

EXCELENCIA EMPRESARIAL



Entrevista OLGA SAN ROMÁN DIRECTORA GENERAL DE PROCOVEN

“Nuestro objetivo es facilitar al dentista la prótesis perfecta”

Creada en 2006, Procoven es la primera multinacional española dedicada a la fabricación de prótesis dentales.

¿Con qué visión del sector dental trabaja Grupo Procoven?

Nuestro sector fundamentalmente está dedicado a la salud. Nuestros clientes, los dentistas, reciben cada día a pacientes que acuden con un problema de salud que requiere la mejor solución. Atendiendo a esa necesidad, nosotros

nos esforzamos por facilitar al dentista la prótesis más segura y adecuada en cada caso.

¿Cuál es, para Grupo Procoven, el camino de la excelencia?

Seguimos múltiples procedimientos, estudiados y optimizados, en base a

las circunstancias operativas y legales más exigentes y actuales. Nuestro propósito es mejorar y avanzar en conjunto con las exigencias del sector, clientes, proveedores, colaboradores, etc. Dar lo mejor de cada uno es nuestra filosofía de empresa. A nuestro alcance hay herramientas que nos sirven de guía: además de la legislación vigente hay sistemas de control de calidad que te marcan el mejor camino. En este sentido, actualmente Procoven está certificada en norma ISO 9001 y ISO 13485, específica para los productos sanitarios.

Calidad, normas sanitarias... ¿Qué distingue a sus productos de los de otros laboratorios? ¿En cuáles están mejor posicionados?

El nuestro es un producto sanitario a medida, regulado bajo una normativa europea transpuesta en España bajo una forma de Real Decreto. Nuestra empresa cumple escrupulosamente toda esta legislación, no solo por obligación, sino también por convicción, porque la normativa europea está pensada para proteger siempre al usuario final. En base a esta premisa, todo su articulado ha de ser cumplido por los distintos operadores. Nosotros así lo hacemos,



“Una prótesis Procoven es una prótesis segura, estética, funcional y asequible”

facilitando al dentista lo que nos atrevemos a llamar “la prótesis perfecta”, que yo definiría como: segura, estética, funcional y asequible. Por otro lado, otra característica de nuestro empeño es ofrecer al dentista cualquier tipo de prótesis dental: sea cual sea la prótesis que prescriba, nosotros la fabricamos. Esto es, para nosotros, un gran elemento diferenciador.

Para poder cumplir este objetivo, nos hemos dotado de todo tipo de instalaciones. Aprovechando nuestro carácter internacional, disponemos de una

gran laboratorio convencional y de dos centros de fresado, en España y Estados Unidos, equipados con las últimas tecnologías y los materiales más avanzados, donde podemos fabricar cualquier tipo de prótesis digital.

**¿Cuál es su estrategia para seguir su-
mando ventajas competitivas en el futuro?**

Por un lado, invertir en I+D y nuevas tecnologías. Actualmente gracias a nuestro comité científico llevamos varias líneas de investigación con diferentes universidades, como la Complutense de Madrid y la McGill de Canadá. Aunque entendemos que la tecnología no lo es todo. Por eso estamos desarrollando un programa de talentos con jóvenes profesionales que, tras un proceso de formación multidisciplinar, se irán incorporando a nuestros centros de trabajo. Hemos creado un modelo de negocio replicable y lo hemos hecho con un objetivo claro: hacer fácil lo difícil, crecer y continuar con nuestra internacionalización. Por el momento estamos ya en tres continentes, pero en nuestros planes contemplamos implementar sucursales en más países.

PROCOVEN
MUCHO MÁS DE LO QUE VEE

www.grupoprocoven.com

Entrevista ALBERTO CAÑERO DIRECTOR DE DOVERTY DETECTIVES PRIVADOS

“Nuestro éxito se basa en la implicación que mantenemos en cada caso”

La implicación en cada uno de los casos que pasan por sus manos es la principal señal de identidad de Doverly Detectives Privados, agencia de investigación privada con sedes en Madrid y Toledo, que recibió la Estrella de Oro del Instituto para la Excelencia Profesional en 2016. Llevan cinco años como empresa, aunque los detectives que la forman suman más de una década de experiencia en este gremio. Hasta el momento, como Doverly, han llevado a cabo con éxito alrededor de 200 investigaciones tanto para empresas como para particulares.

¿A qué tipología de empresa están destinados los servicios de Doverly? ¿En qué grandes familias podemos dividir los servicios que ofrecen?

Nuestros servicios se dirigen a cualquier tipo de empresa, tenga el tamaño que tenga: trabajamos desde una SLU hasta un conglomerado de empresas.

Los servicios que les ofrecemos podemos dividirlos en dos grandes áreas: los servicios que afectan a problemas que vienen desde dentro de la empresa, que suele ser el 80% de los casos, como la investigación sobre bajas laborales de los trabajadores; o los problemas que vienen desde fuera de la empresa como

puede ser la competencia desleal, por ejemplo. De todas formas, esta es una división muy amplia, ya que en la práctica cada caso concreto es un mundo y así lo tratamos, con sus particularidades concretas.

Por otro lado, también realizamos investigaciones para particulares, normalmente relacionados con procesos de custodia de menores o pensiones alimenticias. Estaríamos en un 50-50 de casos para particulares y para empresas.

¿Cuál es el método en tres pasos que siguen desde Doverly?

Hemos establecido un método en



tres pasos para explicar el procedimiento que seguimos a nuestros clientes. En primer lugar, llevamos a cabo un análisis de la situación para decidir si podemos ayudar o no al cliente en los que nos está solicitando. Por ejemplo, si una investigación se va a centrar en obtener el historial médico de una persona, evidentemente, es un servicio que no podemos ofrecer. En segundo lugar, pasamos a la fase de desarrollo de la investigación que en un 80% de las ocasiones se llevan a cabo mediante observación directa y seguimientos. Por último, se

llega a la fase de la emisión de informes que en algunos casos son aportados en juicios si es necesario.

Además, podemos seguir el transcurso de la investigación a través de la plataforma online de Doverly...

Este fue un servicio que originalmente, en la constitución de la empresa, decidimos ofrecer a nuestros clientes como valor diferencial, aunque en la práctica no se ha utilizado demasiado. La idea nació de que el cliente pudiera estar informado en tiempo real sobre el

trascuro de la investigación, sin embargo, como mantenemos un contacto telefónico diario con ellos, no está siendo necesario que empleen la plataforma. Para el cliente siempre es más sencillo coger el teléfono y preguntarnos.

¿Cuáles son los aspectos por los que se caracterizan las investigaciones llevadas a cabo por Doverly?

Nos implicamos al 100% en cada caso, no subcontratamos, nos ocupamos siempre nosotros de todo. De hecho, nuestro éxito se basa en la implicación que mantenemos en cada caso. Además, ofrecemos un trato muy cercano a nuestros clientes, incluso les informamos en tiempo real si lo necesitan. Hay que tener en cuenta que cuando se trata, por ejemplo, de un asunto familiar o personal, el cliente vive en un estado de ansiedad y nerviosismo constante, por lo que les servimos de apoyo para sobrellevar ese momento especialmente difícil en sus vidas.

Si miramos hacia el futuro, ¿en qué novedades están trabajando? ¿Cuáles son vuestros planes?

A medio-largo plazo nos gustaría ir expandiéndonos hacia el resto del país, por las principales capitales de provincia, aunque tenemos que medir muy bien cómo hacerlo para continuar ofreciendo el servicio cercano y directo que nos caracteriza.

www.doverly.es

MGS Seguros

110 años de historia haciendo la vida más fácil a sus clientes

Después de su dilatada y exitosa historia, MGS afronta el futuro trabajando con la misma ilusión que en sus comienzos, pero ahora lo hace estando además a la vanguardia de la tecnología. Como muestra de esta apuesta por la innovación tecnológica, han desarrollado el dispositivo Auto Guardián que detecta accidentes en carretera y comunica al conductor con los servicios de asistencia.

Aunque la actividad aseguradora había empezado muchos siglos antes con la intensificación del comercio marítimo en el Mediterráneo, en España su gran expansión llegó a principios del siglo XX, cuando se constató la necesidad de abordar la protección de los trabajadores a través de los seguros de accidentes del trabajo.

MGS nació en este contexto como Mutua General de Seguros, fruto de la iniciativa de varios empresarios textiles ante la creación, en 1900, de la Ley de Accidentes del Trabajo, la primera disposición que se dictó en España con el objetivo de regular la protección para los trabajadores, conocida como Ley Dato.

Desde su nacimiento, MGS ha considerado la responsabilidad social como parte de su forma de ser

Creada en Barcelona, rápidamente se expandió por toda España, ocupando posiciones de liderazgo en seguros de accidentes de trabajo hasta los años sesenta. Durante esa década se nacionalizó la actividad de los seguros de salud y de accidentes del trabajo, y MGS se vio obligada a regenerarse y replantear su estructura, creando una plantilla de empleados propia y construyendo su particular red de mediadores.

Una historia de crecimiento

Durante los años setenta MGS creció a un ritmo constante, lo que, sumado a la división de la entidad en dos sociedades: Mutua General de Seguros y Mutua Patronal de Accidentes de Trabajo nº10, que años más tarde se convertiría en Mutua Universal, provocó que la sede de la entidad, ubicada en la calle Balmes, se quedase pequeña. Así pues, se decidió construir la sede actual en la Avenida Diagonal de Barcelona.

Durante todos estos años, el trabajo constante del grupo humano de MGS ha hecho posibles hitos en la historia de la compañía, como la ce-

lebración de su centenario en 2007, que aprovecharon para renovar la imagen corporativa de la entidad.

Comprometidos con la sociedad

Desde su nacimiento, MGS ha considerado la responsabilidad social como parte de su forma de ser. Por ello, a finales de 2006 se creó la Fundación MGS, que pretende vehicular el compromiso de la entidad con la sociedad. Desde entonces, la Fundación ha impulsado cada año iniciativas y actividades dirigidas, sobre todo, a los colectivos que más atención precisan.

Con el objetivo de sacar el máximo provecho a las enormes posibilidades que ofrece la evolución tecnológica, MGS ha prestado especial atención a la innovación en los últimos años

En 2012, después de completar un siglo como mutua aseguradora, la entidad se convirtió en sociedad anónima, modificando su nombre a MGS, Seguros y Reaseguros S.A.

Con el objetivo de sacar el máximo provecho a las enormes posibilidades que ofrece la evolución tecnológica, MGS ha prestado especial atención a la innovación en los últimos años. Así, el desarrollo de su app para móviles y tabletas les ha otorgado la primera posición en el Ranking de Presencia en Internet de Entidades Aseguradoras, elaborado anualmente por Innovación Aseguradora.

Caminando junto a la tecnología

Así que, actualmente, MGS se encuentra en pleno desarrollo tecnológico, como demuestra la puesta en marcha del dispositivo Auto Guardián, un novedoso sistema de detección de accidentes en carretera que permite conectar al conductor con los servicios de asistencia y que la aseguradora ofrece de forma gratuita a todos sus clientes que cuentan con seguro de automóvil.

Con estas nuevas iniciativas, en MGS refuerzan su clara apuesta por la tecnología, ampliando y mejorando los servicios a disposición de sus clientes, con el objetivo de agilizar trámites y, en definitiva, hacerles la vida más fácil.

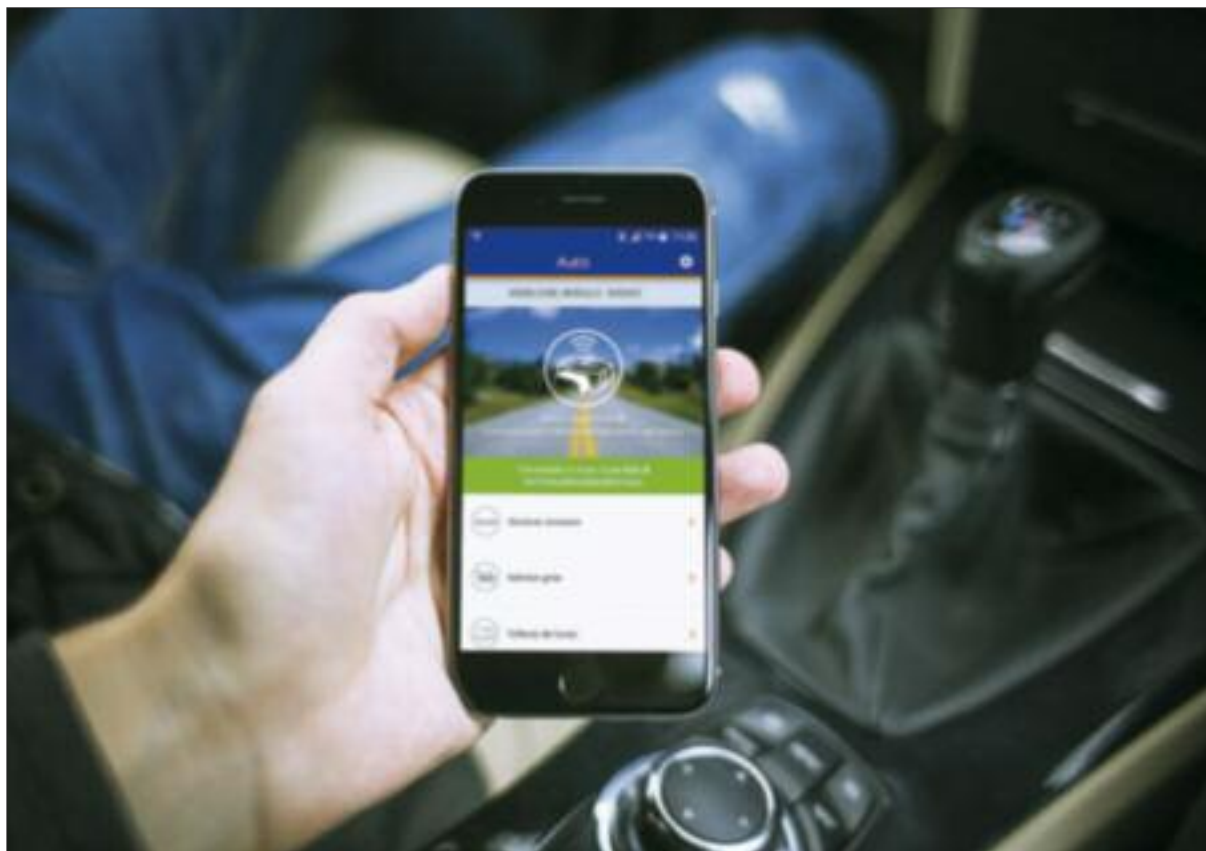


MGS se encuentra en pleno desarrollo tecnológico, como demuestra la puesta en marcha del dispositivo Auto Guardián, un novedoso sistema de detección de accidentes en carretera

Además, este año se celebran 110 años del nacimiento de MGS, por lo que se ha diseñado un amplio programa de actividades, entre las que se encuentra la creación de un logotipo conmemorativo del aniversario y diferentes iniciativas dirigidas al equipo humano que forma la empresa y a los distintos colectivos de referencia de la entidad.

En definitiva, MGS afronta este nuevo hito en su ya dilatada y exitosa trayectoria con la misma energía e ilusión de quienes iniciaron este gran proyecto en los albores del siglo XX, y con el deseo de seguir devolviendo a la sociedad durante muchos años más la confianza depositada en la entidad.

www.mgs.es



Entrevista ALFONSO ANTOÑANZAS ARANGUREN

DIRECTOR GENERAL DE EXKAL (EXPOSICIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS, S.A.)

“El equilibrio entre lo ecológico, lo económico y lo social es la base del compromiso de Exkal con el desarrollo sostenible”

Exkal nació en abril de 2005 con la vocación de liderar el mercado de la refrigeración comercial global. En la actualidad, esta empresa navarra es líder del mercado de la refrigeración comercial en España y está muy bien posicionada internacionalmente. Trabaja con la mayoría de las cadenas tanto regionales, como nacionales o internacionales, y cuentan con dos plantas de producción en España, y otras dos en China y Chile, además de disponer de una amplia red comercial en todo el mundo. En poco más de una década de trayectoria han pasado de 0 a 100 M€ en facturación y de 0 a 500 empleados.

Exkal se encuentra dentro de la llamada Industria 4.0. ¿Cuál ha sido el camino hacia esta transformación?

La información y los datos son claves para los procesos de mejora continua, y a su vez, la mejora continua es clave para la sostenibilidad.

Desde el punto de vista industrial necesitamos una fábrica interconectada para mejorar la productividad, aumentar el nivel de calidad y reducir los desperdicios e ineficiencias. Las herramientas de la Industria 4.0 ponen a nuestra disposición la información y los datos necesarios para conseguirlo. Las inversiones en maquinaria 4.0, las redes internas de datos y la gestión de estos grandes paquetes de datos han sido los primeros pasos. La sincronización de toda la producción es el objetivo actual.

¿Cómo consiguen generar valor para sus clientes gracias a la tecnología que define esta cuarta revolución industrial?

Para que un producto sea sostenible, las mejoras enfocadas a la reducción de emisiones directas (las fugas de refrigerante), e indirectas (consumo de energía), han de tener un retorno de la inversión tolerable para los clientes, con un máximo de tres años. Hacerlo, además, enfocado a la reducción de pérdidas de productos (alimentos para humanos), un bien cada vez más escaso, le da el enfoque social necesario.

Las habilidades y herramientas tecnológicas que pone a nuestra disposición la cuarta revolución industrial nos permiten dotar al producto de sensorica enfocada a la reducción o eliminación de los principales problemas del sector, como son el consumo de energía, las fugas de refrige-

Los sellos Eureka y Chineka distinguen a Exkal como una empresa tecnológica e innovadora

rantes o la pérdida de producto. Dotarlo de conectividad para la transmisión de los datos generados es lo que nos permite alcanzar los grandes objetivos de reducciones superiores al 50% en estos tres apartados.

Siendo especialistas en refrigeración comercial, ¿por cuáles de sus productos son más reconocidos en la actualidad?

Nuestra gama de producto es cada vez mayor y continuará creciendo en el futuro. La gama de productos sostenibles es la de mayor aceptación y mayor venta. Es una gama alineada con los objetivos de la Estrategia Europea 20-20-20: más del 50% de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, más del 50% mejora de la eficiencia energética y la posibilidad real de incrementar el uso de energías renovables con tiendas sin conexión a la red eléctrica.

¿Qué diferentes familias de productos comercializan?

Diseñamos, desarrollamos, fabricamos y vendemos tres grandes familias de muebles de refrigeración comercial: muebles remotos, para medianas y grandes superficies, muebles integrales, para pequeñas superficies y tiendas de conveniencia, y muebles especiales, para zonas y productos con un trato comercial diferenciado. Las tres familias tienen gamas de productos para refrigerados, congelados y calientes, además



El equipo humano de Exkal trabaja por mantener la certificación de un sistema de gestión integrado que incluye: ISO 9001-Calidad, ISO 14001- Medio Ambiente, OHSAS 18001- Seguridad y Salud en el Trabajo y SR10- Responsabilidad Social

de muebles verticales y horizontales, abiertos y cerrados.

También destacan por ser una empresa sostenible. ¿Qué puntos definen el “Compromiso Exkal con el Desarrollo Sostenible”?

El equilibrio entre lo ecológico, lo económico y lo social es la principal característica de la sostenibilidad, y es la base del compromiso de Exkal con el desarrollo sostenible. Nuestras metas y objetivos están alineados con las necesidades de la humanidad. Hoy,

mejoras de 10, 15, 20% resultan insuficientes, y más cuando sabemos que a finales de julio el mundo había consumido todo lo que será capaz de regenerar en todo el año. Los objetivos han de ser del orden del 50% y así nos lo planteamos. Muebles con consumo de energía inferior al 50% respecto a sus predecesores; con reducciones de emisiones contaminantes superiores al 50%; y con menor consumo de materiales. La vía es la innovación y para demostrar el compromiso, es necesaria la responsabilidad social certificada, con la implantación voluntaria de un sistema de gestión que nos dote de “buenas prácticas” y auditorías externas anuales, que certifiquen el cumplimiento de las obligaciones del sistema de gestión. Hoy solo 60 empresas en el mundo tienen su sistema de gestión de la responsabilidad social certificado. Exkal es una de ellas.

¿En qué porcentaje han logrado reducir el consumo de energía y las emisiones de CO₂?

En términos generales, en más de un 50%, en ambas. Hay algunos muebles concretos en los que la reducción del consumo de energía supera el 70%, y las emisiones equivalentes en CO₂ en más del 80%. Con la combinación de los muebles sostenibles con los sistemas de instalación distribuidos y nuevos refrigerantes de bajo GWP (potencial calentamiento de la atmósfera), se podrían alcanzar reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero muy cercanas al 100%, mejora de la eficiencia superior al 55% y reducción de emisiones contaminantes totales del 75%.

¿En qué nuevos proyectos están trabajando? ¿Cuál es el plan de expansión de Exkal para los próximos años?

Nuestro nuevo valor de referencia son los valores de los muebles sostenibles. En esta nueva familia hay pérdidas como la “conducción”, antes irrelevante, pero que ahora supone un tanto por ciento atractivo para la investigación y reducción. De la misma forma, hay nuevos atributos en la escala de valor de los clientes que merecen nuestra máxima atención: la ergonomía y el espacio ocupado en tienda son algunos de estos. Estos son los focos de nuestros nuevos proyectos.

Y en cuanto a la expansión, ya estamos en China, pero no podemos olvidar que en unos pocos años la clase media de los países emergentes alcanzará los 2.000 millones de personas. India o Brasil son países que estamos estudiando; y en nuestro entorno europeo, los países del este.



Entrevista VICENTE D. CEBRIÁN-SAGARRIGA CONDE DE CREIXELL Y PRESIDENTE DE MARQUÉS DE MURRIETA ESTATES AND WINES

“Es un orgullo que nos identifiquen con la máxima calidad española en más de 100 países”

España es uno de los principales países productores de vino a nivel mundial, y no solo en lo referente a la cantidad sino también cuando hablamos de calidad. Desde hace siglos, nuestras viñas y bodegas son el origen de algunos de los mejores vinos del mundo. Destacan entre ellos los de Marqués de Murrieta, la primera bodega de Rioja. Hoy hablamos con su presidente, Vicente D. Cebrián-Sagarriga.

Si alguien puede hablar de calidad y excelencia es precisamente usted. No en vano, su Castillo Ygay Blanco ha sido el único vino blanco de la historia de España en alcanzar los 100 puntos Parker. ¿Qué significó ese reconocimiento?

Fue como un sueño hecho realidad. Pero no sólo por el reconocimiento al vino, que es una noticia increíble, sino sobre todo por el reconocimiento a nuestro trabajo. Detrás de este vino, y de todo el resto de vinos que elaboramos, hay un gran equipo que se esfuerza cada día por hacer que Marqués de Murrieta sea mejor. Estos 100 puntos reconocen el trabajo serio, honrado y responsable de todo nuestro equipo y nuestro proyecto. Para mí, el verdadero premio es estar al frente de él.

Pero la calidad del vino que ustedes producen no se reduce solo al Castillo Ygay Blanco 1986, sus vinos no paran de recibir reconocimientos y premios...

Para nosotros es un orgullo ver que cada vino que elaboramos reciba reconocimientos. Capellanía acaba de ser elegido Mejor Vino Blanco de Rioja; Marqués de Murrieta se ha convertido en todo el mundo en el vino que nunca falla; Dalmáu ha obtenido las más altas puntuaciones en todas las guías y Castillo Ygay tinto es uno de los vinos que más peso tienen a nivel internacional por su altísima calidad. Pero todo esto solo nos indica que estamos siguiendo el camino adecuado, que todo nuestro trabajo se ve recompensado, y que hay que seguir esforzándose cada día para seguir así.

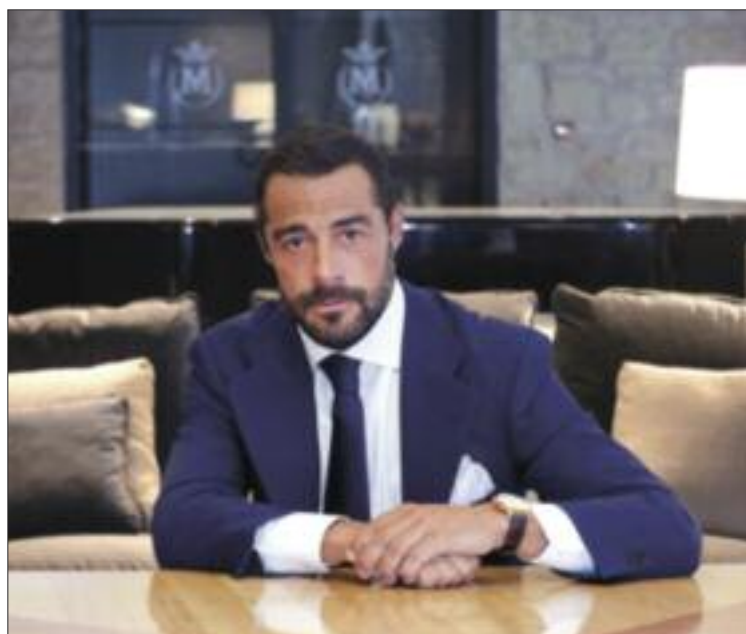
Hablemos de la empresa. Hoy en día, es extraño encontrar a alguien

que no conozca la marca Marqués de Murrieta, pero no todos conocen su historia. ¿Cuándo empezó todo? ¿Cómo llegó usted a presidir la que, según los premios Best International 2015, es la Mejor Bodega del Mundo?

No fue fácil, nada fácil. Tenía 24 años, y bastante tenía con asumir la pérdida de la figura más importante de mi vida: mi padre. Pero además, tuve que hacerme a la idea de que había llegado el momento de recoger su testigo, de ponerme al frente de la primera bodega de Rioja. Era un reto enorme, pero también increíble. Han pasado 23 años, y puedo decir con enorme orgullo que hemos conseguido hacer realidad el proyecto que él había soñado: devolver a la primera bodega de Rioja a lo más alto.

¿Cuál fue el decálogo de principios con los que su padre, Vicente Cebrián-Sagarriga, logró impulsar este negocio familiar?

Seriedad, trabajo duro y sobre todo, muchísima honradez. Re-



cuerto perfectamente la primera vendimia que viví en Marqués de Murrieta. Mi padre me enseñó que el vino era un ser vivo, y que como tal había que tratarlo. Y cada uno de los principios que él me inculcó, que inculcó en este proyecto familiar, a día de hoy siguen vigentes.

Cuando el testigo de la dirección pasó a sus manos, el listón era alto y el reto era grande. ¿Qué iniciativas y decisiones que tomó en un momento dado fueron decisivas para estar hoy en el olimpo de la cultura del vino?

Hicimos una apuesta muy seria por la innovación, por ser más competitivos, y por la exportación. A día de hoy, Marqués de Murrieta exporta más del 70% de su producción, y eso nos permite llevar el nombre de Rioja y el de España por todo el mundo.

Escuchamos con detenimiento las necesidades de las 300 hectáreas de viñedo de nuestra Finca Ygay, y hoy seguimos atentos a sus necesidades. Hay veces en las que hay que cambiarlo todo para que todo pueda seguir igual. Y eso hicimos: cambiarlo todo para que Marqués de Murrieta pudiese seguir siendo la primera bodega de Rioja, en todos los aspectos.

¿Tradicición e innovación pueden formar un buen tándem?

Tradicición e innovación forman el mejor de los tándems, o por lo menos en Marqués de Murrieta, no concebirla la una sin la otra. Innovamos en cada paso que damos, en cada decisión que tomamos. Pero lo hacemos siempre con la tradición del buen hacer en mente, la que trajo el Marqués de Murrieta a Rioja, y trabajamos para mantenerla, salva-

guardarla. Van de la mano, y juntas definen lo que hoy es Marqués de Murrieta.

En su opinión, ¿el sector vitivinícola español ha alcanzado su punto álgido o aún tiene recorrido por hacer?

Me encantaría decir que no, pero sí, queda mucho por hacer. Sobre todo respecto a la percepción que la gente tiene del mundo del vino. El vino lleva asociadas unas connotaciones de estilo de vida, edad y entendimiento del sector con las que hay que romper. No hace falta ser un experto para disfrutar de un buen vino. Lo único que hay que hacer cuando tienes una copa de vino es tener la sensibilidad para saber apreciar la calidad y disfrutarlo. Desde el sector tenemos que conseguir que este mensaje cale en nuestros jóvenes, romper con esa imagen arcaica del mundo del vino. Numerosos estudios médicos demuestran que el consumo moderado de vino es un perfecto aliado para nuestra salud y eso tenemos que saber transmitirlo.

En este año cumplen 165 años y lo celebraron con una gran cena de gala a la que asistieron invitados de todo el mundo. ¿Cómo se siente al liderar la bodega que dio origen a los vinos de Rioja?

La verdad que tenemos la suerte de tener una gran familia de amigos de Marqués de Murrieta. Gente que disfruta mucho con el vino, que comparte los valores de Marqués de Murrieta, y que quiso acompañarnos en la celebración de estos 165 años de historia. La propia Olivia Palermo viajó desde Nueva York porque no quería perderse este aniversario, ya que es una enamorada de los vinos de Rioja. Para mí es un gran orgullo estar al frente de esta bodega, y un gran reto liderar el proyecto que dio origen a los vinos de Rioja hace 165 años.

¿Con qué vinos han logrado más premios y reconocimientos?

Es un orgullo que nos identifiquen con la máxima calidad española en más de 100 países. Castillo Ygay 1986 es sin duda la joya de la corona. No sólo ha recibido los 100 puntos Parker, que es la más alta puntuación que se puede obtener en el mundo del vino, sino que también recibió los 100 Puntos Suckling. Tim Atkin lo eligió Mejor Vino Blanco del Año a nivel mundial. Es un vino que deja con la boca abierta a todo aquel que lo prueba. Son 30 años de historia recogidos en un vino.



Entrevista JOSÉ VICENTE FERNÁNDEZ GERENTE DE JAMONES DE JUVILES

“Nuestros productos solo tienen tres ingredientes: jamón, sal y tiempo”

En pleno corazón de la Alpujarra granadina se encuentra Jamones de Juviles, una empresa familiar dedicada a la elaboración de jamones. Hablamos con su gerente, José Vicente Fernández, para conocer cuál es la filosofía de la firma.

¿Cuándo nació Jamones de Juviles?

Los inicios de la empresa se remontan a 1930, cuando mi abuelo, Jesús Ortega Ortega, comenzó a salar los jamones que obtenía de su propia matanza y de la de algunos vecinos. Años después, su yerno José Fernández Lara (mi padre) se unió al negocio y comenzó a desarrollar y ampliar la empresa. Desde entonces, Jamones de Juviles ha ido creciendo e incrementando su capacidad de cadero y de producción.

¿Cuál es la foto actual de la empresa?

Hoy contamos con un equipo formado por 18 personas y disponemos de 10.000 metros cuadrados de instalaciones, donde se conjugan las tecnologías más modernas con las técnicas más tradicionales. Curamos los jamones como lo hacía mi abuelo, sin más ingredientes que la pata de jamón y la sal. No empleamos conser-

vantes ni nitrificantes, lo que nos permite obtener productos naturales y bajos en sal.

La selección de la materia prima debe ser importante...



Sin duda. Partimos de jamones frescos y grasos de hembra seleccionados y a partir de ahí mantenemos los procesos de elaboración adecuados, dando a cada pieza algo fundamental para lograr la máxima calidad posible: el tiempo. Para que se haga una idea, en nuestra empresa el jamón blanco tiene como mínimo 16 meses de curación, llegando la mayoría a pasar de los dos años. Si hablamos de ibérico, realizamos curaciones de más de tres años para conseguir la excelencia.

Jamones de Juviles es socio fundador del Consejo Regulador del jamón de Trevélez, comercializando jamones amparados en esta I.G.P, además de comercializar jamones de Juviles (Alpujarra) y jamón ibérico.

¿Dónde comercializan sus productos?

Al principio nuestro radio de acción era muy local, pero poco a poco fuimos llegando a otras zonas de España como Levante, Cataluña o Madrid. Hoy nuestros productos pueden encontrarse en tiendas especializadas, en la alta restauración y también en algunos distribuidores.

¿También fuera de España?

Sí. Hace alrededor de 20 años que comenzamos a exportar a diversos países europeos (Francia, Alemania, Bélgica, Gran Bretaña o Suiza), Canadá, Singapur o Japón, un país donde valoran comer bien y, sobre todo, comer sano. Vender en el extranjero no es fácil si no tienes un producto excelente. Nosotros lo tenemos gracias al oficio de nuestros profesionales, capaces de proporcionar a cada pieza el tratamiento y el tiempo que necesitan.



¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Seguir trabajando para ofrecer jamones naturales como venimos haciendo desde el primer día. Productos que seguramente no tienen un color tan vivo como otros pero que, por contra, reúnen lo mejor de la tradición artesanal de la Alpujarra en solo tres ingredientes: jamón, sal y tiempo. A partir de ahí, seguiremos trabajando para ser una empresa innovadora y responsable y para acercar nuestros productos al mercado, tal y como acabamos de hacer en la feria Anuga de Colonia, donde hemos tenido stand propio y nos ha encantado recibir a clientes de todo el mundo.



www.jamonesdejuviles.com

Entrevista ALFREDO GARCÍA-LAGO DIRECTOR DE COOPBOX HISPANIA

Una empresa cada vez más sostenible

Coopbox Hispania es una empresa perteneciente a una multinacional italiana, con presencia desde hace más de 40 años en el mercado europeo de envases y embalajes para alimentos frescos. Su filial española cuenta con 240 empleados, factura 45 millones de € anuales y produce alrededor de 1.000 millones de envases en PET, XPS y PP. Fabrica y comercializa sus productos en España, Francia, Italia, Reino Unido, Portugal y Eslovaquia, entre otros países.

Como empresa referente en la creación de recipientes en poliestireno expandido y envases de plástico rígido destinados a la industria alimentaria, ¿de qué forma ha evolucionado el mercado?

El mercado ha evolucionado en dirección a la necesidad de utilizar en-

vases cada vez más seguros desde el punto de vista del contacto con los alimentos, más funcionales, más ligeros, totalmente reciclables y con el menor impacto posible sobre el medio ambiente. En este sentido, nuestra empresa se ha posicionado industrialmente para poder satisfacer todas es-

tas exigencias, haciendo propio el concepto de economía circular aplicada a los envases.

¿Cuáles han sido las últimas inversiones orientadas a esos objetivos?

Las últimas inversiones realizadas han sido dirigidas al reciclado en clave de economía circular, al aumento de la capacidad productiva y a la innovación en el diseño de los productos.

¿En qué nuevas líneas de producto están trabajando?

Trabajamos para ofrecer a nuestros clientes unos envases certificados, con todas las garantías de cumplimiento de la normativa vigente en términos de seguridad alimentaria y, al mismo tiempo, con altas prestaciones en las líneas de

envasado automáticas o manuales. Aparte, nos hemos impuesto como obligación reducir drásticamente el uso de materias primas vírgenes procedentes de fuentes no renovables, optando por utilizar el material reciclado como forma de hacer cada vez más sostenible nuestra empresa.

¿Qué implicaciones tiene contar con el certificado EcoSense?

Contar con el certificado EcoSense implica el respeto a la normativa más exigente en vigor, así como fomentar la promoción del consumo responsable en materia de envases plásticos para uso alimentario, contribuyendo a la disminución del desperdicio de alimentos.

¿Hacia dónde dirigen su I+D+i?

El compromiso medioambiental es una de nuestras prioridades estratégicas. Por eso procuramos una reducción del impacto sobre el medio ambiente, a través del diseño innovativo asociado a la reducción de pesos y gramajes. Además, trabajamos en el desarrollo de envases inteligentes, lo que permitirá al consumidor del futuro no solamente transportar y conservar los alimentos, sino también utilizarlos de manera multifuncional.

“Los envases inteligentes permitirán, además de transportar y conservar los alimentos, utilizarlos de manera multifuncional”

¿Qué nuevos materiales y funcionalidades están previstos para los nuevos recipientes?

Los nuevos materiales se realizarán con mezclas multicapas obtenidas de la limpieza del material reciclado. En cuanto a las funcionalidades, la capacidad para mantener la atmósfera modificada, los cierres herméticos, la transparencia, la reciclabilidad y la ligereza serán los factores determinantes. Estas características estarán ya presentes en nuestra nueva línea de envases para elaborados cármicos.

www.coopbox.com



Entrevista **IVÁN GARCÍA** GERENTE DE ADVANCED METROLOGY SOLUTIONS

“AMS es líder en la medición de alta precisión con sistemas portátiles 3D”

Advanced Metrology Solutions, S.L. (AMS) es una empresa especializada en ofrecer servicios de medición de alta precisión para diversos sectores. Para saber más acerca de su actividad, hablamos con su administrador y director técnico, Iván García.

¿Cuáles son los orígenes de AMS?

La empresa nació en 2012, con las ganas de poner en marcha un proyecto empresarial basado en la calidad y la excelencia, aprovechando nuestra experiencia en el sector y la buena acogida por parte de nuestros clientes. No hay que olvidar que los inicios no fueron fáciles, pero con nuestra ilusión y mucho trabajo fuimos abriéndonos camino y hoy trabajamos para diversos sectores.

¿En qué consiste la actividad de la empresa?

Estamos orientados al mundo industrial, donde nos ocupamos de realizar tanto mediciones de alta precisión como los servicios que de esas mediciones se desprenden, por ejemplo, los trabajos de ajuste mecánico. La intención es ofrecer a los clientes un servicio integral que les permita optimizar sus procesos productivos y sus productos.

¿En qué consiste ese servicio integral?

No todo se centra en las mediciones 3D, sino que existen una serie de acciones satélite que dan un valor añadido a nuestros servicios. Un ejemplo claro sería la línea de mantenimiento integral, que incluye también aspectos como el diseño, fabricación y montaje de utillajes y su puesta a punto.

Por otro lado, también distribuimos el software de medición 3D Spatial Analyzer y accesorios de medición de la firma Brunson, lo que nos permite estar siempre al día de las últimas tecnologías y soluciones a nivel internacional.

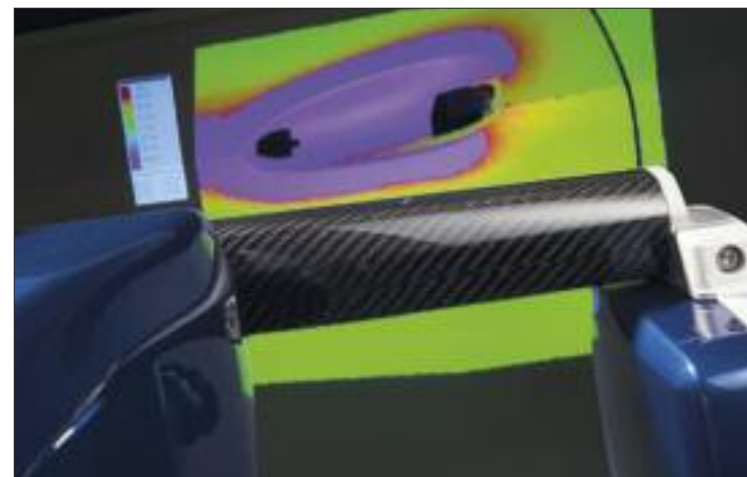
¿A qué perfil de cliente se dirigen?

La demanda de nuestros servicios proviene principalmente de este sector aeroespacial, que representa alrededor del 80% de nuestra facturación. En este sentido, trabajamos tanto para fabricantes de aviones (Air-

bus, Embraer, Boeing...) como para empresas del sector de primer nivel, conocidos también como TIER 1. El resto de nuestros servicios se reparte entre la automoción, la energía, la industria ferroviaria o las instalaciones científicas, donde tenemos experiencia en el mundo de los aceleradores de partículas. La filosofía de nuestra empresa es dar un servicio personalizado y próximo a todos esos clientes, por ello, además de nuestras oficinas centrales de Madrid (Getafe) disponemos de delegaciones en Cádiz, Sevilla, Albacete y Portugal.

¿En qué ámbito geográfico se mueve la empresa?

Trabajamos sobre todo en España, pero también hemos realizado proyectos en Holanda, India, Rumanía, China, Portugal, Estados Unidos o Brasil, entre otros países, normalmente acompañando a empresas españolas que trabajan allí.



¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de AMS?

Todo lo que hacemos está pensado para lograr un objetivo: la satisfacción del cliente a través de la prestación de un servicio integral. Y para ello es preciso combinar la excelencia de un equipo humano preparado y experto con una alta disponibilidad y con el uso de las tecnologías más avanzadas del sector. Algo que nos define muy bien es que procuramos ser algo más que un mero proveedor de servicios para colaborar con el cliente a la hora de aportar soluciones, de reducir los costes de sus proyectos y de incrementar la calidad de sus procesos y productos. Podemos decir que AMS es líder en Metrología (3D) utilizando para ello equipos Láser Tracker.

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

Sin duda. Creo que esa estrategia ha hecho que nuestra empresa sea reconocida como una marca fiable y seria en el mercado. La intención es mantener nuestra línea de trabajo, que une personal cualificado y experto, formación continuada, flexibilidad y uso de equipos de última generación como carta de presentación. Además, claro está, de la garantía que supone contar con las certificaciones de calidad necesarias para poder trabajar en el sector aeronáutico (ISO 9001 y EN 9100) y también con certificaciones específicas para el manejo de sistemas de medición en las instalaciones de nuestros clientes. AMS cuenta con la clasificación de empresa Q1 y Q2 y está certificada en riesgos laborales (OHSAS 18001:2007), como empresa apta para trabajar en defensa (PE-CAL 2110) y también con la ISO 27001:2013 sobre seguridad de la información.

¿Cuáles son los retos de futuro de AMS?

Parte de los esfuerzos que estamos realizando se centran en el mundo de los sistemas 6D, que permiten medir

Principales servicios de AMS

- Medición 3D
- Gestión de mantenimiento Integral plantas productivas
- Ingeniería Inversa
- Digitalización
- Inspección de Calidad
- Automatización de procesos
- Monitorización de procesos de montaje
- Servicios avanzados de ingeniería y software
- Formación
- Distribuidores de empresas de gran prestigio en Software para Mediciones y de fabricantes de accesorios de medición

Un grupo bien complementado

El Grupo ITE, además de AMS, está integrado también por Omicron Ingeniería y por Integración Tecnológica Empresarial (ITE). Juntas pueden ofrecer a sus clientes un servicio integral y complementario que ha ayudado a las tres sociedades a consolidarse.

Omicron Ingeniería está orientada a liderar proyectos llave en mano que incluyen el diseño, la fabricación y la puesta a punto en casa del

cliente, en especial en los sectores aeronáutico, ferroviario y de automoción. ITE, por su parte, se ocupa de proyectos y servicios integrales llave en mano en el sector de defensa, cuyo cliente principal es el Ministerio de Defensa. La unión de las tres compañías (ingeniería, productos y mediciones) permiten a Grupo ITE ser una referencia en el sector y abrirse camino a partir de la calidad.



zonas ocultas y establecer más puntos de control para una medición más precisa, algo que nos hará diferentes. También apostamos por el trabajo con robots para aumentar la precisión de su posicionado y, en colaboración con Omicron, trabajamos en un proyecto del CDTI que trata sobre robótica colaborativa para equipos sin fuerza que permitan aumentar la precisión del posicionado de elementos en el espacio. Paralelamente, continuamos desarrollando aplicaciones con tecnologías de escaneado sin contacto, y fotogrametría que nos permiten tener una buena posición en la industria 4.0.





GuíadePrensa.com

Especialistas en gestión de monográficos en prensa.
Campañas publicitarias personalizadas

Entrevista JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ Y MANUEL CORDÓN SOCIOS DE 10CODE SOFTWARE DESIGN

“El software a medida no es un gasto, sino una inversión cuyos resultados pueden medirse”

10Code Software Design es una empresa especializada en el diseño de software a medida. Para conocer con más detalle en qué consiste su labor, hablamos con sus socios fundadores, José Antonio Fernández y Manuel Cerdón.

¿Cuáles son los orígenes de 10Code?

Hace dos años que decidimos poner en marcha 10Code Software Design para ofrecer a las empresas la posibilidad de acceder a soluciones de software a medida que dieran respuesta a las necesidades que las aplicaciones estándar comerciales no podían cubrir.

¿Qué balance hacen de este tiempo en el mercado?

El balance es positivo. Comenzamos nosotros dos solos y el aumento del trabajo nos ha llevado a ir incrementando nuestro equipo al mismo tiempo que nuestros servicios. Actualmente, la empresa cuenta con una plantilla formada por 9 profesionales.

¿Qué servicios ofrecen a sus clientes?

El núcleo de nuestro negocio es el desarrollo de software a medida, sobre todo aplicaciones web pensadas para dar respuesta a sus necesidades. Con frecuencia, el software comercial no cubre todas esas necesidades o está sobredimensionado y las empresas precisan algo que se adapte a su realidad y a sus prestaciones.

Siempre a medida...

Sí, es software a medida que, además, se caracteriza por ser flexible, ampliable y escalable. Siempre hemos tenido claro que nuestras aplicaciones debían ser capaces de crecer al mismo ritmo que el usuario, de modo que todos los desarrollos que realizamos cumplan con esa máxima.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Nuestro público objetivo es la pequeña y mediana empresa de cualquier sector. En este tiempo hemos realizado proyectos de todo tipo y para toda clase de compañías. A nivel geográfico, hasta ahora nos hemos centrado sobre todo en Andalucía, aunque también conta-

mos con clientes en ciudades como Madrid o Barcelona. En este sentido, no nos limitamos y queremos llegar allá donde se nos necesite.

Además del desarrollo de software, ¿qué otros trabajos realizan?

Procuramos ofrecer un servicio integral a los clientes que abarca también el desarrollo de aplicaciones móviles multiplataforma (para iOS y Android), el diseño web, las soluciones de comercio electrónico para la venta en Internet y también el marketing online.

¿Es habitual que el cliente encargue todos los servicios?

Generalmente comienzan por uno, pero es frecuente que acaben confiándonos el resto. Al fin y al cabo, si hacemos una web o una tienda online hay que posicionarla y lograr vender en ella, por lo que el SEO, el marketing online, la gestión de contenidos o el social media son servicios complementarios que también les prestamos.

¿Las empresas que confían en 10Code tienen claro qué es lo que necesitan?

“Nuestro público objetivo es la pequeña y mediana empresa de cualquier sector. En este tiempo hemos realizado proyectos de todo tipo y para toda clase de compañías”



Foto: A. Delgado-Roig

Saben que tienen una necesidad que satisfacer, pero no siempre tienen claro cómo lograrlo. Ahí es donde entra nuestra capacidad para implicarnos en su negocio, conocerlo bien y proponer el desarrollo de una herramienta adecuada. Cada caso es distinto y es un aprendizaje para nosotros que nos permite mejorar el nivel de calidad.

¿Cómo definirían la filosofía de 10Code Software Design?

Creo que hay cuatro aspectos que nos definen muy bien. El primero de ellos es la profesionalidad, que nos lleva a actualizar constantemente los conocimientos de nuestro equipo para lograr la máxima calidad. El segundo es la honestidad, ya que siempre somos transparentes y objetivos al informar a nuestros clientes. Eso da pie al tercer eje, que no es otro que la confianza y la confidencialidad. Por último, siempre estamos disponibles para dar una respuesta lo más rápida posible y para cumplir los compromisos que adquirimos con los clientes.

“Los clientes saben que tienen en nosotros un aliado a la hora de adaptar sus procesos de negocio a la era digital y de conseguir alcanzar sus objetivos de competitividad y productividad”

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

Somos una empresa todavía joven, pero sí podemos decir que quienes han trabajado con nosotros siguen haciéndolo. No somos una empresa barata, pero sí una que aporta valor añadido en sus trabajos. Además, que el cliente sepa que le acompañamos siempre (desde el desarrollo inicial hasta el mantenimiento y las actualizaciones) les transmite una gran confianza. Los clientes saben que tie-

nen en nosotros un aliado a la hora de adaptar sus procesos de negocio a la era digital y de conseguir alcanzar sus objetivos de competitividad y productividad.

“Cuando arrancamos el proyecto valoramos las distintas alternativas que plantea el mercado a la hora de elegir un framework”

A nivel tecnológico, trabajan con Laravel. ¿Por qué?

Cuando arrancamos el proyecto valoramos las distintas alternativas que plantea el mercado a la hora de elegir un framework. Optamos por Laravel porque trabaja con el lenguaje de código abierto php, es muy escalable y dispone de un gran número de plugins –tanto gratuitos como de pago– que ofrecen un gran rendimiento.

¿Cuáles son los planes de futuro de la compañía?

Como decíamos antes, somos una empresa joven que en poco tiempo ha crecido bastante. Por eso, nuestro principal objetivo es consolidar la estructura actual y optimizarla para seguir realizando trabajos de alta calidad. En el fondo, la intención es hacer ver a las empresas que el software a medida no es un gasto, sino una inversión que puede ayudarles a salir adelante y cuya influencia puede medirse y valorarse. A nivel comercial, no descartamos ampliar nuestro radio de acción a otros puntos de España, tal como venimos haciendo desde el primer día.



Foto: A. Delgado-Roig



www.10code.es
info@10code.es
656 36 61 82 / 654 63 39 98.

Entrevista MAIKEL GARCÍA SÁNCHEZ DIRECTOR DIVISIÓN DE ELECTRICIDAD

“Somos parte activa en el desarrollo de las redes inteligentes en España”



¿Cómo podríamos definir qué es una ‘Smartgrid’ o red eléctrica inteligente?

Es una red que interactúa e integra a todos los usuarios en ella de manera que esa interacción sea bidireccional, es decir, que permitirá no solo actuar a las empresas eléctricas sobre la red sino a todos los usuarios, ya sean empresas, organismos o particulares de forma que se haga un uso más eficiente de la electricidad.

SEMI es una empresa industrial del grupo ACS. Con casi un siglo de historia y 1.500 profesionales, ha sido pionera en el desarrollo de las infraestructuras eléctricas, de comunicaciones y ferroviarias en España. En el ámbito de la energía, SEMI cuenta con las capacidades que le permiten diseñar, construir y mantener toda la infraestructura necesaria desde la generación hasta los puntos de consumo, pasando por la red de transporte y distribución, colaborando de esta forma al desarrollo de las redes eléctricas en distintos países del mundo.

¿Qué características tiene y de qué forma contribuye a lograr un sistema energético más sostenible y eficiente?

La principal característica es que incluye, dentro de la red eléctrica, elementos tecnológicos de comunicación de forma que todos los usuarios puedan disponer de esa información y pueden así actuar sobre la red. Esa información, además de permitir automatizar la gestión de la red a las compañías eléctricas, hace que los usuarios tengamos la posibilidad de ser también parte activa, incluso como generadores y, por tanto, se homogeneizará la demanda, contribuyendo a convertir la generación y consumo de energía eléctrica en un proceso más eficiente y más sostenible.

¿También influye en una mayor seguridad en el suministro eléctrico?

Efectivamente, las Smart Grids disponen de elementos de información y telecontrol, lo que permite conocer el estado de la red en tiempo real y poder actuar de manera remota sobre sus elementos, pudiendo identificar y solucionar con mayor rapidez los problemas técnicos que se produzcan.

¿De qué forma trabajan desde Grupo SEMI en este campo?

Con una trayectoria de más de 35 años en este campo y un equipo altamente especializado, SEMI desarrolla soluciones integrales y a medida orientadas a cubrir las necesidades del cliente en el ámbito de la

automatización, comunicación y control en los sectores energético e industrial.

¿Qué servicios están ofreciendo a sus clientes?

SEMI ofrece a sus clientes un servicio integral. Desde el análisis de sus necesidades hasta el diseño, fabricación, instalación y mantenimiento de los equipos necesarios para automatizar, controlar y facilitar el uso eficiente de sus instalaciones. Para ello SEMI dispone de un departamento de I+D+i que, conjuntamente con empresas del Sector Energético, estudian día a día nuevas soluciones que nos permitan diseñar y mejorar los equipos que facilitan la gestión de las redes.

¿Realizan un diseño propio de los equipos?

Sí. Desde hace 35 años SEMI diseña y fabrica todos sus productos, incluido el software, permitiéndonos ser una de las empresas de referencia en este campo.

Nuestra variedad de productos: Unidades Remotas de Telecontrol, concentradores de comunicaciones, convertidores, Scada de control y aplicaciones de mantenimiento y supervisión (Dr. Sam), nos permite ser una parte activa en el desarrollo de las redes inteligentes en nuestro país.

Para finalizar, ¿en qué nuevos proyectos están aplicando sus esfuerzos?

Actualmente, uno de los principales proyectos es la implantación de Sistemas de Telecontrol, con el protocolo de comunicaciones IEC-61850, para redes eléctricas, buscando la compatibilidad en un mismo sistema eléctrico de productos de diferentes fabricantes, para el cual nuestra gama de productos ya está adaptada.



www.gruposemi.com

Entrevista RUFINO MARTÍNEZ CABRERO GERENTE DE MARCOS MARTÍNEZ MINGUELA, S.A.



“Martínez Minguela siempre ha apostado por ofrecer la máxima calidad”

Cuando hablamos de una empresa que lleva ya más de 60 años de actividad y que ha sabido adaptarse y renovarse para afrontar nuevas oportunidades y nuevos mercados, no podemos dejar de sentir satisfacción y optimismo, porque existen ejemplos de constancia y superación que además consiguen el éxito empresarial. Este es el caso de la empresa familiar Marcos Martínez Minguela, especializada en la fabricación de puertas para interior.

¿Qué factores han llevado a esta compañía familiar a estar hoy presente en más de 25 países?

Durante la época de crisis empezamos a exportar relativamente tarde, concretamente en 2011, y nuestro primer mercado destino fue Argelia. Hasta ese momento, es cierto que nuestra empresa había sufrido la crisis con efectos claros en la reducción de producción, pero nuestra situación no fue tan grave como la de otras empresas del sector que se vieron abocadas al ERE. Nos mantuvimos fuertes a pesar de la época de crisis.

Al comenzar a exportar, también apostamos por la innovación añadiendo nuevos elementos a la fabricación de puertas, siempre manteniendo la calidad que nos caracteriza. Hemos conseguido posicionarnos bien en muchos países, entre ellos, el Magreb, el resto de

países europeos, Latinoamérica, Rumanía, India, Emiratos Árabes, etc. Hemos ido adaptando el producto a cada uno de los mercados en los que estamos suministrando.

El sector de la construcción ha sufrido un grave golpe, pero aún así, ustedes han conseguido crecer exponencialmente en los últimos años. ¿Qué decisiones estratégicas fueron clave?

Martínez Minguela siempre ha apostado por ofrecer la máxima calidad, nunca hemos ido a precio. Esta calidad la hemos llevado a todas las líneas de productos y gamas en las que hemos trabajado.

¿Qué números avalan el éxito de Marcos Martínez Minguela?

Hoy por hoy estamos en 27 países con ventas recurrentes y contamos

con 170 trabajadores en plantilla. En cuanto a nuestro crecimiento, este año hemos aumentado un 25% nuestra facturación respecto a 2016 y desde 2012 hemos logrado triplicarla.

¿Qué tipo de puertas son la especialidad de Martínez Minguela? ¿Por cuáles de ellas son más reconocidos?

Destacamos en puerta lacada y puerta sintética. Prácticamente la totalidad de nuestra producción la hacemos a medida; al trabajar para tantos países diferentes los estándares varían, aunque aparentemente dos puertas parezcan iguales, el sistema constructivo es diferente.

¿Cuáles son sus diferentes líneas de negocio?

Contamos con tres líneas. En pri-

mer lugar trabajamos para lo que llamamos el almacén tradicional que, a su vez, vende al particular, a carpinteros o a pequeñas obras. En segundo lugar, tenemos el mercado del instalador o constructor para proyectos de mayor envergadura y, por último, trabajamos también para el canal hotelero “Contract”, al que van dirigidas nuestras puertas más técnicas. Estamos creciendo en todos los canales.

Por último, ¿han contemplado la posibilidad de ampliar el negocio abordando nuevos retos?

La marca ya es conocida tanto a nivel nacional como internacional, y son los propios clientes los que acuden a nosotros al ver alguno de nuestros trabajos. Las perspectivas de futuro son muy positivas, de hecho, nos encontramos en plena fase de ampliación de nuestras instalaciones por necesidades de producción.



MARCOS MARTÍNEZ MINGUELA S.A.

www.mmminguela.com



Entrevista JOSÉ ANTONIO GABRIEL DIRECTOR TÉCNICO DE REVISTEX

Calidad, innovación y compromiso en rehabilitación de fachadas y cubiertas



Con sede en Alcalá de Henares, Revistex es una compañía familiar creada en 2010 y especializada en el revestimiento de todo tipo de cubiertas y fachadas. Buena parte de su equipo lleva más de tres décadas trabajando junto, compartiendo la filosofía y el enfoque de calidad que caracteriza a esta empresa desde sus orígenes.

¿En qué ámbitos se centra la estrategia de Revistex, en el marco de su especialización?

Durante 3 décadas nuestro enfoque ha sido la rehabilitación e instalación en obra nueva, tanto en residencial como industrial. A nivel de particulares, han sido las comunidades de vecinos las que, a pesar de no tener un gran potencial económico, nos han mantenido en tiempos de crisis. Gracias a ello, y al hecho de haber aprovechado las oportunidades que nos han dado grandes compañías nacionales, actualmente nos encontramos en una posición cómoda, aunque eso no significa que podamos bajar la guardia.

¿Qué aspectos les distinguen como empresa? ¿En qué puntos erigen su excelencia?

El centro de nuestra actividad es el cliente, que es conocedor del servicio demandado. Nosotros debemos esforzarnos para ofrecerle una buena calidad y puesta en obra, donde hay que ser críticos con los errores y analizarlos para tratar de no volver a cometerlos. También es importante tener una buena dosis de perseverancia, gestionando oportunidades y trabajando con el objetivo de alcanzar siempre los resultados deseados y de seguir mejorando cada día. La evolución, la innovación y mejora continua son

aspectos clave, junto con el grado de implicación de los profesionales que forman nuestro equipo. Es imprescindible la interacción de todo el personal para poder sacar el máximo potencial de cada uno de ellos. De este modo mejoramos además la autoestima y fomentamos la confianza y responsabilidad.

¿Cuál es su cliente tipo?

Todo aquel que necesita una mejora en su edificio y nos da la oportunidad de puesta en obra. En la actualidad, Revistex dispone de toda la infraestructura y recursos necesarios, a través de personal propio y subcontratado,

para acometer muchos miles de metros cuadrados de cubiertas y fachadas al año.

Tenemos la confianza de grandes empresas europeas, con presencia en muchos puntos dentro de la zona ibérica, que nos han permitido posicionarnos en una zona cómoda, gracias a una excelente alianza con nuestros proveedores, con los que establecemos una relación beneficiosa para ambas partes.

¿En qué proyectos están inmersos actualmente?

De aquí a final de año debemos reimpermeabilizar la cubierta de Carrefour Terrassa (18000m²); reacondicionar la cubierta de Carrefour San Fernando de Henares; y formar cubiertas de 2500m² en la nueva tienda Lidl de Plasencia. Además, seguimos ofreciendo nuestros servicios a Comunidades de Propietarios en la zona centro.

Entre los proyectos más recientes, quisiera destacar que Revistex ha rehabilitado más 50.000m² para Leroy Merlin, en distintas tiendas situadas en la Península Ibérica. En estas rehabilitaciones hemos empleado las láminas descontaminantes de la marca francesa Nox-Activ, aportando innovación y valor añadido en estos trabajos.

¿Láminas descontaminantes? ¿En qué consiste el avance?

Gracias a estas láminas, a la hora de hacer una cubierta podemos contribuir a la descontaminación de la atmósfera, incorporando materiales fotocatalíticos. Las superficies tratadas con dióxido

de titanio u otros compuestos afines, en presencia de radiación ultravioleta, solar o de proyectores artificiales, reducen y descomponen sustancias contaminantes, insalubres o molestas. Esta tecnología está llamada ser necesaria para conseguir ciudades más saludables, siendo aplicable en cubiertas y fachadas de todo tipo de edificios, incluso en calzadas y pavimentos, en lonas, sistemas de depuración de aire... En numerosas ciudades españolas está empezando a ser habitual encontrar revestimientos catalíticos en todo tipo de edificios. En esta línea y en el marco de nuestras acciones de Responsabilidad Social Corporativa y compromiso con el medio ambiente, Revistex puede incorporar este avance a sus proyectos.

RSC e innovación unidas...

Efectivamente. En este sentido, colaboramos indirectamente a través de los fabricantes, aportando nuestra opinión; y procuramos ofrecer al cliente la mejor solución para su proyecto y para el medio ambiente.



Revistex, S.L.

Revestimiento de fachadas
Rehabilitación de cubiertas
Impermeabilización

www.revistex.es



Revestimiento de fachadas, rehabilitación de cubiertas e impermeabilización es el campo de especialización de Revistex

¿Qué tipo de trabajos realizan?

En Revistex somos expertos en la rehabilitación de cubiertas de cualquier tipología. Sea cual sea, podemos ofrecer una propuesta viable, sostenible y comprometida socialmente. También rehabilitamos fachadas, introduciendo mejoras de aislamiento térmico, con las que hemos llegado a ganar hasta tres letras en la escala de calificación energética en algunos sistemas, contribuyendo de este modo también al ahorro energético.

Igualmente, ofrecemos servicios de mantenimiento de cubiertas; y suministro, instalación y mantenimiento de sistemas de control de temperatura y humos SCTEH en edificios industriales.



La utilización de materiales catalíticos permite crear cubiertas y fachadas que contribuyen a la descontaminación de la atmósfera

Entrevista **JOSÉ ÁNGEL LOZANO** GERENTE DE SEIRMA

“SEIRMA es ya un referente en los servicios para el sector energético”

SEIRMA SERVICIOS INTEGRADOS es una empresa joven, dinámica y multidisciplinar que nace con el objeto de prestar servicios en diferentes campos, que van desde de la ingeniería, consultoría, asistencia técnica en obra, servicios de prevención de riesgos laborales, coordinación de seguridad, etc., abarcando desde proyectos convencionales y energías renovables hasta trabajos en centrales nucleares y refinerías, así como el montaje, operación y mantenimiento de instalaciones. Para conocerla mejor, hablamos con su gerente, José Ángel Lozano.

Servicios SEIRMA

SERVICIOS DE INGENIERÍA

- **Diseño y fabricación de equipos especiales.** Hemos diseñado y participado en la supervisión de la fabricación de una cabina de limpieza/descontaminación de equipos, útiles y piezas de gran tamaño para el sector nuclear.

Somos gestores de dedicaciones y agente compras, lo que nos permite poder suministrar a la industria nuclear productos homologados para poder ser instalados en centrales nucleares. Actualmente estamos desarrollando y fabricando cajas de conexiones, cuadros y equipos eléctricos, que permiten ser instalados en instalaciones nucleares.

Dentro del sector eólico, hemos diseñado y fabricado un útil de limpieza para torres de aerogeneradores que permite una limpieza cómoda, rápida y segura de la torre del aerogenerador.

Actualmente estamos diseñando un equipo que permita realizar una limpieza rápida, económica y segura de paneles fotovoltaicos. Pretendemos tenerlo desarrollado para el primer trimestre del 2018 y que pueda adaptarse a cualquier instalación.

- **Dedicación de equipos y componentes grado comercial para la industria nuclear.**

- **Servicios técnicos de materiales/equipos para Cambios de Diseño.** Otro de los servicios que podemos ofrecer y del que podemos destacar respecto a otras ingenierías, por nuestra experiencia en el sector nuclear, es el análisis de materiales y componentes de los proyectos y ofrecer los que mejor se adapten en cada caso, participando desde la compra hasta la instalación y puesta en marcha.

- **Servicios de documentación y administrativos.** Con personal técnico y administrativo con más de 5 años de experiencia, ofrecemos una mejora en la gestión documental. Hemos desarrollado este servicio para Iberdrola Ingeniería y Construcción durante los años 2016 y 2017

SERVICIOS ELÉCTRICOS

- Somos empresa instaladora eléctrica, y damos apoyo en la instalación y en el montaje de cambios de diseño en la Central Nuclear de Cofrentes. Además, realizamos ejecución y asesoramiento de instalaciones renovables tales como fotovoltaica y eólica.

O&M INSTALACIONES FOTOVOLTAICAS

- Un punto fuerte dentro de nuestros servicios es la operación y mantenimiento integral de instalaciones fotovoltaicas. Acabamos de firmar el contrato de mantenimiento de otras cuatro instalaciones, aumentando este servicio a 12 plantas, con un total de 10,5 Mwp

SERVICIOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (PRL)

- Ofrecemos y realizamos el servicio de coordinación y prevención de riesgos laborales, especializado para la industria Nuclear. Actualmente hemos sido adjudicatarios para prestar los servicios de Vigilancia de seguridad y salud laboral en la 21ª Recarga en Central Nuclear de Cofrentes

¿Qué servicios ofrece actualmente Seirma?

A finales del año 2011 empezamos a preparar procedimientos y homologaciones específicas para poder ofrecer nuestros servicios tanto en el sector nuclear como en el sector eólico. Posteriormente nos hemos introducido también en el sector fotovoltaico, realizando el montaje, la operación y el mantenimiento integral de las instalaciones. Estamos certificados por la Norma: UNE EN ISO 9001 y UNE-73401 Garantía de Calidad en Instalaciones Nucleares y en proceso de certificación de UNE EN ISO 14001 y OHSAS 18001

¿Cómo definiría la filosofía de la empresa?

Nuestro objetivo principal es satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo para ello un servicio multidisciplinar y personalizado para cada uno de ellos. De hecho, la profesionalidad, la experiencia y la implicación de todo el equipo, están haciendo posible que SEIRMA sea ya un referente en el sector energético.

¿Qué diferencia a Seirma de sus competidores?

Una de las ventajas que tenemos respecto a la competencia es nuestra estructura, que nos permite ser mucho más ágiles y tener unos costes más competitivos. Nuestro cliente es muy específico, ya que desarrollamos nuestras actividades en unos sectores muy especializados, donde son las grandes empresas como Iberdrola, Gamesa o grupos de inversión propietarios de parque fotovoltaicos nuestros principales clientes.

Seirma además cuenta con una importante conciencia social...

Desde Seirma Servicios Integrados estamos convencidos de la importancia de la contribución activa y voluntaria de las empresas con el mejoramiento social, económico y ambiental. Es por ello que, junto con el

Excmo. Ayuntamiento de Ayora, estamos desarrollando un proyecto de formación especializada y gratuita de personal de la zona. Queremos aportar nuestra experiencia en sectores tan importantes para la economía local como es el sector nuclear y eólico, formando principalmente a desempleados y colaborando activamente en la incorporación de personal a un mercado tan específico y exigente como este. De esta forma, empresas que quieran a desarrollar su actividad a la central nuclear o en los parques eólicos que rodean al valle, podrán nutrirse de profesionales locales. Desde aquí, queremos agradecer tanto a Iberdrola como a Gamesa su apoyo y confianza al entender que se pueden ofrecer servicios de alta calidad con personal local, y animamos al resto de Ayuntamientos del Valle de Ayora-Cofrentes a unirse a este proyecto.

¿En qué proyectos están trabajando hoy?

Hay varios que me gustaría destacar. Uno de ellos (con nuestro socio Innometrics, junto con quienes hemos constituido una UTE para desarrollar este sector) es el diseño y fabricación de cajas de conexión, cuadros y equipos eléctricos, que demostrará nuestra capacidad para diseñar un producto nuclear y sentará la base para realizar muchos otros, tanto a nivel nacio-



nal como internacional. También trabajamos en el diseño, marcado CE y fabricación de un útil de limpieza para torres de aerogeneradores y en la operación y mantenimiento de instalaciones fotovoltaicas en las provincias de Barcelona, Lleida, Castellón, Alicante, Valencia y Murcia.

Además, actualmente damos apoyo a Iberdrola Generación Nuclear en la Central Nuclear de Cofrentes y actuamos como servicio técnico de materiales y equipos para modificaciones de diseño en esa central. Por otra parte, estamos realizando una inversión importante en un nuevo proyecto basado en la Protección Radiológica, que desarrollaremos a lo largo del próximo año 2018, y que ofreceremos a diversas instalaciones radiactivas como hospitales y centrales nucleares. El proyecto abordará diversas especialidades, desde la formación básica y específica en protección radiológica hasta la limpieza, descontaminación y tratamiento de superficies, aspectos muy importantes a tener en cuenta durante los procesos de desmantelamiento de instalaciones radiactivas.

¿Seirma está llevando a cabo proyectos únicamente en nuestro país?

Actualmente estamos desarrollando nuestra actividad comercial mirando a Asia, Medio Oriente y África, sin perder de vista el mercado nacional y el europeo. A través de una empresa del Grupo, hemos firmado un acuerdo de entendimiento con KNEEA (grupo de empresas coreanas que desarrollan actividades dentro del sector nuclear), para promocionar sus productos en el resto de Europa. Recientemente se ha presentado una oferta a Abu Dhabi Water and Electricity Company (“ADWEC”), para la ejecución de infraestructuras fotovoltaicas en los Emiratos Árabes Unidos. Otras ofertas para instalaciones fotovoltaicas se han presentado en diferentes estados de Nigeria (Adamawa, Borno, Gombe, Katsina, Kebbi, Níger, Sokoto y Zamfara).

