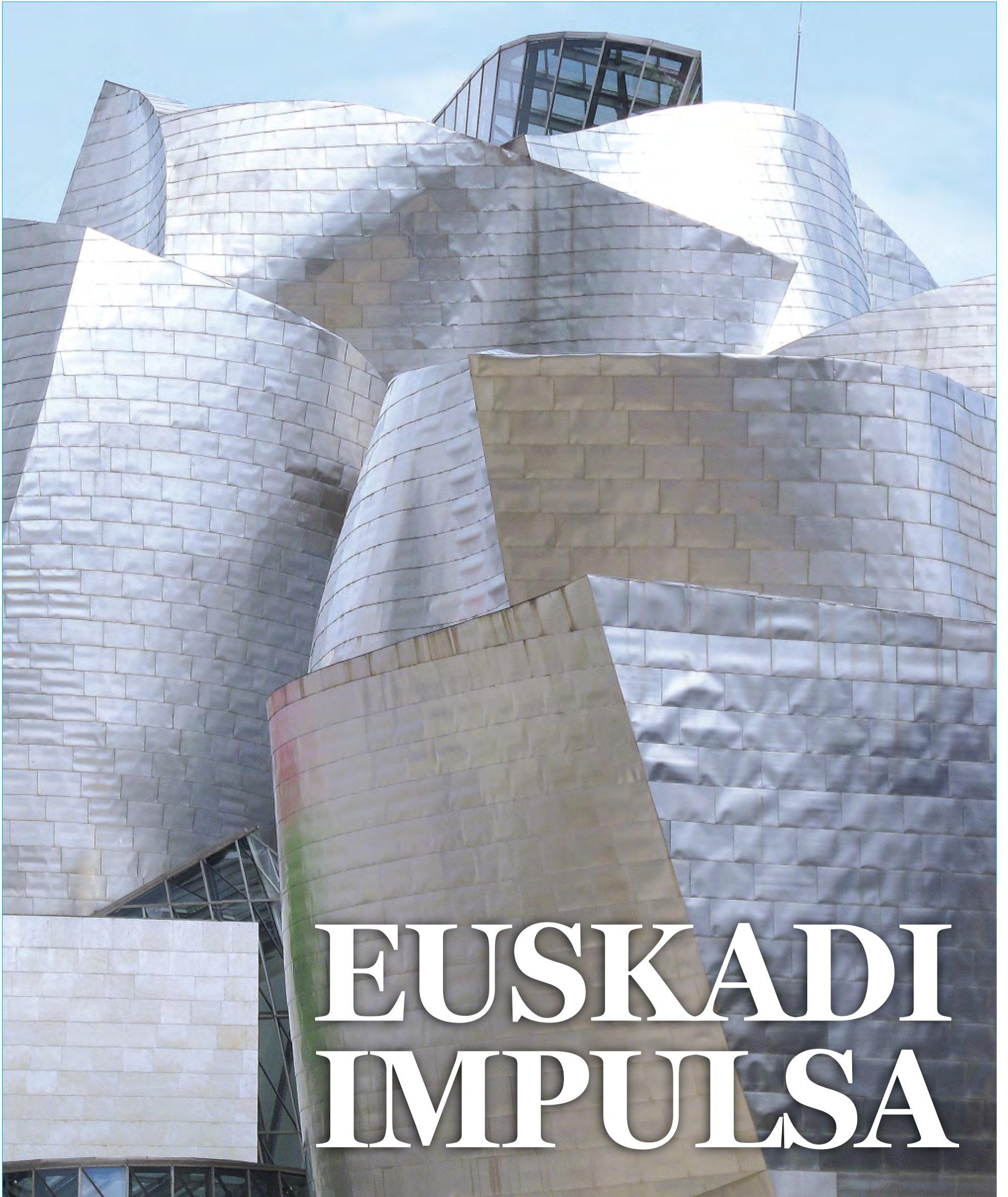


E&E

Economía & Empresa

JUEVES, 25 OCTUBRE 2012



**EUSKADI
IMPULSA**

El Parque Empresarial Jundiz, un espacio de oportunidades

Desde que Gasteizko Industria Lurra, S.A. se hizo cargo de la gestión del suelo en el Parque Empresarial Jundiz en 1993, ha urbanizado 2.374.257 metros cuadrados con una inversión de 67 millones de euros y ha procedido a la ampliación del parque en más de 1.000.000 de metros cuadrados.

Gasteizko Industria Lurra, S.A., GILSA, es una sociedad pública fundada en 1993, participada por el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz en un 57,13 %, y la Sociedad Pública para la Promoción de Suelo y Construcciones del Gobierno Vasco, SPRILUR, con un 42,87%.

Surge como continuación de una política municipal de gestión de suelo industrial que el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz había iniciado en los años 50 y gracias a la cual se fue desarrollando el cinturón industrial de la ciudad que actualmente conocemos.

El objetivo de GILSA es continuar con esa política y promover unas infraestructuras industriales y de servicios cuyo desarrollo dote del mayor atractivo posible al municipio de Vitoria-Gasteiz, para el establecimiento y consolidación de inversiones gestionando eficazmente los recursos de la sociedad y disponiendo de una oferta de suelo para todo tipo de industrias, independientemente del tamaño y la actividad empresarial a instalar, que posicione al Parque Empresarial Jundiz como referente en la zona norte.

La superficie ordenada y urbanizada en el Parque Empresarial Jundiz asciende a 6.500.000 m², de los cuales 800.000 m² corresponden a zonas verdes y 256.000 m² a parcelas para equipamientos y servicios.

SITUACIÓN ESTRATÉGICA Y EXCELENCIA

A sólo 6 km. del centro urbano de Vitoria-Gasteiz se encuentra además situado en un punto estratégico de comunicaciones, tanto con las provincias limítrofes como con el resto del Estado y Europa, con

accesos directos a la A-1, Madrid-Irún y con 138.000 m² de parcelas con frente a ese importante vial y a la N-102.

Cuenta en su interior con el Centro Intermodal de Transporte y Logística de Vitoria (CTVi), una zona logística de 900.000 m², estación de mercancías de ferrocarril (177.500 m²), una zona de servicios de 136.000 m², ITV y enlace a tan sólo 8 km por autovía con el aeropuerto internacional de Vitoria-Gasteiz, destacado aeropuerto en el tráfico de mercancías.

Ofrece PROXIMIDAD: a las vías de comunicación fundamentales, a los servicios, al resto del tejido empresarial de la ciudad con el que también está directamente comunicado, a la propia ciudad y a sus instituciones, a sus centros de formación y al acceso de trabajadores cualificados. Y ofrece EXCELENCIA en sus infraestructuras, en la dotación de sus servicios, en su entorno, en sus oportunidades...

En este momento se encuentran ya instaladas alrededor de 500 empresas de distintos sectores de actividad desde la logística, automoción, metal, químicas, electrónicas, maderas, comerciales, servicios a empresas..., de las cuales 120 se han establecido en estos últimos 10 años en terrenos urbanizados por GILSA que han realizado inversiones en torno a los 344 millones de euros, con un empleo de cerca de 4.000 trabajadores de los cuales alrededor de 1.000 han sido de nueva creación.

Una zona de servicios en el Suroeste del parque recientemente desarrollada ha aportado un interesante valor añadido a la zona con su oferta de hotel, restaurante, oficinas bancarias, asesorías de empresas, pabellones comerciales, servicios deportivos, campo de golf...



Actualmente GILSA dispone de 650.000 m² de suelo distribuido en parcelas a partir de 2.500 m² de distintas tipologías, desde las puramente industriales, a parcelas de servicios o comerciales en el frente de la A-1 y de la N-102.

La próxima inversión a realizar, ya en fase de adjudicación, es la instalación de una nueva y moderna señalización vial que permitirá localizar más fácilmente los destinos gracias a la zonificación por colores del Parque Empresarial Jundiz.



MÁS INFORMACIÓN

www.gilisa.org
gilisa@vitoria-gasteiz.org

Cerca de 70 empresas vascas viajan en la misión empresarial e institucional a Turquía

La misión, encabezada por el Consejero de Industria Vasco, abre a las empresas vascas expectativas de futuro en el mercado turco.

Una delegación encabezada por Bernabé Unda, Consejero de Industria, Innovación, Comercio y Turismo, visita Turquía para reforzar los intereses del empresariado vasco en uno de los principales mercados emergentes y que se ha convertido en la segunda mayor economía de Europa del Este. La misión cuenta con la presencia de cerca de 70 empresas vinculadas a sectores como la energía, el ferrocarril, la automoción, la máquina-herramienta... Dentro de esa delegación también se incluyen el presidente de Eusko Ganberak, Gregorio Rojo; la secretaria general de Confebask, Nuria López de Guereñu; y dirigentes de seis clusters y preclusters vascos (AFM, Eraikune, Habic, Siderex, Mafex y Cluster de Logística). Asimismo, acuden el BEC y la Autoridad Portuaria de Bilbao.

Este viaje institucional y empresarial a Turquía se enmarca dentro de las misiones que en los últimos años han permitido asentar las relaciones comerciales de Euskadi con países como China, Brasil, Estados Unidos, Emiratos Árabes, Qatar e India. Turquía está catalogado como país prioritario para los intereses de Euskadi en el sentido de reforzar las relaciones comerciales. Se ha convertido en la segunda economía más importante de Europa del Este. Además, ocupa el puesto 11º de las exportaciones vascas y el cuarto fuera de la Unión Europea, tras Estados Unidos, Brasil y China. Por otro lado, las exportaciones vascas representan en torno al 9% de las exportaciones españolas a Turquía.

UN 12% MÁS DE EXPORTACIONES

Las exportaciones a Turquía han crecido un 12% de media anual en los últimos cinco

años, teniendo en cuenta el dinamismo asociado a la excelente evolución de la economía turca, las exportaciones de Euskadi deberían continuar creciendo. Además, el Acuerdo de la Unión Aduanera entre España y Turquía facilita desde 1996 el flujo de las exportaciones.

Euskadi cuenta con 14 implantaciones en el país otomano, de las cuales seis son de tipo comercial y ocho son implantaciones productivas. La misión servirá para algunas de las empresas que acuden a Turquía para sopesar las oportunidades de futuro que se presentan para sus sectores. Entre los que mayor oportunidad brindan a las empresas en Turquía se podrían destacar los siguientes: equipamiento energías renovables y medio ambiente, material ferroviario, servicios de consultoría e ingeniería, telecomunicaciones y tecnología, maquinaria para la industria alimentaria, máquina herramien-

ta, maquinaria textil, textiles para el hogar equipamiento hotelero, sector agrícola y equipamiento urbano, subcontratación industrial, aparato eléctrico y electrónica industrial.

Hasta ahora, las empresas vascas han aprovechado bien las misiones realizadas en los últimos años. Más de 350 han participado en los viajes liderados por el Lehendakari, y los resultados son positivos: las exportaciones a Brasil, China, Emiratos Árabes y Estados Unidos han mejorado una media del 57% entre 2009 y 2011. Además, un informe de Mondragón Corporación revela que las empresas multilocalizadas de su grupo han generado un +26% de empleo en Euskadi, frente al -10% en las empresas que no se han implantado en el exterior.

La misión tuvo en agenda una jornada de presentación sectorial 'El País Vasco: una economía competitiva y sostenible', organi-

La misión tiene como objetivo asentar las relaciones comerciales entre el País Vasco y Turquía, convertida en la segunda economía más importante de la Europa del Este

zada en colaboración con el Consejo de Relaciones Económicas Externas de Turquía (DEIK), a la que estuvieron invitados distintos organismos turcos para conocer las oportunidades y las capacidades que ofrecen Euskadi y sus empresas, sobre todo en el área de la energía y las tecnologías de la máquina-herramienta.

ENTREVISTA **JAVIER ARANCETA** Director de Centro Stirling

“Basamos nuestro éxito en la formación, innovación e integración con las empresas”

En un entorno de incertidumbre globalizada, y que está afectando de forma especial a España, la Comunidad Autónoma del País Vasco resiste mejor que otras regiones los embates de la crisis. Con unos indicadores de formación, paro o deuda autonómica claramente en la media europea, algo hay que es “distinto”.

Entre las distintas particularidades hay una que es endémica del País Vasco y es el modelo de gestión empresarial, de implicación social y de colaboración de la Corporación Mondragón.

Con 84.000 empleos (68.000 en España de los cuales 35.000 están en Euskadi), 16 entidades de I+D y 5 entidades de formación, su apuesta por la creación de empleo cualificado y la implicación social es claramente diferenciadora.

Una de estas entidades de I+D más recientes (creada en 2009) es el Centro Stirling.

¿Qué es el Centro Stirling y por qué ese nombre?

Centro Stirling es la unidad de apoyo tecnológico de la División de Componentes de la Corporación Mondragón. Nació para dar soporte tecnológico a las estrategias de promoción e innovación que, desde 2005, está llevando a cabo este grupo empresarial.

En cuanto al nombre, Robert Stirling ideó un sistema para hacer que los motores de su época, las máquinas de vapor, fuesen más eficientes y seguras. El nombre del centro es un pequeño homenaje a esta apuesta por la eficiencia energética, en nuestro caso en los ámbitos cercanos al hogar. La tecnología entorno al motor Stirling es uno de los ejes de nuestras actuaciones aunque no el único.

¿Qué balance haría de la trayectoria de CENTRO STIRLING? ¿Qué les aporta el hecho de pertenecer a la gran corporación Mondragón?

En poco más de 3 años hemos pasado de trabajar para 2 empresas a liderar un proyecto europeo, de colaborar con alguna entidad de investigación local a desarrollar proyectos en colaboración con entidades internacionales, hemos triplicado nuestra facturación y el personal del Centro y tenemos una cartera de proyectos a varios años que compromete una parte relevante de nuestros recursos. Creo que el balance es positivo desde muchos puntos de vista.

Por otra parte, la pertenencia a la Corporación Mondragón y, más concretamente a la División de Componentes, nos aporta fundamentalmente un modelo de actuación y una red de relaciones, tanto empresariales como de conocimiento, difícilmente accesibles en otros entornos.



¿Qué tipo de tecnologías y productos desarrollan?

Estamos muy centrados en el desarrollo de tecnologías y productos que ayuden a que la energía que necesitamos en nuestros hogares sea menos y que se utilice de manera más eficiente. Así, desarrollamos dispositivos de micro-cogeneración o de climatización mediante energía solar o geotermia pero también trabajamos con componentes para aislamiento térmico o combustión eficiente de muy bajas emisiones.

¿En qué se diferencian sus desarrollos de otros del mercado? ¿Por qué son más innovadores, eficientes y respetuosos con el Medio Ambiente?

Todos los grandes grupos que trabajan en este sector, algunos muy fuertes como BOSCH, ELECTROLUX, HAIER,... llevan adelante una carrera por la eficiencia energética, el coste y la diferenciación. Nuestras empresas (Consonni, Copreci, Eika, Embega, Fagor Electrónica, Matz-Erreka, Orkli y Tajo) tienen un diferencial con empresas similares puesto que compiten con ellas, y algunas muy bien, por cierto. Esa forma particular de dar soluciones a los problemas del cliente, es lo que queremos alcanzar.

¿Cuál es su target y mercados?

Nuestro objetivo es desarrollar, junto con nuestros clientes, nuevas soluciones para los sectores citados y ayudarles en la mejora de sus productos actuales. En cuanto a nuestro mercado, hoy está muy centrado en nuestras empresas (más del 70% de nuestra facturación) tanto las consolidadas como

las de nueva creación. En un futuro nos adaptaremos a sus necesidades de formación, de especialización o de internacionalización.

¿De qué recursos humanos y técnicos disponen para el desarrollo de su actividad de I+D+i? (alianzas, colaboraciones)

En estos momentos Centro Stirling cuenta con 16 investigadores (entre ellos 2 doctores), y colaboraciones estables con nuestra universidad e IK4 que amplían nuestras capacidades locales. Así mismo cuenta con las herramientas habituales de diseño y simulación y con un laboratorio bien equipado para ensayar los dispositivos en desarrollo.

Estas capacidades se complementan con los acuerdos y recursos de otros centros, universidades y empresas tales como el instituto Kurchatov, en Moscú, el Centre Català del Plàstic o Stirling Denmark por poner algunos ejemplos.

¿Han recibido algún reconocimiento por su labor?

Centro Stirling forma parte de la Red Vasca de Ciencia y Tecnología y ha sido reconocido como entidad de interés público.

Por otra parte, en el último congreso internacional sobre tecnología Stirling, ISEC, en Dubrovnik, los investigadores de Centro Stirling tuvieron un papel muy relevante que ha llevado al comité gestor del evento a invitarnos a formar parte del grupo director de este prestigioso congreso.

¿Cuáles son sus próximos objetivos? ¿Qué novedades tienen previstas?

Tenemos 4 empresas de reciente creación (EHE, SOTERNA, ISOLEIKA y SEN-SIA) que precisan de servicios tecnológicos avanzados a un coste algo más que razonable. Nuestra prioridad es contribuir a que alcancen la madurez con un producto competitivo y un conocimiento de producto y de mercado suficiente para ser un “player” en el sector.

Por otra parte, continuando con la estrategia de nuestro grupo empresarial en 2-3 años desarrollaremos productos relacionados con la energía en el hogar pero involucrando a orígenes renovables como la biomasa o la geotermia.

UN CENTRO ESTRECHAMENTE VINCULADO AL MUNDO EMPRESARIAL

Centro Stirling forma parte del comité de innovación de la División de Componentes en donde comparte estrategias, proyectos y experiencias con los Directores de Innovación de estas empresas. Esta imbricación es clave para la orientación de sus actuaciones, sus alianzas y su involucración en la financiación del centro.

¿De qué manera “cuida” CENTRO STIRLING de sus RRHH (empleo sostenible)?

Centro Stirling es consciente de que el conocimiento científico-tecnológico y la involucración de sus investigadores en todas las etapas de desarrollo y puesta a punto de los dispositivos y componentes desarrollados es la clave de su éxito y de su futuro. Por ello se destina un esfuerzo muy importante a formación (3 tesis doctorales en curso), cursos especializados, relaciones con proveedores y clientes.

Por otra parte, y fieles al modelo de gestión de la corporación Mondragón, los investigadores toman parte en la definición de estrategias del centro y en su gestión, lo que facilita la comunión de ideas e intereses.



MÁS INFORMACIÓN

www.centrostirling.com

ENTREVISTA **JULIO PLÁGARO** Director de DACO Ingeniería

“Apostamos por una ingeniería accesible y por un futuro con garantía”

DACO Ingeniería es una empresa vasca que fue constituida en el año 2000 con la intención de participar de manera muy dinámica en su entorno industrial a través de una oferta de servicios de ingeniería con alto valor añadido. Su enfoque global a cualquier sector de actividad se ha traducido en una gran ayuda para las empresas desde la vertiente de los procesos, productos y mejora de infraestructuras.

¿Qué valoración haría de la trayectoria de DACO Ingeniería hasta ahora?

La trayectoria ha sido muy satisfactoria, puesto que en estos 12 años hemos logrado crear un entorno de trabajo a partir de un crecimiento constante, pasando de las 13 personas del equipo inicial a la actual plantilla de 50 empleados. Los comienzos fueron difíciles debido a la complejidad de nuestro proyecto, que era muy ambicioso, por lo que tuvimos que realizar fuertes inversiones en conocimiento para llegar a ser una ingeniería global.

¿Cómo han ido ampliando su catálogo de servicios?

Comenzamos con un departamento dedicado a ingeniería de diseño industrial que, de manera progresiva, se ha ido complementando con otras secciones orientadas a fabricación, montaje, instalación, puesta en marcha y mantenimiento vital, hasta alcanzar ese objetivo inicial de convertirnos en ingeniería global.

¿A qué perfil de cliente se dirigen? ¿Cuál es su área geográfica principal de actuación?

El hecho de que seamos una ingeniería global significa que nos dirigimos a cualquier empresa y a cualquier sector de la industria que nos rodea. Para ello contamos con un equipo muy técnico y cualificado de profesionales con amplia experiencia en campos como la aeronáutica, ferrocarril, automoción o energía. Cubrimos todo el territorio español, con incursiones puntuales junto con otras empresas en Brasil, Estados Unidos y diversos países europeos.

¿Cuáles son sus principales valores diferenciales?

Apostamos por una ingeniería accesible y por un futuro con garantía. Nuestros servicios técnicos multidisciplinares tienen la capacidad de ayudar al desarrollo social, aportando conocimiento y soluciones en el ámbito tecnológico mediante valores como la responsabilidad, la ho-

nestidad, la confianza y el compromiso. Para mantener estos valores nos establecimos desde el principio de manera totalmente independiente, una característica que creemos que es necesaria para que todos los clientes tengan la certeza de que nuestros profesionales están libres de presiones motivadas por intereses externos y, por lo tanto, podrán ofrecerles los servicios solicitados más eficaces en las condiciones más ventajosas.

¿Hacia dónde se dirigen sus objetivos a corto, medio o largo plazo?

Las metas de DACO Ingeniería están centradas en seguir colaborando con las empresas punteras de segmentos como la aeronáutica, la automoción o la industria auxiliar en aquellos proyectos en los que se precise de nuestra participación, además de ir expandiéndonos de forma progresiva por los diferentes mercados internacionales. También tenemos prevista la creación



de un departamento de I+D+i, porque si bien es cierto que la innovación es una característica inherente a nuestra actividad, muy pocas empresas en España realizan labores propias de investigación, una parcela en la que se requieren grandes conocimientos y muchos años de experiencia.



MÁS INFORMACIÓN

www.daco.es

Tata Steel Layde, Flexibilidad y Orientación al Cliente en flejes de acero

Tata Steel Layde pertenece al gran grupo Tata Steel, la segunda siderurgia europea y una de las diez primeras del mundo. Gracias a su flexibilidad y orientación al cliente, esta empresa con sede en Durango, es única a la hora de presentar en fleje cualquier calidad o tipo de acero y así ofrece aceros a la carta.

Tata Steel Layde, antes de pertenecer al grupo Tata Steel ya era una firma muy conocida en su sector y experta, pues sus orígenes se remontan a 1941.

Hoy, hablamos de una empresa con dos líneas de negocio bien definidas:

- Centro de Servicios. Trabajos con cualquier calidad de acero (son únicos y referentes en presentación en rollo), de cara a sectores industriales y automoción del centro y norte de España, norte de Portugal y Sur de Francia.

- Laminados en Frío. “Aceros a la Carta”, desde lotes pequeños, pasando por espesores no estándar, hasta poder trabajar con materiales con alto contenido en carbono. Aquí la empresa exporta un 60% de su producción a zonas como África del Sur, Méjico, Francia, Italia, Ale-

En Tata Steel Layde priman sus cinco valores, que son: Responsabilidad, Excelencia, Integridad, Unidad y Comprensión; lo que les posibilita el que ya estén pasando a una producción de 200.000 TN /año

mania, Escandinavia, UK y su objetivo es incrementar ese porcentaje al 90%.

CINCO VALORES CLAVES

En Tata Steel Layde “priman nuestros cinco valores, que son: Responsabilidad, Excelencia, Integridad, Unidad y Comprensión; lo que nos posibilita el que ya estemos pasando a una producción de 200.000 TN /año. Asimismo, nuestra pertenencia a un grupo líder como es Tata Steel, nos confiere todo su know how y expertise, además de que somos su representación aquí en España” destaca Fernando Espada, Director General de Tata Steel Layde.

Esta compañía cuenta con otros atributos no menos importantes:

- Sede cercana al Puerto de Bilbao y ubicación en una zona con gran consumo de acero (norte de España).
- Programa continuo y ambicioso de inversiones.
- Política de Prevención de Riesgos Laborales muy exhaustiva.
- Flexibilidad y Orientación al cliente.



- Equipo directivo joven, preparado y motivado, de cara a adaptarse a los nuevos acontecimientos que vayan viniendo, pues ya cuentan con la experiencia de estos cuatro años de crisis.

Con todo ello, los objetivos de Tata Steel Layde son claros “queremos ser el canal de actividad del grupo Tata Steel en España y ser un referente en cuanto a nuevas tecnologías disponibles y asociadas al acero” concluye y subraya diciendo su Director General, Fernando Espada.



TATA STEEL

MÁS INFORMACIÓN

www.layde.es

ENTREVISTA **IÑAKI SÁDABA Y JON PEÓN** responsables de Iline Microsystems

“MicroINR representa un gran avance frente a lo que existía en el mercado”

Cada vez son más las personas que toman periódicamente medicamentos anticoagulantes para evitar trombos. Para controlar la dosis correcta que deben tomar en cada momento ha nacido MicroINR, un dispositivo diseñado y desarrollado en Euskadi por Iline Microsystems. Hemos hablado con Iñaki Sádaba y Jon Peón, socios fundadores de la empresa.

¿Cuáles son los orígenes de Iline Microsystems?

I.S.: La empresa nació en el año 2007 como resultado de una iniciativa absolutamente privada. Todo parte de nuestra vocación de emprendedores y nuestra sólida formación en carreras técnicas (ingeniería, física, química...). Decidimos desarrollar un producto innovador que permitiera a los pacientes que toman anticoagulantes orales controlar la dosis adecuada de un modo sencillo y cómodo. Piense que más del 1% de la población occidental toma este tipo de fármacos, así que el mercado potencial es enorme.

Así nació MicroINR...

J.P.: MicroINR vio la luz a principios de 2011 tras un proceso de desarrollo de producto que nos llevó cuatro años, un tiempo en el que tuvimos el apoyo de diversas instituciones de ámbito regional y nacional, en especial la incubadora de empresas de San Sebastián (BIC BERRILAN).

¿En qué consiste MicroINR?

J.P.: Nuestro producto se enmarca dentro de lo que se conoce como dispositivos de diagnóstico in vitro point-of-care (POC), y a través de una tecnología patentada permite controlar a los pacientes que están en terapia de anticoagulantes orales.

I.S.: Para que la gente entienda el concepto POC, quizás lo más sencillo es hablar de los glucómetros, esos dispositivos portátiles que los diabéticos emplean para conocer el nivel de azúcar que tienen en sangre en cada momento. El principio de MicroINR es similar, y representa un gran avance frente a lo que existía en el mercado.

¿En qué sentido?

I.S.: La base tecnológica de MicroINR es la microfluídica, que nos permite “instalar” -si me permite la expresión- un laboratorio en un chip desechable. Gracias a la microfluídica movemos volúmenes de sangre muy pequeña a través de microestructuras que contienen reactores y zonas de detección necesarias para realizar la analítica. Esa base es la que nos ha permitido desarrollar y diseñar un equipo portátil de fácil uso, algo que los productos actuales no cumplían.

¿Qué acogida ha tenido el producto?

I.S.: Lo cierto es que ha sido muy buena. En este año y medio largo que lleva en el mercado, el MicroINR está siendo utilizado por cerca de 300.000 pacientes en España, Latinoamérica, Asia y diversos países de Europa.



MicroINR permite controlar la dosis de anticoagulantes que precisa un paciente

En apenas dos años, el producto se comercializa ya en Asia, Europa y Latinoamérica

J.P.: Si hablamos de la comunidad médica, la aceptación también ha sido positiva. Antes de lanzar al mercado un producto de este tipo es preciso realizar diversas fases de ensayos clínicos, para los que mantuvimos contacto con diversos key opinion leaders de varios países. Todos valoraron muy bien el producto.

¿MicroINR se dirige únicamente al paciente?

I.S.: No. La monitorización de los pacientes que toman anticoagulantes mediante nuestro producto está pensada para los usuarios, claro, pero también para que pueda ser empleado por los profesionales sanitarios, en especial en el ámbito de la atención primaria. En este sentido, el sistema ha

sido concebido para que sea de fácil uso, poco invasivo (la muestra de sangre que necesita es mínima) y muy preciso en sus resultados.

¿Cómo se comercializa MicroINR?

J.P.: Nosotros nos ocupamos del desarrollo y la fabricación del producto, pero para llevarlo al mercado apostamos por ofrecer contratos de exclusividad a distribuidores, por lo general a los líderes del mercado en sus países. Hay un millón de personas en España que toman anticoagulantes, más de siete en la Unión Europea y otros cuatro en los Estados Unidos, de manera que necesitamos una red de distribución internacional.

¿Se puede evolucionar más el producto?

J.P.: Sin duda. Pese a su juventud, estamos convencidos de que podemos añadir nuevas prestaciones que permitan a MicroINR adaptarse a las tendencias del mercado. Estamos trabajando en nuevas versiones mejoradas o ampliadas del mismo. Además, dentro del campo de la hemostasia existen diversos tipos de fármacos anticoagulantes. El más extendido es el Sintrom, pero hay otros que requieren otras tecnologías para su control; nosotros estamos trabajando ya para poder responder a esa realidad con otros dispositivos.

¿Cuáles son los retos de futuro de Iline Microsystems?

I.S.: El primero de los retos que tenemos es seguir internacionalizando el producto. Como le decía, ya estamos en varios países, pero aún queda mucho camino por recorrer. Por otra parte, también estamos trabajando en una posible diversificación de aplicaciones, pero siempre dentro del mundo del diagnóstico in vitro, que es lo que conocemos y dominamos.

UN PRODUCTO PRECISO Y FÁCIL DE USAR

La comunidad médica coincide en que el autocontrol proporciona un control eficaz y una importante mejora de la calidad de vida para los pacientes anticoagulados. Al igual que ocurre con los monitores de glucosa, el mercado demanda sistemas rentables, fiables y que sean fáciles de usar e indoloros. MicroINR ofrece esas ventajas:

- Es extremadamente fácil de usar, ya que es completamente automático. El paciente no tiene necesidad de pulsar ningún botón. Basta con insertar la tira reactiva y aplicar la muestra de sangre.
- Tampoco es necesario el uso de chips de calibración.
- La punción es indolora, ya que la muestra que se precisa para realizar la prueba es de menos de 3 microlitros.



friendly technology

MÁS INFORMACIÓN

Paseo Mikeletegi, 69
20009 San Sebastián - Donostia
Tel. 943 005 651
www.ilinemicrosystems.com
info@ilinemicrosystems.com

ENTREVISTA **JOSU TORNAY** Director General de Kide

“Ofrecemos soluciones frigoríficas integrales de fabricación propia”

Integrado en la división de construcción de la Corporación Mondragón, el Grupo Kide es uno de los proveedores líderes del mercado de cámaras, puertas y equipos de refrigeración comercial e industrial. Para saber más acerca de su actividad, hablamos con Josu Tornay, Director General del Grupo Kide.

¿Cuáles son los orígenes de Kide?

La cooperativa nació en el año 1975 como una iniciativa de la división empresarial de Caja Laboral. De las diferentes actividades que se iniciaron, la que acabó teniendo éxito fue la de fabricación de paneles y cámaras frigoríficas. Los años 80 fueron de definición y desarrollo del negocio y los 90 de modernización y automatización de la planta de producción. Además, se empezaron a fabricar puertas frigoríficas de diferentes tipos. Hacia 2005 empezamos a investigar el tema de la refrigeración y en 2007 iniciamos la fabricación propia de los equipos de frío. A partir de ese año ini-



ciamos también una actividad muy enfocada a mercados exteriores.

Convirtiéndose en un fabricante integral...

Así es. La fabricación de los equipos frigoríficos nos convirtió en una de las pocas empresas capaz de ofrecer el paquete completo de la cámara frigorífica como fabricación propia, incluyendo la refrigeración. La inclusión de los equipos de refrigeración industrial con la incorporación en 2011 de un grupo importante de personas con el know how en el tema ha completado esa dimensión.

¿Y de ahí llegó el éxito internacional?

Como le decía, hacía ya unos años que nos planteábamos la internacionalización de la empresa, pero es a partir de 2007 cuando preparamos un plan de internacionalización que incluyó diferentes aspectos. A día de hoy, además de las dos plantas de Berriatua

y la de Zestoa, tenemos una fábrica de equipos de refrigeración en China dirigida al mercado asiático y otra en India para la producción de paneles y puertas. También tenemos delegaciones propias en Brasil, Rusia, Cuba, Portugal y Francia. En total, el grupo con unos 200 empleados.



Una de las empresas del grupo es Hotzamon. ¿Cuál es su tarea?

Hotzamon es una ingeniería de frío que ofrece a nuestros clientes proyectos de plantas frigoríficas “llave en mano”, recurriendo para ello a los productos y equipos que fabrica el resto del grupo principalmente. Trabaja en colaboración con partners locales y, pese a su juventud, ya ha realizado ofertas en países con necesidad de plantas frigoríficas de gran volumen, como Argelia, Túnez, Rusia, Colombia o Mozambique.



¿Cuáles son los retos de futuro de Kide?

Seguir apostando por la internacionalización y aprovechar nuestra capacidad casi única de ofrecer soluciones completas de fabricación propia, tanto para instalaciones industriales como comerciales. También queremos potenciar el negocio de secaderos. Queremos seguir siendo una referencia ofreciendo soluciones que combinan la máxima calidad con el menor consumo energético. Y queremos hacer todo esto sin perder de vista nuestra filosofía cooperativa, que no es otra que tener un proyecto sostenible a largo plazo que genere riqueza en el entorno y que permita a las personas desarrollarse de la manera más completa posible en su puesto de trabajo.



MÁS INFORMACIÓN

www.kide.com

ENTREVISTA **JOSÉ MIGUEL MUNILLA** Director General de Ramondin

“Apostamos por cápsulas de calidad anti-fraude para que no se puedan falsificar vinos y licores”

Ramondin, líder mundial en la fabricación de cápsulas para botellas de vino, champán y licores, destaca por contar en su cartera de clientes con más de 18.000 firmas de todo el mundo, que hacen posible que cada segundo se abran en el mundo 48 cápsulas fabricadas por la empresa vasca. Para conocer cómo consiguen alcanzar estas cifras de récord, hablamos con su director general, José Miguel Munilla.

¿Cómo nace Ramondin y cuál es su estructura actual?

Ramondin nace en Tolosa, en 1890, y tras varios cambios de sede, se asienta en Laguardia (Álava), donde se encuentra la empresa matriz del grupo. Además, poseemos dos centros productivos más, en Francia y Argentina. En la actualidad, nuestro equipo cuenta con más de 500 personas y con una red de ventas propia, integrada por 40 profesionales, que nos permite estar en los principales mercados del mundo.

¿A qué perfil responden sus clientes?

El cliente es variado. Trabajamos tanto para bodegas o destilerías que nos compran 5.000 cápsulas al año, como para grandes empresas que consumen varios millones. En Ramondin tenemos más de 18.000 clientes activos y una gran diversificación; nuestro mayor cliente representa menos del 2% de nuestra facturación.

¿Podemos hablar de Ramondin como una empresa global?

Ramondin ha tenido siempre una gran vocación exportadora, que se remonta a 1890. Hoy, el 90% de la producción se destina a los mercados exteriores, de ahí que también tengamos centros productivos fuera de España y diez delegaciones propias en otros tantos países.

¿Hasta qué punto se puede innovar en el mercado de las cápsulas para vino?

Se puede, y nosotros lo demostramos desde hace años. La apuesta por la innovación en Ramondin es decisiva, de ahí nuestros tres últimos lanzamientos: la tapa rosca, la cápsula de aluminio embutido (Ramondin posee la patente internacional de la cápsula de aluminio embutido con desgarre) y la tapita, una tapa rosca para botellines. Además, hemos llevado a cabo en los últimos diez años varios proyectos de investigación que han contado con financiación del CDTI e INTEK.

Destacan la innovación también en la cápsula de estaño...

Efectivamente, la cápsula de estaño es nuestro producto máspreciado y constituye la gama alta de nuestra cartera de productos. La innovación en este producto es fundamental, sobre todo nuestros desarrollos de sistemas sofisticados de antifalsificación para evitar el fraude en los vinos y licores de más alto valor. Utilizamos técnicas similares a las empleadas en pasaportes y documentos oficiales para asegurar la autenticidad del producto.

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo del grupo?

El sector y los clientes identifican a Ramondin como sinónimo de calidad en el producto y garantía en el servicio. Además nuestra labor cuenta con un buen número de acreditaciones oficiales: ISO 9000, ISO 14000, certificación de seguridad alimentaria o nuestro plan de responsabilidad social empresarial. Somos la primera empresa del sector que fue certificada (en el año 2010) con la Autorización Ambiental Integrada.

¿Cuáles son los retos de futuro de la compañía?

Seguir trabajando para ofrecer a nuestros clientes productos de alto valor añadido y un servicio personalizado. Hace unos años optamos por lograr acuerdos de flexibilidad empresarial con los trabajadores siguiendo el “modelo alemán”, una decisión



que nos permitió racionalizar nuestro funcionamiento y capear la crisis hasta el punto que hemos creado más de 45 puestos de trabajo en los últimos años. La idea es seguir por ese camino.



MÁS INFORMACIÓN

La Paz, 27-29, P.I. Casablanca
01300 Laguardia (Álava)
Tel. 945 62 00 00 - www.ramondin.es

ENTREVISTA **LUIS ZUFIAUR** Bárcena y Zufiaur

“La buena arquitectura debe perder los rasgos personales para crear rasgos más amplios de ciudad”

El estudio de arquitectura Bárcena y Zufiaur nos presenta su peculiar forma de entender el espacio. Frente al relativismo de las estéticas instantáneas, Javier Bárcena y Luis Zufiaur optan por una forma de hacer más discreta. Su trabajo es una búsqueda de la armonía, de la proporción, de formas y colores, orden, ritmo y escala.

¿Podríamos decir que la arquitectura es uno de los campos artísticos donde se aplica más la investigación y la innovación?

En la arquitectura la investigación y la innovación se deben de aplicar desde la más estricta responsabilidad. No se debe olvidar en ningún momento que los edificios una vez construidos van a tener en la mayoría de los casos una vida más longeva que sus autores.

Realizar un buen proyecto tiene un grado de dificultad muy alto, pero la dificultad de construir bien es muchísimo mayor. Se ha comprobado que la aplicación impactante y mediática de nuevos materiales y nuevos métodos de construcción han producido edificaciones pretenciosamente singulares y a veces poco profesionales.

No obstante, estamos completamente de acuerdo en aprovechar los últimos avances tecnológicos que han revolucionado el inicio del siglo XXI.

¿Cómo entiende esa innovación Bárcena y Zufiaur arquitectos?

No acometemos ningún proyecto sin antes haber tratado de mejorarlo e innovarlo.

Lo primero es tener superioridad tecnológica, lo cual sólo se consigue contando como colaboradores a los mejores y lo segundo, venir temprano a trabajar dispuestos a meter muchas horas con la ilusión de vencer los retos y el gusto de hacer las cosas bien. Cuando las cosas se hacen sistemáticamente bien, salen bien.

¿Qué proyectos más emblemáticos han llevado a cabo?

Para nosotros emblemático suena un poco presuntuoso, si la pregunta fuera qué proyectos destacarías dentro de nuestra trayectoria citaríamos los últimos, el Hotel-Restaurante Araba y la remodelación integral de la plaza de Abastos. El primero de ellos porque es un proyecto muy complejo, que acabamos de terminar y el segundo porque actualmente estamos trabajando en él y se trata de un lugar especial para la ciudad.

Nuestra ilusión es permanente con independencia del tamaño, programa de necesidades o presupuesto de la obra a realizar. No concebimos la profesión de otra manera.

¿Qué “dificultades” reunían estos proyectos y de qué manera los solventaron?

La mayor dificultad ha consistido en resolver el proyecto desde su ubicación dentro de la trama urbana.



En ambos casos se trata de intervenciones a favor de contexto cuyo objetivo ha sido contribuir a la coherencia de la ciudad más que a aportar una expresión personal.

Creemos que la buena arquitectura debe perder los rasgos personales para crear rasgos más amplios de ciudad. Son intervenciones quizá poco arriesgadas, pero cuidadosas, pacientes y sobriamente modernas.

¿Se han especializado en algún tipo de proyectos?

Estrictamente no. Nuestra trayectoria nos ha lle-

vado a resolver proyectos muy diversos, y creemos que una de las bases de nuestro éxito es no ser especialistas en nada.

Pero sí somos especialistas en el método sobre como abordar el hilo conductor que se encarga de ensamblar todas las piezas de un proyecto. Cuando hablamos de nuestra obra tratamos un conjunto de problemas a resolver, para lo que se necesita recopilar mucha información. No sólo de lo que concierne a la arquitectura, sino también sobre la gente que está involucrada en el proyecto, sobre el emplazamiento, el contexto cultural, las posibles restricciones económicas...

En su opinión personal, ¿qué lugar merece Euskadi dentro del panorama arquitectónico mundial?

Recibimos habitualmente visitas de colegas extranjeros, de escuelas de arquitectura y de colegios de arquitectos que se acercan a visitar nuestra obra dentro de su gira para conocer la arquitectura contemporánea realizada en el País Vasco, porque es verdaderamente interesante.

La regeneración de la ría de Bilbao, con la incorporación de varios edificios muy singulares realizados por grandes arquitectos ha sido un éxito completo: museo Guggenheim, biblioteca de la Universidad de Deusto, Torre de Iberdrola, Hotel Sheraton, Palacio Euskalduna, el metro...

En San Sebastián, se han incorporado a la trama urbana varios edificios espectaculares: el edificio del Kursaal, o la renovación del museo de San Telmo, a las joyas que ya tenían: el club náutico, el peine de los vientos...

Vitoria ha sabido aprovechar el tirón de la capitalidad verde europea, para desde una escala más modesta plantear una propuesta completamente novedosa como es el anillo verde, al mismo tiempo que dentro del casco viejo se recuperaban la Catedral de Santa María, recuperación ejemplar en cuanto a investigación e innovación en como abordar una rehabilitación integral, las rampas y el museo de arqueología.

Honestamente, creemos que las cosas se han hecho bastante bien dentro del desorden previo a la crisis actual. Hablamos de arquitectura, no de edificación de viviendas, pues en este campo en Vitoria en concreto estamos pagando una gestión que confundió completamente las necesidades de vivienda como derecho que debe tener todo ciudadano con la necesidad de generar hitos en la esquina de cada calle con resultados ridículos.

Volviendo a la innovación, ¿consideran que las instituciones públicas vascas apoyan suficientemente a las empresas en este campo?

Somos muy escépticos en este tema, aunque posiblemente sea por nuestra manera de enfocar nuestra propia forma de hacer.

Vivimos en un país donde la iniciativa privada en nuestras empresas ha ido por delante de la institucional en innovación, investigación y nuevos procesos productivos.

Para nosotros es de forma individual como se debe acometer la investigación y la innovación. Es el individuo quien debe desarrollar el entorno que haga posible avanzar, y como decíamos antes esto se consigue de una única manera, trabajando, profundizando e investigando. La relación de lo privado y lo público debe ser ágil con un control estricto de objetivos y resultados y no de procesos burocráticos.

Somos muy optimistas, creemos que la actual crisis es un momento de oportunidad para buscar vías alternativas, para innovar, es decir para ser más creativos.

bárcenayzufiaurarquitectos

MÁS INFORMACIÓN

www.barcenayzufiaur.com - Tel. 945 132 147

ENTREVISTA **JUAN CARLOS CEBALLOS** Director Gerente de Grupo Cei y Jon Alkorta, Director Comercial de Grupo Cei

“Queremos traer proyectos desde Europa u otros continentes a nuestros clientes”

Grupo Cei está compuesto por 3 empresas. La primera de ellas (Cei Formación y asesoramiento empresarial S.L.) se fundó en 1988, la segunda en 2004 (Cei Servicio de Prevención S.L.) y la tercera, una empresa tecnológica (PCLanak Informatika S.L.) fue adquirida por el grupo en 2007.

¿Cómo se conforma Grupo Cei, en la actualidad?

Ofertamos servicios en 7 grandes áreas como son la consultoría en gestión e innovación, servicios de internacionalización, gestión e impartición de formación para el empleo, gestión de ayudas y subvenciones a empresas, servicios de prevención de riesgos laborales, consultoría de marketing, desarrollo de soluciones Web y tecnológicas.

En el 2012, hemos desarrollado la marca BASQUE BUSINESS SUPPORT, para ofrecer tanto servicios integrales en internacionalización (ayudas, consultoría, acciones “in situ”), como acciones a la inversa, consiguiendo traer proyectos a nuestros clientes de otras empresas, especialmente europeas.

Trabajamos en un ámbito amplio, como es el País Vasco, Navarra y La Rioja (tenemos alrededor de 2.000 clientes en todo el grupo).

Somos 4 socios, y en estos momentos en el grupo trabajamos alrededor de 100 personas, en los 7 centros de trabajo que tenemos entre Donostia, Bilbao e Irun.

¿Qué ofrece Cei dentro del panorama empresarial vasco actual?

Aportamos la mayor oferta de servicios conjunta con un equipo multidisciplinar experimentado y que permite abordar los proyectos, de una forma muy realista, siendo conscientes de las diferentes realidades que viven nuestros clientes en la actualidad y adaptándonos en todos los casos a ella.

¿Con qué filosofía trabajan el día a día?

Nuestra filosofía se visualiza en nuestra trayectoria. Todos los servicios que el grupo ha ido creando, han surgido de las necesidades que nuestros clientes nos han ido transmitiendo y demandando. Por lo que no sólo creemos en la visión del cliente, si no que lo llevamos en nuestro ADN.

Todos los servicios han venido desde la idea de dar respuesta a la demanda que, en estos casi 25 años, nos han ido planteando las empresas con las que colaboramos.

La última propuesta de valor, BASQUE BUSINESS SUPPORT, parte de la misma idea. La mayoría de nuestros clientes tienen la necesidad de internacionalizarse, o por lo menos, sondear nuevos mercados, y por ello, hemos creado este servicio. E incluso, hemos intentando llegar un poco más lejos, y aprovechando la red exterior de consultorías y agencias gubernamentales con las que trabajamos, pensamos aportar valor a nuestros clientes, consiguiendo traer proyectos desde Europa u otros continentes a nuestros clientes.

¿Cómo entienden e interpretan la innovación y el desarrollo, en Grupo Cei?

Partimos de que en la situación actual, no se debe



“Hemos desarrollado la marca BASQUE BUSINESS SUPPORT, para ofrecer tanto servicios integrales en internacionalización, como acciones a la inversa”

hablar de crisis, entendida como una situación pasajera que revertirá. Queremos entender la situación actual como un cambio de parámetros, que hace que todos los agentes económicos debamos adaptarnos a una nueva situación.

Estamos convencidos de que la ágil adaptación a los cambios es el único camino posible para seguir siendo competitivos.

En ese contexto, la innovación, el desarrollo, la gestión de las personas, las alianzas, son herramientas indispensables para la necesaria adaptación a esta nueva situación.

La gran mayoría de nuestros clientes, pymes y micropymes, nos están demandando que les ofrezcamos propuestas de valor para ayudarles en esta adaptación.

Desde ahí, nuestra oferta, en los últimos años, ha tenido cambios importantes, y esto no ha hecho más que empezar.

¿En qué es pionero Cei?

Yo diría que más que en el QUE, somos pioneros en el COMO. Tenemos una de las mayores ofertas integrales de servicios del mercado, pero sobre todo

nos sentimos orgullosos por nuestra relación con nuestros clientes, por cómo abordamos los problemas con ellos, cómo llegamos a soluciones compartidas, cómo llegamos a nuevas propuestas de servicios.

Tenemos unas tasas de fidelidad muy altas, que es lo que más nos enorgullece. En 2013, cumpliremos 25 años, y esperamos celebrarlo con todos ellos.

¿A qué tipo de público se dirige su propuesta de servicios?

Nosotros trabajamos con todo tipo de organizaciones, pero en general nuestra oferta está dirigida a las pymes, micropymes, clusters y asociaciones profesionales.

Nos sentimos muy cómodos trabajando con este tipo de organizaciones. Sobre todo, nos sentimos muy cercanos a sus problemas, preocupaciones, puesto que son las mismas que tenemos nosotros.

Hay que destacar también, la cercanía y relación que tenemos con las instituciones de nuestro país, y el papel de puente que ejercemos entre ellas y el tejido empresarial.

Trabajamos en todos los sectores de la actividad empresarial vasca.

¿Qué respuesta tiene la empresa vasca en general a esta oferta de servicios de su grupo?

La respuesta es muy buena, porque toda nuestra oferta ha salido de sus demandas. No somos un grupo que busca tener renombre. Desde la humildad, queremos ser los que mejores soluciones aportemos a un pequeño taller, o a una pyme internacional consolidada, y eso lo conseguimos estando muy cercanas a su realidad.

¿Qué objetivos de futuro se han fijado para 2013?

No buscamos crecer por crecer, es verdad que todos estos años hemos mejorado los anteriores, pero entendemos que esto es resultado de un proceso. Por eso, no nos marcamos como objetivo el crecimiento,

sino la capacidad de dar respuestas cada vez más eficientes a las demandas de nuestro entorno.

Nuestro futuro está ligado al de nuestros clientes, por esa razón vamos innovando en nuestra oferta de servicios, para ser realmente útiles a los objetivos de nuestros clientes, este es nuestro verdadero objetivo.

En el 2013 esperamos seguir creciendo en nuestra oferta para ayudar a nuestros clientes a que sean más competitivos en sus respectivos mercados. La apuesta de BASQUE BUSINESS SUPPORT, para seguir creciendo en el apoyo a los procesos de internacionalización es para nosotros uno de los retos importantes para los próximos años.

A su vez, la captación de propuestas comerciales a la inversa, con el objetivo de dar a conocer el potencial de nuestros clientes, de crear alianzas, joint-ventures, va a ser otro de los pilares importantes en cuanto al servicio de BASQUE BUSINESS SUPPORT.

Estamos realmente ilusionados con este y otros proyectos; durante el próximo año esperamos crear nuevas propuestas en el área de la innovación, las soluciones tecnológicas, la oferta de formación que está en desarrollo constante, y en el resto de áreas.

