas. Montessori es un colegio multilingüe, donde se im-

parte español, inglés y francés, con profesores nativos con capacidades para que los alumnos continúen su proceso educativo con niveles altos. En expansión, es un colegio internacional. Aunque aplica el modelo curricular en español, muchas de sus asignaturas se imparten en inglés.

El método de enseñanza de esta escuela conlleva, con el fin de fomentar el contacto humano, que sus alumnos no utilicen ordenadores, por lo que la pandemia ha supuesto para ellos todo un «depliegue de ingenio».

Diversidad social

Montessori Conde de Orgaz no es como el resto de colegios privados. El centro trabaja a favor de la diversidad sociocultural y cuenta con unas tarifas moderadas con las que pretenden diferenciarse del resto de colegios privados, evitando el elitismo económico ca-

racterístico de muchos de ellos. «Creemos en la diversidad cultural como fuente de conocimiento y en la virtud aristotélica del ser humano para despojarse de los prejuicios y hacerse a sí mismo más allá del poder, la cultura, la religión, la raza o la política», destacan.

Montessori International School ha sido todo un logro para la enseñanza en España pues, impartiendo un modelo poco conocido e inusual, sus alumnos consiguen las puntuaciones más altas. ¿Qué variedades encontramos en sus clases? No imparten el temario habitual, pues sus maestros quie-

«El reto es conseguir que nuestros alumnos sigan dedicándose a lo que les apasione en el nuevo mundo»

«Kindergarten» para los más pequeños

► Parque Conde de Orgaz no es el único centro que tiene Montessori. Cerca del principal, también en Arturo Soria (Madrid), tiene un colegio para los más pequeños llamado Montessori Kindergarten Conde de Orgaz. Un centro que abrió sus puertas en 2017 y acoge a niños y niñas de entre dos y cinco años. Sus instalaciones están compuestas por aulas diáfanas y luminosas, equipadas con material de primera calidad, un comedor adaptado, patio de actividades, e incluso un rocódromo infantil donde los alumnos más pequeños pueden pasar su tiempo jugando libremente para más tarde desarrollar y aumentar sus conocimientos en el colegio principal: Montessori International School Conde de Orgaz.

ren que disfruten aprendiendo, no que basen su aprendizaje en una exigencia académica. Así, el papel de profesor se encuentra en vilo entre un «jefe» y un «colega». Ninguno de los dos términos definen a su personal docente, pues su principal misión es motivar a sus alumnos.

El medioambiente también forma parte de este centro, pues los alumnos realizan actividades relacionadas con el cuidado de la naturaleza, como plantar huertos o cuidar a sus propios animales.

Por último, más allá de los conocimientos académicos, tratan de que sean optimistas, asertivos, empáticos, concienciados, trabajadores, metódicos, resolutivos, creativos, cooperativos y sociales. De esta manera, con todos estos cambios los resultados académicos de su alumnado son igual —o incluso mejor— que los de un centro de enseñanza común.



Patricia Leal Ruiz, directora gerente del Colegio San Jaime (Majadahonda)

Colegio San Jaime Enseñanza basada en los valores

Premio al Mejor Centro Privado Educativo. Educan a sus alumnos en todas sus vertientes: humana, intelectual, científica, cultural, religiosa y deportiva

La educación es el verdadero futuro. Independientemente de los avances tecnológicos, el aprendizaje y la manera de ver la vida de los niños desde su edad más temprana, marcan el antes y el después, no solo en su vida, sino en la evolución social de todos. La Comunidad de Madrid tiene algunos de los mejores colegios del país, entre ellos, el reconocido recientemente como el colegio privado número uno: el Colegio San Jaime, ubicada en Majadahonda.

Sus aulas recogen a niños y adolescentes desde educación infantil hasta bachillerato, creando entre sus alumnos y profesores algo más que una relación académica: una familia.

POR
M. R. N.

Los claros valores del Colegio San Jaime han sido reconocidos por LA RAZÓN en la primera edición de sus Premios Madrid Futuro, nombrándole como el Mejor Centro Privado Educativo el pasado 2 de marzo. Una gala a la que acudió su directora gerente, Patricia Leal, donde aprovechó para garantizar su trabajo con ilusión en base a un gran reto: «Trabajar de manera excepcional hoy para construir un futuro mejor, a través de nuestros alumnos, porque ayudarles a conseguir sus sueños, no tiene precio»

Formación católica

El pilar fundamental de Colegio San Jaime está basado en una visión Cristiana de la vida: desarrollar al alumnado como «hombres

y mujeres de bien, con sentido analítico, crítico, elevado nivel académico, espíritu de sacrificio, afán de superación y responsabilidad personal», todo ello, en libertad.

Por ello, el centro cuenta con

una formación católica y una enseñanza de los valores ligados a la religión, con los que enseñan a los niños el sentido de su existencia. «San Jaime se caracteriza por ofrecer a sus alumnos una formación integral, potenciando las

Variedad para desarrollar sus competencias

► Los niños y niñas que pisan cada día sus aulas deben ser capaces de desarrollar al máximo sus competencias, por eso, Colegio San Jaime lleva 15 años educando a sus alumnos bajo seis vertientes: la humana, la intelectual, la científica, la cultural, la religiosa y la deportiva. Una enseñanza

completa que nutren, además, con el diálogo profesor-alumno y alumno-profesor. Una necesidad «esencial para optimizar su labor educativa» que consiguen gracias a los grandes profesionales que componen su personal docente. Con ello, garantizan la máxima confianza con las familias.

habilidades y destrezas de cada alumno, recibiendo un trato personalizado apoyado por una acción tutorial activa, para conseguir una formación académica de excelencia», detalla la directora.

De esta manera, el proyecto diario del centro está basado en seis características importantes: primero, la satisfacción de las necesidades de su alumnado, así como aprovechar las posibilidades de su desarrollo. Así, de cara al futuro, es importante dotarles de competencias y destrezas que le faciliten su incorporación a la vida adulta y laboral.

Otro de los valores que el Colegio San Jaime quiere incluir es la necesidad de que aprendan a actuar con responsabilidad, respeto, creatividad y sentido crítico. Así, les enseñan a aprovechar al máximo su rendimiento durante el estudio, capacitándoles de conocimiento a través de técnicas de trabajo intelectual. Un crecimiento que se amplía con el deporte, un factor muy importante para el desarrollo de su enseñanza. La educación física y el deporte como actividad extraescolar permite a los niños a ser más sociales, participativos y cooperativos.

El medioambiente también forma parte de su día a día, de una manera teórica y práctica, con charlas, actividades y proyectos que les conciencian de la importancia de cuidar el planeta. «Se recurre a la parte práctica para que

«Ofrecemos a los alumnos una formación integral, potenciando sus habilidades y destrezas»

de una forma «lúdica» sientan más cercano este tema y se sensibilicen con él», asegura.

Las escuelas no solo tratan de educar intelectualmente a sus alumnos. Conocerlos y cuidarlos también debe estar a la orden del día, y por eso, Colegio San Jaime tiene en sus servicios un gabinete psicopedagógico que permite cuidar a sus alumnos a través de un seguimiento desde edad temprana.

Por ello, cuenta con un completo departamento de comunicación constituido por orientadoras, terapeutas, profesionales dedicados a las necesidades educativas. Así, los padres pueden solicitar entrevistas con el departamento, con el fin de saber cómo se encuentran sus hijos y de qué manera están evolucionando personal y académicamente.

La digitalización de productos básicos del día a día, como pueden ser los carros de la compra, pasa a veces desapercibida, pero si se crea, se vuelve indispensable para su uso. A eso se dedica Creaciones Marsanz. Siempre en compromiso con el medioambiente, produce carros de manutención, autoservicio y logística, además de estanterías, dispositivos de entrada y salida, y una amplia gama de «chek-out» comunes de cualquier supermercado. Entre sus últimos diseños, se encuentran los carros de autoservicio híbridos, que reducen las contaminaciones y se adaptan a las necesidades actuales de la sociedad. Una empresa líder que forma parte del futuro.

Creaciones Marsanz se crea en 1966, con las ideas y la ambición de dos jóvenes en un taller de Madrid, mientras fabricaban pequeños utensilios metálicos y piezas para automóviles. Su deseo de crecimiento les hizo seguir su propio camino hasta crear una empresa que lleva, en 2022, casi seis décadas en funcionamiento. Un camino difícil de recorrer, cuya calidad la ha situado en lo más alto del mercado.

El trabajo de Creaciones Marsanz forma parte del futuro industrial de la Comunidad de Madrid,

Creaciones Marsanz

Una necesaria digitalización

Premio Experiencia y Calidad en Diseño y Fabricación de Equipamiento Comercial

Una ayuda al medioambiente

► Todos los productos de Creaciones Marsanz son reciclables y totalmente sostenibles. La inversión y lucha por crear un mundo favorable para el medioambiente también es parte de esta empresa. Sus profesionales saben aprovechar los materiales con los que trabajan, así como gestio-

nar los residuos, dándole un valor a los materiales que manejan en su día a día para no perjudicar a la naturaleza: «Continuamos trabajando en nuestra apuesta por productos cada día más sostenibles y con un menor impacto medioambiental», asegura Fernando García Pérez, CEO de la compañía.

y por ello, ha sido reconocido por LA RAZÓN por su largo camino en el sector, otorgándole el Premio Experiencia y Calidad en Diseño y Fabricación de Equipamiento Comercial. Un galardón que recogió su CEO, Fernando García Pérez, y que aseguró ser todo un orgullo para la compañía.

«El desafío de este sector también pasa por la innovación y la evolución hacia lo ecológico y sostenible, no solo basándose en el beneficio que implica a nivel de branding sino por propia responsabilidad social», adelanta García Pérez. De esta manera quieren hacerse hueco entre la digitalización de la empresa, creando su propio «e-commerce»: «Tenemos la gran oportunidad de reconvertir las tiendas offline llenándolas de recursos tecnológicos online para que la experiencia del consumidor sea más plena», asegura.

Las nuevas tendencias y el avance tecnológico están en manos del departamento de i+D, adaptando sus productos a la era digital y facilitando la compra a sus clientes, viendo siempre, aunque las situaciones sean complicadas –como la vivida desde la pandemia–, «una oportunidad de innovar y evolucionar».

Entre sus productos se pueden

encontrar carros de autosevicio metálicos, de plástico –«polysteel»–, «multigrip», con mayor capacidad de maniobra o carros de transporte para almacenes o reposición. Así, entre sus novedades, destacan algunos carros como «Multigrip 80» y «Multigrip 98», diseñados para compras en espacios reducidos, que también pueden encontrarse en 100, 130 y 150 litros. Así, otro de ellos es el carro multifunción 620, de alta capacidad, adaptado para los sectores de bricolaje, jardinería o «cash & carry».

A nivel de compra online, almacenaje y distribución han fabricado carros a petición del cliente, como los llamados «postal trolley», carros online 1500 y 1100 con amplia gama de accesorios, «box trolley» o «roll tainer». Con todo ello, tratan de seguir la línea de crecimiento que experimentaban antes de 2020. «Creemos que puede ser un año con muchos proyectos en el sector», confían.

Mercado geográfico

La sostenibilidad adapta a la empresa y abre la ventana a un gran abanico de extensión comercial, creando un mercado geográfico mucho más amplio y que se extiende nacional e internacionalmente. En la actualidad, Creacio-

POR
MIRIAM R.
NOGAL

«América y África van a suponer, en los próximos años, nuevas vías de crecimiento para nosotros»

nes Marsanz cuenta con tres plantas de producción: una situada en Ugena (Toledo) y dos implantadas en Madrid. Ampliando territorio, en España cuentan con seis delegaciones, en Alicante, Barcelona, Sevilla, Santander y Madrid. Internacionalmente, poseen una delegación en Lisboa (Portugal) y dos filiales en Reino Unido y Francia. «Contamos con una amplia gama de distribuidores a nivel mundial», destacan desde la empresa.

Diversas distribuciones que abren el apetito de la empresa, ampliando sus deseos de continuar creciendo hacia otros continentes: «América y África, a través de antiguos clientes, van a suponer en los próximos años nuevas vías de crecimiento para nosotros. También las alianzas con otras empresas, líderes en sus áreas, nos permitirán llegar a nuevos mercados». Así, creaciones Marsanz tiene la vista puesta en el camino.



Fernando García Pérez, CEO de Marsanz, posa con el premio junto a Eugenia Carballado y Francisco Marhuenda

«**C**arttec, innovando por el futuro, revolucionando el presente». Con este eslogan, la empresa líder en fabricación de carros de última generación se sitúa en el mercado y autodefine su capacidad para ser capaz de marcar parte del futuro industrial de la Comunidad de Madrid.

Carttec comenzó a dar sus primeros pasos en 2007, con el fin de comercializar carros de última generación en distintos sectores, como el retail, en hoteles o en aeropuertos. En un momento donde una gran crisis económica a nivel mundial comenzaba a dar señales, esta empresa tuvo que luchar contra viento y marea para sobrevivir, enfrentándose así a uno de sus retos más complicados, más allá del actual coronavirus. Todo ello, sin olvidar que fue a comienzos de su carrera en la industria.

«El premio es un reconocimiento al esfuerzo de un equipo comprometido con mejorar la vida de los usuarios de los carros que nuestros clientes ponen a su disposición», agradecía Isabel Pilar Alonso, directora de marketing digital y eventos de Carttec, destacando la labor de su

POR
M. R. N.

equipo de I+D+i dentro de la empresa. Unas palabras que formaron parte de su discurso durante la entrega de Premios Madrid Futuro organizada por LA RAZÓN, donde Carttec fue galardonada con el Premio a la Innovación Tecnológica en diseño de carros inteligentes.

Productos innovadores

Son tres las soluciones innovadoras por las que Carttec ha sido galardonado. Diversos tipos de carros, nunca antes fabricados, y formas de trabajo esenciales que harán más fácil la vida de las personas. Productos y soportes que han sido bautizados como JuliusTEC, JuliusCart y HORUSTEC.

La primera innovación es única en el mundo: JuliusTEC. Un carro inteligente que facilita el recorrido por el supermercado, siguiendo al cliente durante toda su compra. Ideal para personas con movilidad reducida, pues permite evitar los obstáculos y las personas que se interpongan por su camino.

Por otro lado, JuliusCart es todo ciudadano que habitualmente hace la compra querría: un carro que no conlleve forzar ni cargar con peso. Este modelo, además de minimizar el esfuerzo del usuario, proporciona una ayuda motriz



Isabel Pilar Alonso Correa, directora de marketing digital y eventos de Carttec

Carttec, una apuesta decidida por los carros inteligentes

Premio a la Innovación Tecnológica en diseño de carros inteligentes. Los comercializa e introduce los últimos avances en los sectores de retail, aeropuerto y hotel

durante su uso, permitiendo una conducción fluida durante todo el recorrido.

El último soporte protagonista es una plataforma: HORUSTEC. Creada en 2020, es un sistema de geolocalización «indoor» que permite a sus clientes controlar el movimiento, la ubicación y gestionar toda la información que recogen los carros, de dentro y fuera de la tienda. «El avance de la tecnología tiene un papel fundamental,

ya que Carttec trabaja para introducir dicha tecnología en torno a los carros de cada uno de los sectores en los que trabajamos», asegura Isabel Alonso.

Así, está capacitada para adaptarse a cualquiera de los sectores con los que trabaja Carttec: retail, hoteles, aeropuertos, además del socio sanitario, eventos o industria. «Creamos aplicaciones a medida para cada uno de los sectores y clientes con los que trabajamos»,

«Creamos aplicaciones a medida para cada uno de los sectores y clientes con los que trabajamos»

Presencia y control de los eventos

► Los carros inteligentes no son el único servicio digital que Carttec ofrece. La empresa ayuda a llevar una correcta gestión de datos en recintos feriales, palacios de congresos y eventos de todo el país. Todo ello, gracias a la tecnología. Ahora, los máximos responsables de los eventos (MICE) podrán disponer de una información detallada y en tiempo real sobre el comportamiento de sus asistentes, recopilando datos sobre sus recorridos y trayectorias, y determinando flujos, tiempos de trabajo o zonas calientes y los horarios de mayor afluencia en las diferentes áreas del recinto. Todo ello contribuirá a dar mejor servicio y solventar las dificultades que puedan surgir en un momento dado.

detalla la directora de marketing digital y eventos de Carttec.

Internacionalización

El amplio equipo hace posible los avances tecnológicos a los que esta empresa se aplica casi diariamente. Isabel Alonso destacó durante la gala el duro trabajo y la importancia de sus trabajadores, pieza fundamental para que todo salga sobre ruedas.

Actualmente, Carttec tiene tres centros de trabajo en España: uno en Alcobendas (Madrid), otro en Valencia y un último en Salamanca. Centros compuestos por un total de 60 empleados que la entidad tiene pensado multiplicar en un futuro, no muy lejano, gracias a sus deseos de expansión.

Aun así, la comercialización de sus productos no solo se mueve por el territorio nacional, pues los carros llegan a más de 30 países, y tienen prevista la apertura de una nueva filial en los mercados europeos en el 2023. «Queremos seguir desarrollando nueva tecnología para cada uno de nuestros sectores, y crecer a nivel internacional», adelanta. Una aspiración de internacionalización que pronto será una realidad.

Desde 2014 HOMIII percibió que el mercado de estudiantes que visitaban España era, en realidad, un gran nicho de mercado. Hasta 500.000 jóvenes, la mayoría estudiantes y, en aumento, nuevos profesionales, no encontraban entonces una solución de alojamiento profesional, transparente, flexible y que tuviera servicios de atención 24 horas los 365 días del año. Partiendo de esta idea, explica a LA RAZÓN Antonio Mochón Ronda, fundador y CEO de HOMIII, «creamos nuestro modelo de negocio. Nuestra gestión del alquiler es profesional y adaptada al cliente. Nunca les vamos a dejar tirados sin piso, sin su hogar HOMIII, por ejemplo a mitad de curso». «Cuando alquilas puede suceder que no te renuevan el contrato por distintos motivos. En HOMIII no te dejaremos sin casa –de hecho, la compañía cuenta con un proyecto solidario, “1 euro de futuro”, con el objetivo de ayudar a jóvenes con escasos recursos en su etapa de formación—. Además, nos encontramos con un tipo de cliente extranjero y/o fuera de la ciudad habitual en la que residía con su familia y amigos, y vimos que el concepto de COMUNIDAD HOMIII aportaba una capacidad de integración muy valorada, porque llegas de fuera, vives y estudias con

HOMIII

Una nueva forma de crear comunidad

Premio al mejor modelo de negocio de co-living. La fórmula para entender las necesidades de los jóvenes

¿Dónde encontrar sus pisos?

► Comenzaron su andadura en Madrid, en el año 2016 y desde entonces la empresa no ha parado de crecer. Ya gestiona más de 500 habitaciones. El proceso de crecimiento y expansión estaba previsto para 2019-2020 pero la COVID 19 paralizó los proyectos que estaban en marcha.

«Ahora estamos retomando los planes en ciudades como Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga. Nuestro objetivo es superar los 3.000 habitaciones en los próximos dos años en territorio español», explica a este periódico Antonio Mochón, fundador y CEO de HOMIII.

compañeros desconocidos siempre se valora un nexo de unión y referencia», añade Mochón.

HOMIII es comunidad. Es compartir vivencias con españoles y extranjeros. «Siempre digo que a HOMIII se llega buscando un alojamiento y se encuentra ‘una experiencia de vida’ que permanecerá en el recuerdo para siempre», prosigue.

El perfil de los inquilinos de HOMIII suele ser el de estudiantes universitarios desde los 20 años a los 24, estudiantes de Masters o Cursos Especializados; incluso después, hasta los 33 años, ya que muchos de los inquilinos continúan en HOMIII en sus primeros años de experiencia laboral.

«Cada vez llegan más jóvenes profesionales, ya que la flexibilidad de alojamiento es imprescindible. Buscan amistades que encuentran en HOMIII, y, sobre todo, quieren una gestión profesional para su alquiler. Además de poder consultar cualquier cambio en nuestras oficinas o nuestra web, siempre disponibles», aclara Mochón.

A través de www.homiii.com, los clientes realizan el 80% de las reservas de manera online, directamente por la web sin ver el piso; Eso se debe en parte a la confianza en la marca; a la digitalización

de HOMIII –porque se pueden ver vídeos de los apartamentos y habitaciones detallados para que el joven sienta que realmente está realizando una visita desde cualquier parte del mundo, y tan solo el 20% requieren visita comercial al piso. Además, el equipo cuenta con un servicio con atención personalizada en la búsqueda de cada piso, para que el éxito con el cliente esté garantizado.

Cómo son los pisos

Los pisos están totalmente reformados y decorados con gusto, con zonas comunes adaptadas, con wifi y Netflix en todos ellos. El motivo es que, en el caso de España, igual que otros países que reciben estudiantes, han tenido falta de fiabilidad entre las fotos y caracte-

rísticas publicadas y la realidad encontrada. «Esto en HOMIII no pasa, porque somos quienes reformamos, decoramos, realizamos el mantenimiento y limpieza, atendemos a nuestros clientes personal y directamente», afirma Mochón a este periódico.

Por otro lado, tranquilidad y seguridad es lo que transmiten a HOMIII sus inquilinos debido a que se han cubierto sus expectativas respecto en ese momento de llegar a una ciudad nueva, ser

POR
BEATRIZ
YUBERO

En el pasado mes de septiembre, HOMIII recuperó el 100% de ocupación a pesar de la pandemia

atendidos en el propio piso en el que van a vivir y conseguir que esa tranquilidad llegue a sus padres allí donde viven.

Todo eso se transmite a la organización: «Sienten ilusión y agradecimiento, cuando les ayudas a integrarse con sus nuevos amigos de piso, cuando les convocas en los eventos de la COMUNIDAD HOMIII. Hemos tenido en esos años más de 3.000 clientes, y muchos de ellos ya llegan recomendados por otros que ya estuvieron en HOMIII anteriormente», añade Mochón. Quizá por ello, HOMIII recuperó en el mes de septiembre el 100% de la ocupación. «Podemos decir que hemos vuelto a la normalidad. Tenemos un 0% de morosidad. Aun así, seguimos recomendando seguir con medidas de prevención y respetar las normas establecidas respecto a la COVID-19», añade el fundador y CEO de HOMIII.



Antonio Mochón, fundador y CEO de HOMIII, junto a Eugenia Carballado, presidenta de la Asamblea de Madrid, y Francisco Marhuenda

Adamed Pharma es una empresa farmacéutica polaca de propiedad familiar y de alcance mundial. Sus medicamentos se encuentran presentes en 78 países de todo el mundo, incluida España. De hecho, durante la pandemia, Adamed garantizó la continuidad de la producción y el suministro de medicamentos para que los pacientes de Polonia y del extranjero no se quedaran sin ellos.

«La actual crisis de la COVID-19 nos ha enseñado sin duda que la preparación es fundamental, y por eso hemos aumentado la capacidad de producción y almacenamiento en Polonia en estos dos últimos años. Solo gracias a la voluntad y la determinación hemos conseguido sobrevivir a este difícil momento y garantizar a los pacientes el acceso a las terapias. Por lo tanto, para hacer frente a la inestabilidad de las futuras crisis sanitarias y a una guerra como la que estamos viviendo en Ucrania, necesitamos el apoyo de los gobiernos a nivel nacional y europeo para garantizar la seguridad de los medicamentos de los pacientes», explica a LA RAZÓN Marcin Nowak, director general de la filial en España. Adamed Laboratorios S.L.U lleva en España más de 10 años trabajando con los especialistas en el área de SNC, Ginecología y oncología. An la actualidad, la empresa ha lanzado al mercado español el nuevo proyecto, Adamed Cardio, y está introduciendo en el mercado español terapias para pacientes con problemas cardiovasculares.

POR
B.Y.

«Entre 2022 y 2025, tenemos previsto introducir en el mercado 16 nuevos productos que proporcionen terapias eficaces y modernas para las enfermedades cardiovasculares crónicas. Muchos de estos productos aportan un valor añadido en forma de productos combinados que contienen más de un principio activo, lo que permite a los pacientes reducir el número de pastillas. Además, el valor añadido está relacionado con la mejora de la eficacia de la terapia y la calidad de vida del paciente. Esto es lo que esperan tanto los propios pacientes como los médicos, que persiguen los más altos niveles de tratamiento», comenta Nowak a este periódico.

Los proyectos de la empresa

Dentro de la plataforma de oncología ADAMED cuenta actualmente con tres grandes proyectos

ADAMED Pharma S.A. Presente en 78 países

Premio Líder en I+D en el sector farmacéutico y biotecnológico, destaca por sus nuevos medicamentos



Marcin Nowak, director general de Adamed Laboratorios, tras recibir el premio

de investigación en marcha, dos de los cuales están en fase de toxicología. Con el tiempo los laboratorios podrán decir más sobre los detalles. Por otro lado, la empresa trabaja en medicamentos originales y desarrolla nuevas moléculas, algo que, por supuesto, es una labor extremadamente compleja. «En ADAMED, nuestro equipo multidisciplinar de expertos está trabajando en medicamentos originales en otras dos áreas: la diabetes y la neuropsiquiatría. Como parte de nuestro trabajo en el área de la neuropsiquiatría, en diciembre de 2020 firmamos un acuerdo de licencia global exclusiva con la empresa estadounidense Acadia para seguir desarrollando una molécula innovadora elaborada en los laboratorios ADAMED con potencial uso en el tratamiento de trastornos psiquiátricos», afirma Nowak a LA RAZÓN.

Por otro lado, destaca la parte

altruista de la compañía, ya que cada año los laboratorios desarrollan diferentes programas de becas para estudiantes del sector. Por ejemplo, en Polonia dirigen, entre otros, ADAMED SmartUP, un programa científico y educativo para estudiantes de secundaria dirigido por la Fundación ADAMED. El objetivo de este programa es apoyar a los jóvenes con talento en su desarrollo científico, así como divulgar la ciencia y las ciencias naturales. Es decir se anima a los estudiantes de entre 14 a 19 años a participar.

El programa de becas es el que goza de mayor interés; sus participantes toman parte en un campamento científico, y luego los mejores pueden beneficiarse de consultas científicas anuales y de una beca económica. Tal y como comenta Nowak a este periódico: «En la actualidad, nuestras actividades benéficas se centran en

ayudar a Ucrania; sobre todo, entregamos medicamentos en las zonas afectadas por la guerra», que está causando grandes estragos y carencias en el país debido a los ataques indiscriminados por parte del Gobierno ruso.

En cuanto a los mercados en los que más invierte la compañía, destaca de entre todos ellos Vietnam. Se trata del lugar en el que poder planificar la presencia de los laboratorios en los mercados de Asia, Nueva Zelanda y Australia. «Ya hemos iniciado los procedimientos de registro en Camboya, Laos y Myanmar. También nos centrare-

«Hasta 2025 tenemos previsto introducir 16 nuevos productos contra enfermedades cardiovasculares»

Cuáles son los mercados de ADAMED

►ADAMED Pharma es uno de los laboratorios con mayor notoriedad en la actualidad. Se encuentran a disposición de los pacientes en 78 países del mundo. Según Marcin Nowak, director general de la filial en España, explica a LA RAZÓN, «nuestro negocio en el extranjero representa un tercio de nuestra actividad, con planes de crecer hasta el 45%. El crecimiento en Europa -en España e Italia- es clave para nosotros. Vietnam también es un mercado importante. Tenemos una participación mayoritaria en una empresa local, Davi-pharm, que es una de las tres únicas del país que ha obtenido recientemente la certificación de la norma de calidad EU-GMP para productos no estériles en cápsulas, cápsulas duras y comprimidos».

mos en reforzar las exportaciones y aumentar las ventas a los mercados de Europa Occidental, y en expandirnos en Sudamérica», afirma Nowak.

Motivación

Por otro lado, para la multinacional, este premio supone un extra de motivación. «Cada galardón de este tipo me motiva personalmente para esforzarme más y sé que no soy el único: como todo el equipo de ADAMED laboratorios S.L.U, nos complace que nuestras actividades, siempre a disposición del paciente y sus necesidades en el centro de la atención, hayan sido apreciadas. Recibir el título de Líder en Investigación y Desarrollo en el Sector Farmacéutico y Biotecnológico es la más alta forma de reconocimiento, especialmente al haber sido otorgado por un grupo tan acreditado de expertos», concluye Nowak.

Qualicaps® Sus cápsulas son ejemplo de innovación

Premio a la empresa líder en producción de cápsulas con fines farmacéuticos. Cuenta con más de 125 años de experiencia en el sector

Proporciona cápsulas duras de grado farmacéutico para la industria farmacéutica y el sector de los nutracéuticos. Qualicaps® es una compañía que pertenece al conglomerado Mitsubishi y que ofrece un servicio integral a través de un equipo global de expertos comerciales, científicos y técnicos.

POR
B. Y.

«Como empresa, lo que pensamos, vemos y creamos parte de una cápsula, es por ello por lo que nos sentimos orgullosos de producir cada cápsula con el objetivo de promover los principios básicos del bienestar y del cuidado de la salud», explica a LA RAZÓN Javier Santamaría Montel, presidente de Qualicaps®. Esta multinacional es una de los

principales proveedoras de la industria farmacéutica, con más de 125 años de experiencia en la fabricación de cápsulas duras y una trayectoria consolidada en innovación de cápsulas y aplicaciones de cápsulas personalizadas. Fruto

de esa experiencia la empresa también aporta un gran valor al mercado de los nutracéuticos, sector en el que están más recientemente incrementando su colaboración. De hecho, las formulaciones sólidas de administración oral

(comprimidos y cápsulas, tanto duras como blandas) son la opción más popular entre pacientes, médicos y empresas farmacéuticas. ¿Por qué? Son fáciles de utilizar por parte del paciente, cómodas de transportar, sencillas de administrar, fáciles de tragar, estables y precisas en la liberación del principio activo. Las cápsulas duras también ofrecen otras ventajas en comparación con los comprimidos, tales como: permitir realizar formulaciones menos complejas; posibilitar la combinación de medicamentos; facilitar un proceso de fabricación de productos más eficiente; no interactuar negativamente con principios activos higroscópicos, así como ofrecer la posibilidad de personalizar las cápsulas (colores e impresión), entre otras ventajas.

Según Santamaría explica a este

Proyectos a futuro

► **El grupo Qualicaps®, con un centro de investigación en Nara (Japón) y un centro de customización del producto en Alcobendas (Madrid), continúa desarrollando nuevas soluciones de formulación con cápsulas duras que, por un lado, contribuyen a mantener el bienestar de las personas,**

previniendo dolencias a través de productos nutracéuticos y, por otro lado, ayudan a curar enfermedades y mejorar la vida de los pacientes. La filosofía KAITEKI inspira para innovar en nuevos productos de cápsulas duras que contribuyen a un mejor nivel de salud y de vida.

periódico, «con una mentalidad de mejora continua, nuestros equipos de calidad trabajan para perfeccionar nuestros procesos de control con el fin de garantizar un rendimiento óptimo del producto».

A ello añade que «la producción de nuestras cápsulas se realiza en conformidad con las normas de GMPs e IPEC, así como conforme a las principales farmacopeas (EP, USP, JP, CHN). Las dos plantas de producción de Qualicaps® en Europa (España y Rumanía) cuentan con las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001. Ambas fábricas han obtenido la certificación EXCI-PACT, certificación que se otorga a proveedores de excipientes farmacéuticos. Todas las cápsulas fabricadas por Qualicaps® cumplen las normas Kosher y Halal».

Además, el Grupo Qualicaps® fabrica sus productos y lleva a cabo sus operaciones en un entorno de trabajo seguro para sus empleados, siguiendo una política activa para evitar la discriminación y garantizar diversidad; prohibiendo la corrupción y otras prácticas comerciales indebidas y siguiendo unos procesos que son responsables con el medio ambiente.

El Grupo Qualicaps®, cuenta con cinco centros productivos y de distribución ubicados en Europa (España y Rumanía), Estados Unidos de América (Carolina del Norte), Japón (Osaka) y Brasil (Sao Paulo).

La compañía produce y distribuye sus cápsulas a diferentes partes del mundo. Ubica su centro productivo en Europa

Además, dentro de la región EMEA & South Asia (Europa, Oriente Medio y África) y a través de las dos plantas europeas ubicadas en Alcobendas y Bucarest, dota de un servicio integral en cápsulas duras a diversos laboratorios de esa región geográfica gracias a equipos multidisciplinares de gestión comercial, servicio de atención al cliente y técnicos, investigación y desarrollo, que proporcionan un apoyo exhaustivo a todos los clientes y pueden atenderles en cualquiera de los principales idiomas de la Unión Europea.

Por último, según Javier Santamaría, este premio «representa el reconocimiento a nuestra aportación en el desarrollo de nuevos fármacos y nos anima a seguir trabajando en el futuro por el bienestar y salud de todos nuestros clientes y colaboradores» tal y como explica a este periódico.



Francisco Javier Santamaría Montel, presidente de Qualicaps®, junto a Eugenia Carballado y Francisco Marhuenda



Chus Barroso, directora general de la región Oeste y miembro del Comité Ejecutivo, junto a Eugenia Carballado y Francisco Marhuenda

guridad -de las personas que vivirán o trabajarán en determinados edificios-; el entorno natural -en términos de contacto directo por parte de los trabajadores y los habitantes, pero en un sentido más amplio- en el contexto del impacto medioambiental del proceso de producción de materiales o del proceso de construcción, entre otros-; y la eficiencia de la construcción -entendida como la velocidad de desarrollo.

Fuerte crecimiento

En la actualidad, el grupo está en un proceso fuerte de crecimiento en todos los mercados en los que opera, si bien es en la región Oeste, de la que España forma parte, en la que se concentra el mayor crecimiento de los últimos años.

«La implementación de la estrategia orientada al usuario final está acelerando el crecimiento soportado por un fuerte desarrollo de soluciones técnicas sostenibles», comenta Chus Barroso a este periódico, quien también añade que «nosotros desarrollamos nuestros productos pensando en el usuario profesional. Estamos en continuo contacto con ellos para entender lo que necesitan. Somos perfectamente conscientes de que el mundo avanza cada día, y como queremos ir un paso por delante, observamos las tendencias actuales y escuchamos la voz de arquitectos, project managers y empresas constructoras, adaptando nues-

Selena Iberia Productos de alta calidad y sostenibilidad

Premio al liderazgo e innovación en fabricación de productos adhesivos y selladores. La empresa crea nuevas soluciones adaptadas a cada cliente

Los productos marca Quilosa son reconocidos por su innovación tecnológica

El Grupo Selena se ha convertido en uno de los cuatro mayores productores mundiales de espumas de montaje para la construcción desde su fundación en 1992 en Wrocław. En la actualidad, unos 2.000 empleados de todo el mundo trabajan para el Grupo Selena.

La gama de productos del Grupo incluye espumas, selladores, adhesivos, productos de impermeabilización, sistemas de aislamiento, fijaciones y productos complementarios. Además, el Grupo cuenta con 35 empresas en 18 países. Las plantas de fabricación del Grupo se encuentran en España, Polonia, Corea del Sur, China, Ruma-

nia, Turquía, Kazajistán e Italia.

«Selena Labs es el principal centro de I+D del Grupo Selena, con sede en Dzierżonów (Polonia), en la zona económica especial «INVESTPARK» Wałbrzych, y coordina las actividades de las unidades de I+D de Polonia, Italia, España, Turquía, China y Rumanía. De este modo, el equipo integrado globalmente trabaja en estrecha colaboración, compartiendo experiencias y desarrollando soluciones para usuarios profesionales en casi 100 países de todo el mundo», explica a LA RAZÓN Chus Barroso, directora general de la región Oeste y máxima ejecutiva del Grupo en España.

Con una vocación de grupo internacional adquirida a lo largo

de los años, el Grupo Selena ha acelerado su crecimiento como empresa innovadora aportando nuevas soluciones adaptadas a las crecientes necesidades de los usuarios, de acuerdo a los máxi-

mos estándares de desarrollo sostenible respetuoso con el medio ambiente.

A la hora de desarrollar nuevas soluciones, la multinacional hace hincapié en tres aspectos: la se-

tras soluciones a sus demandas.

Además, Chus Barroso comenta a LA RAZÓN: «Este premio no podría llegar en mejor momento ya que coincide con el lanzamiento de PROHERO, una nueva generación de adhesivo y sellador basados en una nueva tecnología que va a revolucionar los sistemas de construcción estableciendo los nuevos estándares de lo que va a ser la nueva construcción sostenible y respetuosa con el medio ambiente».

Por otro lado, la directora general de la región Oeste destaca que el premio de LA RAZÓN «es un galardón para todo el grupo humano que forma nuestra empresa y a un sólido recorrido, construyendo credibilidad y confianza de los usuarios a nuestros productos».

POR
B. Y.

Principales retos a futuro

► «Nuestro principal objetivo y reto para 2022 es ofrecer productos de alta calidad en armonía con el entorno natural y, al mismo tiempo, minimizar el impacto negativo en los usuarios y en la Tierra. Nos centramos en productos totalmente seguros para el medioambiente, con una emisión de VOC muy baja,

sin sustancias nocivas como disolventes, siliconas e isocianatos. El nombre PROHERO no es casual. Refleja los superpoderes de estos dos productos: una unión y flexibilidad extremadamente duraderas para el pegamento y un uso polivalente con una sostenibilidad innovadora certificada», dice Chus Barroso.

España es uno de los mayores consumidores de pescado en el mundo y por lo tanto tiene una gran responsabilidad sobre los recursos que consume y su conservación.

De hecho, según un estudio realizado por el Consejo de Productos del Mar de Noruega, nuestro país es el segundo con mayor porcentaje de personas que comen pescado al mes (84%). En el primer puesto se posiciona Portugal. Sin embargo, esa ingesta que se realiza no es suficiente para los estándares de la pirámide alimenticia que recomiendan tomar más pescado.

En este contexto, según explica a LA RAZÓN José Antonio Pablos Barquilla, CEO de Productos del Mar Pablo's, «nuestra responsabilidad es la calidad y la frescura del producto. Siempre mirando tamaños grandes. Es muy importante para nosotros que los pescados con tamaños no permitidos no se pesquen, ya que necesitamos una sostenibilidad en los caladeros que nos permitan seguir disfrutando de nuestros pescados».

Por otro lado, Pablos Barquilla reconoce que «estamos todavía lejos de alcanzar los niveles de consumo de pescado recomendables en una adecuada dieta que son entre 3 ó 4 raciones semanales. Actualmente no estamos llegando a dos de ellas. Las administraciones públicas y las empresas debemos comprometernos con la promoción de consumo de pescados para ayudar a concienciar de los beneficios de su consumo».

No obstante, cabe destacar que durante los peores momentos de la pandemia, en los que los españoles se encontraban en pleno confinamiento, la demanda de pescado comenzó a aumentar debido a que, en esos momentos, y aún hoy en día, los españoles incluyen en la compra productos del mar que antes solo tomaban en restaurantes, como la lubina, por ejemplo, tal y como afirma el Comité de Productos del Mar (AECOC).

Cuidado del medioambiente
Productos del Mar Pablo's, además, es una empresa concienciada con la sostenibilidad del medioambiente. «Siempre a través de nuestras lonjas, con sus servicios veterinarios y también con los inspectores de pesca. Está todo bastante bien controlado. Aparte, la Comunidad Económica Europea tiene GPS y tacógrafos en los bar-



José Antonio Pablos Barquilla, CEO de la compañía, en su discurso de agradecimiento

Productos del mar Pablo's Calidad, frescura y seguridad alimentaria

Premio a la Mejor Empresa de Distribución de productos del mar. Sus máximos valores son la perseverancia, la amabilidad y el cuidado de la sostenibilidad del producto

cos, a través de los cuales se les tiene localizados y se controla diariamente su pesca. Es necesario recordar que España es de los países de la Unión Europea con una de las legislaciones más exigentes en materia de seguridad alimentaria. Y eso es una garantía de tranquilidad para los consumidores», añade Pablos Barquilla a este periódico.

Por otro lado, la empresa, ubicada en Mercamadrid, ha logrado

conseguir un volumen de comercialización altísimo en los últimos años. Por ejemplo, entre los pescados con mayor éxito de la compañía se encuentra la merluza, con una venta aproximada de dos millones de kilos anuales, seguida del gallo con 150.000 kilos de venta; el rape con 70.000 kilos de venta y el emperador con unos 100.000 kilos de venta anuales.

José Antonio Pablos comenzó a construir esta empresa él solo. Lo

El mejor producto nacional y de importación

► José Antonio Pablos, CEO de la compañía, asegura a este periódico que este galardón guarda un gran significado para ellos.

«Este es un premio para mí y para todos mis colaboradores, que nos da un empujoncito, nos motiva a seguir con las mismas ganas y la misma fuerza que hasta ahora. También nos ayuda a olvidar un poco los sinsabores de los últimos años marcados por la pandemia», reflexiona para este periódico Pablos Barquilla. Cabe destacar que la empresa no solo abastece a la Comunidad de Madrid, también a otros puntos de España, siempre contando con los mejores productos frescos, nacionales y de importación, tal y como se refleja en la web de la compañía.

hizo desde sus cimientos, hasta llegar a convertirse en una de las mejor valoradas en su sector. A día de hoy, su hijo también forma parte de la misma. Se ha convertido en una empresa familiar con unos valores sólidos desde sus inicios. «Nuestros máximos valores son la perseverancia, la constancia, la amabilidad, la sostenibilidad y la eficacia. Además de todo eso, estamos siempre en la búsqueda de los mejores precios para nuestros clientes, respetando la calidad y la frescura de nuestros productos», afirma Pablos Barquilla.

En la actualidad, su centro de distribución del producto se encuentra localizado en los stand 80, 82 y 84 de Mercamadrid. Allí, trabajan cerca de 20 empleados, entre mozos, vendedores y personal de oficina. Sus clientes destacan por la variedad de consumidores variopintos que acuden a la compañía. «Tenemos clientes de todo tipo, desde las pescaderías de barrio, a grandes centros comerciales, distribuidoras de pescado, catering y salas de elaboración», explica a este periódico Pablos Barquilla, quien acudió a una gala en la que se puso en valor la labor de la empresa.

El cuidado del medioambiente ha formado parte de la empresa desde sus orígenes

V33 Referente en la renovación de espacios interiores

Premio Líder en pinturas y productos para la madera. La empresa cuenta con un laboratorio propio en Francia en el que trabajan más de 30 técnicos

En 1957 el empresario francés Christian de Grivel comenzó su andadura profesional en el sector de pinturas y barnices para el cuidado de la madera. Entonces Grivel lanzó al mercado el primer barniz para parquet efectivo, con una dureza equivalente al 33% de la del vidrio. Así nació la que hoy es una multinacional aclamada dentro del sector, V33.

«Para mí, el secreto del grupo V33 es haber sacado constantemente productos de alta calidad y con mucha innovación. Hemos podido hacernos un nombre en el sector del bricolaje con unas marcas reconocidas por los consumidores como V33 y Libéron. Al final, somos una gran empresa familiar

que siempre ha reinvertido una gran parte de sus beneficios en la propia empresa, mejorando su maquinaria, invirtiendo en I+D+i y en sostenibilidad», explica a LA RAZÓN Frédéric Ligeour, director general de Iberia de V33. «Tenemos un laboratorio propio con más de 30 técnicos en Francia y es uno de los motores de nuestra empresa. El cuidado con el que se crea cada uno de nuestros productos y los procesos de control

de calidad a los que son sometidos son también claves para el éxito que nuestra empresa tiene no solo en España, sino también en Francia, donde somos el número uno», añade Ligeour.

En este proceso de crecimiento, la adaptación a las nuevas tecnologías y la digitalización también

han sido un elemento para su desarrollo. «La digitalización es clave en nuestro sector. Hace ya unos años que venimos transformando la empresa a todos los niveles: Sistemas de información, Software de Business Intelligence, programas de producción inteligentes, ecommerce, etc...», afirma Ligeour a este periódico.

No obstante, entre las novedades que la compañía está introduciendo en el mercado destaca una gama de «Renovación» que está teniendo un enorme éxito y que permite renovar un baño o una cocina sin hacer obra, con un presupuesto mucho más reducido y pintando directamente sobre todo tipo de superficie.

También han desarrollado pinturas técnicas de suelo. Por ejemplo de «Tráfico Extremo» para garajes y una nueva gama de pin-

turas decorativas de interior. Además, V33 complementa esta gama best seller de decapante con los decapantes resina que lanzaron el pasado año y el decapante de madera en formato 2L.

«Siempre intentamos pensar en nuestro consumidor final: dónde vive, qué necesidades tiene. Intentando ponernos en su piel. Esta es una de las claves de nuestro éxito, una gama de productos muy amplia que cubre las necesidades de cada consumidor. A través de nuestros productos es importante poder transmitir las emociones que pueden sentir nuestros consumidores y la calidad de nuestros productos para la madera, que es la razón por la que nació nuestra empresa», explica Ligeour.

De entre los productos más demandados destacan los barnices interiores, que existen en tres acabados, en ocho colores y en tres formatos. Destacan por ser productos al agua respetando el medioambiente. Tienen alta protección contra las rayaduras y las manchas, son de fácil aplicación: no gotean y con secado al tacto en 30 minutos. Por otro lado, la pintura EASY DECO declinada en 24 colores es una pintura multisuperficie interior 3 en 1: adhiere sin decapar y sin imprimación; decora y transforma los soportes y resiste a las manchas mientras protege los muebles y ebanisterías de los riesgos.

«El secreto del grupo es haber sacado constantemente productos de alta calidad al mercado»

La empresa está sumergida en un proceso de renovación que está teniendo un gran éxito en su sector

POR
B.Y.



Frédéric Ligeour, director general de Iberia de V33, posa entre Eugenia Carballado y Francisco Marhuenda

Un premio a una trayectoria al alza en España

►El galardón entregado por LA RAZÓN a la empresa V33, que se encuentra presente en varios países de Europa, supone «un honor para V33 España. Este es un reconocimiento al esfuerzo y a la trayectoria de la empresa en el mercado español y no hubiera podido ser posible sin el trabajo y el esfuerzo de cada uno de los miembros de la empresa. Queremos dedicar este premio a nuestros clientes y consumidores, quienes confían cada día en nuestros productos para mejorar y reformar su hogar», según ha explicado Frédéric Ligeour, director general de Iberia, a este periódico, tras recibir el galardón.