

LA RAZÓN

SÁBADO 11 DE DICIEMBRE DE 2021 · AÑO XXIII · 8.371



ATRESMEDIA



La histórica sede de Fomento del Trabajo fue el lugar escogido para la primera edición de los Premios Cataluña de LA RAZÓN. Unos galardones que nacieron con la intención de subrayar la trayectoria de 24 destacados profesionales, entidades y empresas que, con su trabajo, crean empleo y riqueza.

El director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda, quiso destacar el orgullo de presentar «estos primeros Premios Cataluña». «Aunque a menudo la gente no lo recuerde, este periódico pertenece a un grupo catalán, el Grupo Planeta». Y añadió que «entregar estos premios es reconocer la economía real, la economía que crea puestos de trabajo». «Me gusta reconocer, en estos momentos de gran dificultad, la labor del personal sanitario y de unas administraciones públicas que han estado a la altura de las circunstancias. Pero también a ustedes, los empresarios, que han sido capaces de dar respuesta a lo que la sociedad necesitaba», añadió. El presidente de la patronal catalana, Josep Sánchez Llibre, ejerció, por lo tanto, de maestro de ceremonias y quiso defender la función social del empresario, algo que considera «crucial» que la sociedad entienda. A su juicio, la empresa del siglo XXI es la suma de las sinergias entre trabajadores, empresarios, capital y directivos «para conseguir la excelencia», señaló.

El primer galardón de la noche fue para una entidad con especial arraigo en Cataluña, el Consorcio de la Zona Franca, y recogió el Premio a la innovación en la gestión pública Pere Navarro, delegado especial del Estado en la Zona Franca. Navarro hizo especial énfasis en que «somos una empresa pública en la que nos dedicamos a explorar la nueva economía y nuevas oportunidades», pero con un pie puesto en la historia. «Y en esa encrucijada se sitúa la compañía», explicó Navarro.

El siguiente premio, a la Mejor iniciativa para una reconstrucción económica verde e inclusiva, recayó en Agbar. El galardón no solo reconoce sus 150 años de experiencia, sino también cómo, con el paso del tiempo, su estrategia se ha adaptado a las necesidades de la sociedad. Ciril Rozman, el director general de la compañía, explicó que «estamos convencidos de que la función social de la empresa trasciende a la propia compañía y a sus accionistas. Por ello, buscamos el beneficio de clientes, trabajadores, administraciones, universidades y de la sociedad en su conjunto».

Premios Cataluña, un homenaje al emprendimiento y la excelencia

La Primera Edición de los galardones organizados por LA RAZÓN reconocen destacadas trayectorias profesionales y los éxitos de aquellas empresas protagonistas de la «economía real»



Francisco Marhuenda
Director de
LA RAZÓN



Josep Sánchez Llibre
Presidente de Fomento
del Trabajo

La tercera estatuilla de la velada fue para el principal operador de infraestructuras de Europa: Cellnex Telecom. La compañía se extiende por Austria, Dinamarca, España, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza, donde ofrece un completo servicio destinado a asegurar una transmisión fiable y de calidad de contenidos. En este contexto, la compañía recibió el reconocimiento en la Categoría ESG (factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo). Toni Brunet, director de asuntos públicos y corporativos, quiso poner el acento en que Cellnex «basa su modelo de negocio en la sostenibilidad» y en «el gran compromiso de la compañía con la sociedad».

Las «start-ups» también tuvieron su rincón en los premios. Y más concretamente uno de los pocos «unicornios» que ha dado el panorama español a las nuevas economías. Así, el Premio a la empresa tech del año fue para Glovo, un proyecto que, tal y como explicó su CEO, Oscar Pierre, nació con el objetivo de transformar la forma en que los ciudadanos adquieren lo que necesitan haciendo las ciudades más accesibles. Es decir, «revolucionar los recados».

Desde 1971, Ferreteria Mengual, está especializada en la distribución



Andrés Navarro
Consejero delegado de
LA RAZÓN



Roberto Brasero
Presentador
de la gala

de equipamiento entre profesionales de la carpintería, arquitectura, construcción e interiorismo. Pero han destinado gran parte de su esfuerzo al desarrollo tecnológico. Por todo ello, Ferreteria Mengual fue distinguido con el galardón a la Innovación y transformación digital. Su presidente, Carlos Mengual, reconoció que «nos hace mucha ilusión este premio por tratarse de una empresa familiar».

Otra marca muy conocida en Cataluña es, sin duda, el Grupo Dani, y sus conservas. Un negocio familiar que ha sabido adaptarse, desde 1946, al tiempo y al mercado. Así las cosas, el conocido conglomerado empresarial se hizo con el Premio a la trayectoria empresarial. Dani y Sergi Sánchez Llibre, la tercera generación, fueron los encargados de recoger el galardón. La globalización llegó para quedarse. Y buena muestra de ello es la Federación de Corporaciones Chinas de España, una organización formada por oriundos que han echado raíces en España. De hecho, recientemente se ha incorporado a Fomento del Trabajo. Jin Hao, su presidente, recogió el Premio a la internacionalización de empresas y explicó que «no es fácil la integración dos culturas tan diferentes y tan distantes como las nuestras. Por eso estoy orgulloso del esfuerzo de mis compatriotas por integrarse y por demostrar esa cultura del esfuerzo que nos caracteriza». Otro de los principales premios de la noche, el galardón al Cuidado del paciente crónico, recayó en Peter Plögel, director general de la farmacéutica Boehringer Ingelheim. Plögel destacó que «somos la mayor empresa farmacéutica de carácter familiar del mundo. Pero quiero agradecer en estos tiempos al personal sanitario por su trabajo, por lo que nos comprometemos a seguir trabajando por y para nuestros pacientes».

El siguiente galardón fue para destacar a otra empresa centenaria. Mutua General de Seguros abrió sus puertas en 1907. Hoy, convertida en MGS Seguros, ofrece productos que satisfacen las necesidades de protección de sus más de 500.000 clientes, familias y negocios. Araceli Ruiz, directora de Recursos Humanos y Comunicación, recogió el Premio a la Ciberseguridad. La agencia inmobiliaria Servihabitat recibió el siguiente premio de la noche gracias a su rápida adaptación a un mercado tan cambiante. De hecho, esta compañía se encarga de ofrecer servicios avanzados de gestión de carteras de crédito corporativo, hipotecario y promotor, así como activos inmobiliarios en función de las necesida-



Foto de familia de los galardonados en la primera edición de los Premios Cataluña

des específicas de cada cliente, con el fin de obtener los mejores resultados. De este modo, Iheb Nafaa recibió el premio al CEO del año en el sector inmobiliario.

El siguiente premio de la velada recayó en una empresa que hace las delicias de los más pequeños: Mattel. Con más de 75 años a sus espaldas dedicada a la fabricación de juguetes ha logrado extenderse por todo el mundo, así como trabajar con algunas de las marcas más populares del sector a nivel mundial, como Barbie o Hot Wheels. Así, el premio a la responsabilidad social corpora-

tiva fue para su «head of marketing & digital», Celine Ricaud.

Ivascular se fundó en Barcelona hace más de una década. Fue en 2010, y arrancó con el objetivo de desarrollar dispositivos médicos avanzados para el tratamiento de enfermedades vasculares. Un proyecto nutrido gracias a un equipo con más de 20 años de experiencia en el sector y muchas ganas de seguir creciendo. Por todo ello, la compañía se llevó el Premio a la innovación tecnológica en el desarrollo del tratamiento para lesiones Vasculares. Y lo recogió su

director general, Lluís Duocastella Codina.

Líder en mensajería urgente de paquetería en España, Andorra y Portugal, desde 1995 Nacex ofrece una amplia gama de servicios nacionales e internacionales adaptados a todo tipo de necesidades de entrega del mercado. Forma parte del grupo Logista, líder en el sur de Europa, y entre sus garantías mantiene un seguimiento detallado de los envíos a tiempo real, así como un sistema directo de comunicación entre empresa y cliente. Por su rapidez y eficacia, Manuel Orihuela, director general de la empresa, recogió el Premio a la empresa líder en transporte urgente.

A principios de los años 80, Jeremy Hackett decidió abrir su primera tienda de ropa. Lo hizo en Londres, centrándose en la creación y diseño de ropa para hombres y niños de todas las edades, y fusionando estilos tradicionales con modernos. El premio, por lo tanto, al Diseño de vanguardia de moda masculina fue para Laura Fernández Pla, directora financiera de la compañía.

El siguiente galardón de la velada fue para los laboratorios Leo Pharma, otra empresa centenaria, que tiene como objetivo ayudar a mejorar la vida de las personas con enfermedades cutáneas. Con sede en

Dinamarca y expandida en más de 54 países, es una de las empresas farmacéuticas especializadas en dermatología y trombosis más reconocidas a nivel mundial. El Premio a la labor de I+D+i en dermatología médica fue recogido por la directora de recursos humanos, María Ferrer.

Conecta2 Energía es un protector pionero en su campo que consiguió licencia para la comercialización libre de energía en nuestro país. Hoy esta comercializadora de energía ya lleva más de 20 años en el sector, ofreciendo un trato detalla-

Continúa en la página siguiente



Josep Sánchez Llibre, Ciril Rozman (Agbar) y Francisco Marhuenda



Toni Brunet, de Cellnex



Carles Mengual, de Ferreteria Mengual



Germán Martínez Quílez y Araceli Ruiz (MGS)



V. Guinda, F. Marhuenda, J. Zhang, J. Sánchez Llibre, J. Hao (Federación de Corporaciones Chinas), A. Navarro y J. Roget



Óscar Pierre, cofundador y CEO de Glovo

Viene de la página anterior

do e individual a cada uno de sus clientes con el fin de estudiar las estrategias energéticas para optimizar al máximo su gasto. Así, su consejero delegado, Roman Rousaud Parés, recogió el Premio al partner energético.

El siguiente galardonado ocupa también un lugar muy destacado en la industria textil catalana. Tejidos Rebés es una empresa familiar, pero innovadora y preocupada por el medioambiente, encargada del diseño de tejidos desde hace más de seis décadas. Por ello, su gerente, Andrés Castelltort Obradors, reco-

gió el Premio al compromiso con la sostenibilidad en la industria textil.

El siguiente premio de la noche, al Mejor producto sostenible por Cat's best Friend, fue para Rettenmaier Ibérica, la división española del grupo empresarial JRS. La compañía se ha convertido en el líder del mercado mundial en el campo de la tecnología de fibras vegetales «verdes». Santiago Lanchas, director ejecutivo de la compañía, recogió el galardón.

Casmar Electrónica ofrece soluciones integrales de seguridad informática desde hace 40 años. Lo hace con enfoque multinacional, pero con esencia de empresa familiar,

evolucionando desde un pequeño despacho en Barcelona a estar presentes en cuatro países. Por ello, su CEO, Montse Castro Roca, recibió el Premio al mejor proveedor de soluciones de seguridad.

El siguiente galardón de la velada, a la Excelencia académica y metodología del aprendizaje, fue para Richmond International School, que abrió sus puertas en septiembre de 2013. Una pequeña escuela con 163 alumnos que representan varias nacionalidades, principalmente de origen europeo, aunque también los hay de China, Estados Unidos y Sudamérica. Shane French, socio fundador del centro, recogió el pre-

mio. La idea de formar una compañía exclusiva para servicios de taxi adaptado nació en 1996, y tres años más tarde, con un número mayor de vehículos y la predisposición de más personas para añadirse al proyecto, nace Taxi Amic, que recibió el premio al compromiso con el servicio de transporte de personas con movilidad reducida. Josep Carles Herrero Pardo, presidente del Consejo de Administración, recogió el galardón. El siguiente premio, a la Mejor labor empresarial en prevención de riesgos, fue para Acció Preventiva, que, entre los servicios que ofrece, destacan la Consultoría en prevención de riesgos, Software de preven-

ción de riesgos laborales. Su CEO, Xavier Pladevall Molina, recogió el galardón. El premio especial a la trayectoria profesional fue para el doctor Javier Rizzo de Solà, especialista de reconocido prestigio en cirugía estética, con más de 30 años de experiencia.

El último galardonado de la primera edición de los Premios Cataluña fue para Alexion, Astrazeneca Rare Disease, una conocida empresa biofarmacéutica. El Premio al desarrollo en tratamientos innovadores para pacientes con enfermedades raras, por lo tanto, fue recogido por Leticia Beleta, manager general de la compañía en España.



Andrés Navarro, Josep Sánchez Llibre y Francisco Marhuenda



Lluís López, Sió Capdevila, Rosa Díaz, Andrés Navarro y Manuel Torres



Daniel Sánchez Llibre acompañado de sus hijos Sergi y Daniel



Andrés Navarro y Chema Casas (Telefónica)



Josep Sánchez Llibre, Pere Navarro (Consortio de la Zona Franca) y Andrés Navarro



F. Marhuenda, J. Sánchez Llibre, Peter Plöger (Boehringer Ingelheim) y A. Navarro



Víctor Callejero, María Rosa Molina, Xavier Pladevall y María Busto López



Paola Rizzo, Javier Rizzo y Adrián Rodríguez (Consulta del Dr Rizzo)



Ana Ojanguren, Leticia Beleta y Susana Simón Codina (Alexion)



Roberto Brasero en un momento de la presentación de los premios



Noelia Sánchez, Marisa Anglés y Javier Pérez Parra



Andrés Navarro, Josep Antoni Duran Lleida, Josep Sánchez Llibre y Francisco Marhuenda



Francisco Marhuenda, Josep Sánchez Llibre, Manuel Reyes (PPC) y Andrés Navarro



Jorge Galbán, Josep Carles Herrero Pardo y Jordi Granel (Taxi Amic)



José Antonio Novo, Montse Castro Roca y Juan José Hernández (Casmár Electrónica)



Lluís Ylla, Santiago Lanchas y Daniel Colomer (Rettenmaier Ibérica)



Josep Antoni Duran Lleida, Rosa Díaz, Josep Sánchez Llibre y Francisco Marhuenda



Andrés Castellort, Begoña Sanz, Guillem Tema y José Elías (Tejidos Rebés)



María Ferrer e Inma Parramón (Laboratorios Leo Pharma)



Isabel Simón, Iheb Nafaa y Andrés Navarro



Imagen de la mesa presidencial de los Premios LA RAZÓN Cataluña



Javier Pérez Parra, Lluís López y Manuel Torres



Virginia Guinda y Javier Pérez Parra

Se ha convertido en un motor socioeconómico que busca hacer de la región metropolitana de Barcelona, la capital mundial de la nueva economía, generando oportunidades para el desarrollo de la industria del futuro, conectada con la sostenibilidad, la innovación, y, además, con proyección internacional. El Consorci de la Zona Franca de Barcelona (CZFB) está comprometido en impulsar la actividad diaria de su comunidad con una clara misión: dinamizar la economía para generar valor económico y social. Esta fuerte convicción que mantiene la entidad ha sido galardonada por LA RAZÓN con el Premio Cataluña a la Innovación en la Gestión Pública. Una estatuilla que recogió Pere Navarro, delegado especial del Estado en el Consorci de la Zona Franca de Barcelona.

Para Navarro, el valor de la «innovación» para la posteridad «es la única vía para la recuperación y para la construcción de un futuro sólido, competitivo y sostenible». Asimismo, insistió en que el papel de su entidad es fundamental en la construcción de un mejor futuro: «Confiamos en que la vocación de nuestro organismo a la hora de ejercer como agente del cambio es pieza clave para posicionar el crecimiento no solo de Barcelona, sino también de Cataluña y España con cimientos más sólidos», manifestó.

El Consorci de la Zona Franca de Barcelona es una entidad con más de cien años de recorrido. Su creación se remonta al año 1916, y desde entonces gestiona el polígono industrial de la Zona Franca y su zona aduanera. En la actualidad, el espíritu de transformación, innovación y talento con el que afronta todas sus actividades, ha posicionado a la entidad como un referente de la «Industria 4.0», aportando un gran valor añadido a la ciudad de Barcelona y su región metropolitana.

En este sentido, el mayor proyecto es DFactory Barcelona, un nodo orientado a la creación de un ecosistema que promueve el desarrollo de la industria digital en Europa, con Leitai como partner tecnológico. Específicamente, se trata de una iniciativa totalmente innovadora y diferencial que actuará como herramienta para transformar el tejido productivo español y acompañar a las empresas en su necesario proceso de digitalización.

Este es un proyecto que sitúa a

Consorci Zona Franca Motor de futuro sostenible

**Premio Cataluña a la Innovación en la Gestión Pública,
impulsa grandes oportunidades económicas en Barcelona**



Pere Navarro, delegado especial del Estado en el CZFB, recibe el premio de LA RAZÓN

Barcelona de nuevo al frente de la innovación más puntera. Asimismo, con la propuesta se generarán nuevas oportunidades de negocio y de empleo de calidad gracias al espíritu del DFactory Barcelona de ser un centro de I+D+i colaborativo. Contará tanto con empresas generadoras de tecnologías, así como también con otras que integran soluciones innovadoras en su proceso de transformación digital. Además, se prevé que la iniciativa genere 1.500 puestos de trabajo directos y hasta 5.000 puestos indirectos.

Últimos eventos

Del mismo modo, es imprescindible mencionar otras de las dos recientes y grandes apuestas del Consorci de la Zona Franca: la celebración de la segunda edición de la Barcelona New Economy Week (BNEW) y la puesta en marcha de

la primera edición de la Barcelona Woman Acceleration Week (BWA). El BNEW contó con más de 12.000 participantes online, 3.000 asistentes físicos y 33.000 visualizaciones. Esto supuso una de las mayores apuestas que la entidad ha hecho por el impulso de la nueva economía, evidenciado claramente por el número de verticales que aglutinó, siendo éste el doble al del año anterior. Además, la entidad ya ha comunicado que habrá una tercera edición que se celebrará del 3 al 6 de octubre de 2022.

Por su parte, el BWA fue un evento híbrido lanzado para incentivar la transformación real hacia la igualdad de género en el sector empresarial e industrial. En este evento, se contó con la asistencia de forma virtual de más de 2.200 personas de todo el mundo en un evento que consolidará sus

buenos resultados con una segunda edición que se celebrará del 8 al 10 de marzo del próximo año.

Del mismo modo, los responsables de la institución destacan la 3D Incubator, la primera incuba-

DFactory Barcelona, su mayor proyecto, es un nodo orientado a promover la industria digital en Europa

Se prevé que esta iniciativa genere 1.500 puestos de trabajo directos y hasta 5.000 indirectos

15 años de compromiso con el medioambiente

Desde el año 2006, la integración de valores ambientales en su estructura ha sido una premisa fundamental para la entidad. Cuentan con un sistema de gestión ambiental en el que se describen procedimientos, auditorías y objetivos, los cuales se integran en cualquier proceso de actuación y decisión de la organización. Su trayectoria con el compromiso ambiental tuvo su primer reconocimiento en 2007, y dos años después obtuvo la primera certificación medioambiental EMAS de España concedida a un polígono industrial por la gestión de sus zonas comunes. Su compromiso esencial en este aspecto es disminuir el impacto ambiental en todas sus actividades, desde el traspaso de pautas de calidad hasta la emisión de servicios.

dora europea de alta tecnología en impresión 3D impulsada por el CZFB y el centro tecnológico Leitai con el apoyo de Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) a través de la Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio de España. Este proyecto consiste en ejemplificar a la perfección el poder que las alianzas estratégicas y el impulso de las nuevas tecnologías que puedan tener en la nueva economía.

Desde su inauguración en 2019, la 3D Incubator ha impulsado 76 proyectos y ha recibido multitud de solicitudes de startups y emprendedores para desarrollar su idea de negocio en sus instalaciones, de las cuales hay tanto proyectos nacionales como internacionales. La incubadora también ha contribuido a la generación de empleo de calidad, con la creación de 50 nuevos puestos de trabajo.



Ciril Rozman, director general de Estrategia Corporativa de Agbar en la noche de la gala

Agbar: confianza, empleo e innovación en la economía verde

Premio Iniciativa de Pacto Social para una reconstrucción económica verde e inclusiva, es uno de los referentes en la lucha contra el cambio climático

Un compromiso empresarial que se desarrolla bajo el lema «Mejoramos el futuro de las personas gestionando el agua y los recursos naturales de forma sostenible». Esta es la carta de presentación de Agbar, un grupo con una trayectoria de más de 150 años, que se encarga de ofrecer soluciones innovadoras en torno a la gestión sostenible del agua, los recursos naturales y la salud ambiental para la agricultura, la industria y las ciudades, en línea con la hoja de ruta de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Este ejemplo de constancia y trabajo a favor de la economía verde e inclusiva, especialmente tras la pandemia,

es el motivo por el cual en esta ocasión LA RAZÓN le ha otorgado el Premio Cataluña por la Iniciativa de Pacto Social para una reconstrucción económica.

Ciril Rozman, director general de Estrategia Corporativa de Agbar, asistió a la gala de premios y, en representación del grupo, aseguró que este galardón significa el reconocimiento del papel de las empresas que materializan soluciones que contribuyen a la recuperación económica. Asimismo es la valoración del trabajo de quienes aportan confianza y calidad de vida en las personas.

«También significa reconocer el papel tractor del sector del agua, que contribuye al desarrollo de otros sectores, genera confianza y empleo en la economía verde, eje-

cutando proyectos para avanzar en un desarrollo sostenible», dijo Rozman.

El premio al Pacto Social de LA RAZÓN significa también un homenaje a las acciones realizadas para impulsar una reconstrucción

económica con la base de la colaboración público-privada, ya que se sustenta en el trabajo colaborativo entre la empresa y la administración, con la implicación de las entidades locales.

Actualmente, la expansión del

Una recuperación eficaz

► El grupo abastece de agua a más de 12 millones de personas en España, distribuidos en más de 1.000 municipios a lo largo del territorio nacional. Agbar actúa también en la recuperación tras la pandemia, con capacidad de plantear proyectos de ejecución inmediata que permitan reactivar la

economía y generar empleo verde, equitativo y de calidad. Por ello, ha abogado por el desarrollo y el establecimiento de -territorio a territorio- un pacto social, que tiene el papel fundamental de hacer que la empresa garantice una recuperación económica eficaz, sostenible e inclusiva.

grupo se encuentra en todo España y varios países de América Latina. En toda la red, las maneras de trabajar se centran en el impulso de lo que han llamado «smartworking», poniendo a las personas en el centro de las decisiones y haciendo de la tecnología su gran aliada.

Los grandes retos a los que se enfrenta la sociedad actual requieren de gestión eficiente y de alianzas, y serán más fáciles de superar con el apoyo de la tecnología y las herramientas digitales. En este sentido, Agbar destaca la «red Dinapsis», una red de hubs para la transformación digital de la gestión del agua y la salud ambiental de los territorios, promoviendo el desarrollo de ciudades inteligentes, resilientes y verdes. Estos se encuentran en Barcelona, Benidorm, Canarias, Costa del Sol, Madrid, Región de Murcia y Valencia, cada uno especializado en una temática concreta atendiendo a la sensibilidad del territorio en el que se ubica y actuando como acelerador de innovación en el ecosistema local.

La compañía considera que en España aún «es necesario seguir avanzando en la lucha contra el cambio climático, el principal desafío al que nos enfrentamos, anticipándonos a los posibles escenarios. Los efectos de los fenómenos meteorológicos extremos causados por el cambio climático impactan claramente en

«Mejoramos el futuro de las personas gestionando el agua y los recursos naturales de forma sostenible»

el volumen y la calidad del agua disponible, en un contexto de incremento de la demanda por el incremento exponencial de la población». Desde el sector del agua se preocupan por centrar sus esfuerzos en desarrollar sistemas de alta resiliencia, capaces de proveer agua en calidad y cantidad para las generaciones futuras.

La multinacional está concretando soluciones hacia la economía circular. Estas les van a permitir alcanzar la neutralidad climática, en el marco del compromiso de la Unión Europea, que marca la necesidad de alcanzarla para 2050. A fin de hacerlo realidad es fundamental seguir ahondando en herramientas como los indicadores ESG - Environmental, Social, Governance-, los cuales les da la facilidad de definir una óptima estrategia sostenible.

Cellnex La sostenibilidad como base del modelo de negocio

Premio a la Compañía mejor valorada en el sector de las telecomunicaciones por su compromiso con los criterios ESG

Las empresas multinacionales juegan un papel fundamental en el avance de la sociedad y sus acciones en materia medioambiental y de buen gobierno son imprescindibles paraguair a otras empresas y a otros actores económicos. Una de las firmas que ha asumido esta responsabilidad a nivel Europeo es Cellnex Telecom, el operador de infraestructuras de telecomunicaciones que tiene entre sus objetivos el análisis y la gestión de su impacto en la sociedad y el entorno. Por todo ello, LA RAZÓN ha concedido a Cellnex el Premio en la categoría ESG (criterios medioambientales, sociales y de buen gobierno, según sus siglas en inglés) a compañía mejor valorada en el sector de las

telecomunicaciones por su compromiso con los criterios ESG, galardón recogido por Toni Brunet, director de Asuntos Públicos y Corporativos de la compañía.

«Es un reconocimiento al trabajo que estamos realizando en todo

el conjunto de la organización, en los doce países donde operamos. El propio modelo de creación de valor de la compañía, centrado en la gestión compartida de las infraestructuras de telecomunicaciones, apela a la sostenibilidad, a la

eficiencia –y con ello a la responsabilidad–, en la utilización de los recursos con los que trabajamos», explican desde la empresa.

Cellnex es un operador independiente de infraestructuras neutras de telecomunicaciones inalámbricas y de radiodifusión, que permite a los operadores acceder a la red más extensa de Europa de infraestructuras avanzadas de telecomunicaciones en régimen de uso compartido, lo que contribuye a reducir las barreras de acceso para nuevos operadores y a mejorar los servicios en las zonas más remotas. La empresa, con sede operativa en Barcelona y cerca de 3.000 empleados en Europa, gestiona un portafolio de más de 130.000 emplazamientos –incluyendo despliegues previstos hasta 2030–, en doce países. La compañía cotiza en el mercado continuo de la Bolsa española y

Energía verde para mover Cellnex

► Cellnex ofrece servicios de telecomunicaciones que alcanzan a más de 200 millones de personas en Europa, siendo consciente de que la expansión de su actividad solo es posible a través de un desarrollo sostenible de su negocio, por lo que desde sus inicios incorpora políticas medioambientales. Entre los principales hitos de 2020,

la compañía logró reducir un 39% sus emisiones globales de gases de efecto invernadero de alcance 1 y 3 frente al año anterior. Igualmente, el consumo energético de la firma se redujo un 18%, mientras que en Irlanda y Reino Unido logró que el 100% de su energía consumida fuese renovable.

forma parte de los selectivos IBEX35 y EuroStoxx 100. Asimismo, está presente en los principales índices de sostenibilidad, como CDP (Carbon Disclosure Project), Sustainalytics, FTSE4Good, MSCI, Vigeo, GRESB y Standard Ethics.

Aplicando los estándares reconocidos internacionalmente, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas o la Science Based Target initiative, Cellnex analiza, mide y gestiona los impactos de su actividad sobre la sociedad y su entorno. En materia medioambiental, la firma ha establecido una estricta política de lucha contra el cambio climático para reducir su huella de carbono y ha desarrollado una estrategia para proteger los espacios naturales sobre los que trabaja, entre otras muchas acciones. Por el lado de la gobernanza, la compañía va más allá de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la CNMV, cuenta entre otros, con procedimientos de prevención de la corrupción, a la vez que está adherido al Código de Mejores Prácticas Tributarias. Por último, en el apartado social, la empresa basa su cultura corporativa en el desarrollo del talento, promoviendo carreras y el aprendizaje continuo de sus empleados. Además, Cellnex cuenta con su propio plan de equidad, diversidad e inclusión para garantizar el bienestar y la igualdad de oportunidades de sus profesionales.

«Tenemos grandes desafíos como el cambio climático, la gobernanza y la gestión del talento y equidad»

«Los criterios ESG se convierten en un pilar fundamental de la estrategia corporativa que involucra a todas las áreas y a todas las divisiones y países de Cellnex. Los principales índices de sostenibilidad han reconocido nuestro desempeño y progreso en ESG situándonos por encima de la media del sector en muchos de ellos», argumenta Tobías Martínez, consejero delegado de Cellnex Telecom.

«Por delante tenemos grandes desafíos que debemos afrontar en materia de ESG y con los que estamos firmemente comprometidos. El cambio climático, alcanzar las mejores prácticas de gobernanza, la gestión del talento o la equidad, diversidad e inclusión son solo algunos de los retos que estamos abordando en la aplicación de nuestro Plan Director ESG 2021-2025», añade el directivo.



Toni Brunet, director de Asuntos Públicos y Corporativos de la compañía

Glovo, una plataforma digital ultrarrápida y eficiente

Premio Empresa «Tech» del Año. La app nacida en Barcelona en 2015 se ha convertido en el segundo unicornio español y tiene presencia en 24 países

Cuando pensamos en soluciones rápidas, fáciles, inmediatas y que lleguen pronto a casa, pensamos en Glovo. Su presencia en nuestra sociedad y en todas en las que se encuentra fuera de nuestras fronteras es ya parte del estilo de vida del cual actualmente somos parte. Así, la plataforma tecnológica Glovo, que fue fundada en Barcelona en el año 2015, pone en contacto, a través de su aplicación, a restaurantes y establecimientos con usuarios locales a través de una red de repartidores. En estos apenas seis años, Glovo se ha convertido en el segundo unicornio español y en la empresa tecnológica más grande del sur de Europa. En respuesta a esta trayectoria y

exitosa apuesta digital, LA RAZÓN le ha entregado el Premio Cataluña a la Empresa Tecnológica del Año.

La noche de entrega de premios, el 1 de diciembre, Óscar Pierre, uno de sus fundadores, representó a la compañía y aprovechó la ocasión para agradecer el galardón que destaca la gran apuesta y el compromiso por impulsar la tecnología y la innovación. «Yo recojo el premio, pero lo hago en nombre de todo el equipo que, con su trabajo, esfuerzo y compromiso diario, hace que Glovo sea posible. El talento es el principal activo que tenemos en Glovo. Es un honor poder compartir el día a día con toda la gente que se ha sumado al proyecto».

Un proyecto que nació en la ca-

pital catalana y es la sede central para el resto del mundo. Actualmente, la oficina de Barcelona acoge a 1.700 profesionales de los más de 3.400 que forman parte del equipo de Glovo en todo el mundo. En esta sede también se ubica su principal hub tecnológico, desde donde se desarrollan las herramientas digitales que se usan en los 24 países donde ya tienen presencia.

Si bien sus fundadores, Óscar Pierre y Sacha Michaud, se inspiraron en los incipientes modelos digitales surgidos en Estados Unidos, ellos centralizaron todas sus acciones en la ciudad metropolitana de Barcelona, con la visión personal de conectar a los usuarios con las infinitas posibilidades de sus ciudades. «Creemos que Barcelona, España y el sur de Europa tienen una gran oportunidad

«La clave de muchos logros es la cultura de empresa, que es muy fuerte y resiliente», asegura Óscar Pierre

«Barcelona, España y el sur de Europa tienen la capacidad de impulsar proyectos del futuro en economía digital»

de impulsar proyectos innovadores que marquen el futuro de la economía digital en el resto del mundo», asegura Pierre.

Glovo cree firmemente en que la base de sus éxitos se debe a que buscan «hacer siempre más con menos». «En cada logro ha sido clave crear una cultura de empresa muy fuerte y resiliente basada en afrontar los problemas o retos con esfuerzo y, personalmente en mi caso, delegando mucho en el talento de mi equipo ejecutivo. Sin duda, mantener esta cultura requiere esfuerzo, pero creo firmemente que esta filosofía y cultura ha sido una de las claves del éxito de Glovo», añade Pierre. Ya como líderes en el sector, uno de los retos más complejos que ahora afrontan es seguir mejorando y desarrollando nuevas funcionalidades adaptadas a lo que los usuarios buscan, pero manteniendo a su vez el diseño emblemático e intuitivo de la app de Glovo.

El cofundador de la empresa considera que España debe seguir innovando y avanzando en aquellos proyectos que crea que serán tendencia en dos o tres años. Un ejemplo de estos planes de éxito a futuro es el Quick Commerce, la tercera generación del comercio. Por ello, Glovo ya ha hecho una apuesta pionera en esta tendencia que consiste en hacer una entrega ultrarrápida de todo tipo de productos.

Quick Commerce: un comercio ultrarrápido

► Tras consolidar su posición en el segmento de la comida a domicilio, Glovo está a la búsqueda de hacer que sus usuarios encuentren siempre todo aquello que buscan: electrónica, perfumería, belleza, moda, papelería o regalos, y que puedan recibirlo además de forma ultrarrápida. El Quick Commerce (Q-commerce) responde a este nuevo momento del consumidor, que necesita hacer –y recibir– compras inmediatas. Glovo busca convertirse en un futuro próximo, en un referente en materia de comercio local «on demand» y ser la app que conecta al usuario con las infinitas posibilidades que ofrece su ciudad.



Oscar Pierre, cofundador y CEO de Glovo, agradece el galardón en el atril

Un trayectoria de trabajo duro que cumple 50 años. En todo este tiempo la compañía ha construido un modelo de éxito que la ha posicionado como líder especialista en herrajes para carpintería. Es Ferretería Mengual, una empresa familiar que nació como una ferretería tradicional en Cataluña, allá por el año 1971. Tras pasar a manos de la segunda generación en 1995 con todo su potencial, se ha convertido en un referente de las ferreterías a nivel nacional. Desde 2018, la empresa ha lanzado una nueva estrategia con el fin de arrasarse con el mercado, y lo ha hecho con un plan que se centra en convertirse en un producto exportable a cualquier situación geográfica gracias a herramientas tecnológicas, innovadoras y revolucionarias. Ante este gran paso, que ha sido todo un éxito, LA RAZÓN le otorga a Mengual el Premio Cataluña a la Innovación y Transformación digital.

«Me hace especial ilusión, no os voy a engañar», expresó Carlos Mengual, director general de la compañía. «Un reconocimiento siempre es bienvenido, pero en realidad solo soy quien lo recoge en nombre de un gran equipo. El proceso de transformación no se asocia a una persona, sino al equi-

Ferretería Mengual Revolución en las ventas

Premio a la Innovación y Transformación Digital por aportar al sector alta tecnología y una web de referencia

Inmersión en la Inteligencia Artificial

►Ferretería Mengual se ha embarcado en el revolucionario Proyecto #Vita, que plantea una aproximación científica y sistemática sobre los cambios en las percepciones, emociones y los comportamientos de los visitantes en sus tiendas y exposiciones. Con él han hecho uso de las capacida-

des de la tecnología de visión por computador y los principios de la neurociencia para desarrollar soluciones software de apoyo a la decisión creativa de cambios en el interiorismo de locales de exposición de productos hábitat en el sector retail (showrooms) y comprobar su influencia en el cliente.

po completo e incluyendo a aquellos que de una forma u otra han participado de ello. Desde antiguos empleados de la compañía, proveedores de servicios de IT, consultores, entre muchos otros», añadió.

La cabeza visible de Mengual asegura que este premio es un estímulo para mantener el compromiso con el proyecto. «Es largo y duro el camino hacia la innovación y los resultados son lentos, pero todo llega. Este premio nos da confianza para perseverar hacia una continua transformación digital».

Precisamente, en este proceso de evolución, la optimización de la empresa apostó por un sistema de software (Navision) que les permite estar en comunicación y evolución constante con el resto de plataformas, pues este es el inicio de todos los procesos. Realizan este mismo método en su plataforma online y dan así un salto cualitativo hacia la plataforma Magento. Todo ello de forma bidireccional, autónoma, con la información y el contenido totalmente automatizado.

Con estas bases, la website de Mengual es considerada una de las más potentes de sector a nivel europeo dentro del canal profesional e incluso está mejor posicio-

nada, frente a grandes marcas con plataformas de bricolaje, que aunque no trabajan en su nicho de mercado, son los «dealers» con mayor capacidad económica y por consiguiente mayores recursos.

La compañía está satisfecha con el consumo de su contenido web (100% orgánico), ya que consideran que es la evidencia del buen desempeño visual y un alto nivel de contenido. Sin embargo, el equipo busca la excelencia y crecer más en el terreno competitivo, por ello han incluido a nivel interno la técnica de análisis con un Business Intelligence de la mano de la plataforma Qlik Sense Interprice,

desde donde monitorizan en tiempo real todos los dashboards que van identificando como importantes «a nivel de detalle».

La empresa dispone de más de 18.000 referencias codificadas y es un gran especialista en herrajes para la madera y el interiorismo. Cuenta con tres puntos de venta ubicados en Granollers, Barcelona y Lucena (Córdoba). «Este último se abrió con el objetivo de convertirla, en un futuro, en una plataforma que suministre a los puntos más distantes que tenemos desde nuestra central en Barcelona. Además, este año se inauguraron dos puntos de venta más en la capital

POR
K. HURTADO

«Es largo y duro el camino hacia la innovación y los resultados son lentos, pero todo llega»

catalana y con ello hacer un recorrido de expansión por toda la península», aseguran en la firma.

Ahora, la empresa contempla la adquisición de rivales del sector que estén en plazas relevantes para ellos, aprovechando todo el desarrollo tecnológico y de producto de que disponen, una acción que sin duda les dará un fuerte empujón al crecimiento. A su vez, se encuentran en negociaciones con empresas interesadas en ser partners, para que estos puedan «simplificar todo el proceso de compras y gestión que implica un portafolio de más de 20.000 referencias que precisen venir de cualquier parte del mundo y, por tanto, con grandes dificultades de volumen de compra para acceder a ello. En definitiva, es un cambio que el mercado especialista en B2B va a tener que realizar como ya han hecho otros sectores», añaden sus responsables.



Sánchez Llibre entrega el galardón a Carlos Mengual, CEO de la empresa

Los valores de la familia que defienden y la pasión para conseguir alcanzar sus retos han sido solo algunas de las claves para que Conservas Dani se posicionara como una de las empresas más destacadas en el sector de los envasados. Asimismo, el ansia por reinventarse en cuanto a innovación para fabricar de forma sostenible y la calidad para ofrecer excelencia a los clientes han sido los motivos por los cuales LA RAZÓN le ha otorgado el Premio Cataluña a la Trayectoria Empresarial. Un reconocimiento que hace justicia a los más de 50 años que la empresa lleva ofreciendo la máxima calidad en sus productos.

Conservas Dani es un negocio familiar que nació en 1946 de la mano de sus fundadores, Daniel Sánchez Simón y Carmen Llibre Clemente, una pareja que inició esta aventura como representantes de especias y conservas. Posteriormente (1970), su hijo, Daniel Sánchez-Llibre (actual presidente del grupo Dani) decidió independizarse por su propia cuenta. Sus padres le siguieron y este fue el real

inicio del grupo familiar que conocemos a día de hoy. Se abandonaron paulatinamente en el tiempo todas las

POR
L. R.

representaciones y la familia empezó a envasar sus propios productos con la marca DS.

En 1985, adquirieron la marca Dani, cronológicamente y viendo la tendencia de la gran distribución empezaron a invertir en sus propios centros de producción. A día de hoy cuentan con fábricas en Chile (1988), España (Galicia 1999), Reino Unido (2001), además de también la envasadora de especias ubicada en Vilassar de Mar (Barcelona), la cual también es el centro logístico de todo el grupo. Dejaron de ser distribuidores para pasar a ser fabricantes.

Compromiso

Con este cambio, la marca adoptó un compromiso mayor, poniendo especial atención en el incremento del valor hacia sus consumidores.

En este sentido, atendieron y vigilan en primera línea el control y cuidado de todos los procesos de producción, desde la materia prima hasta su distribución.

«Este premio es un reconocimiento al esfuerzo y dedicación que hemos aportado durante estos años. Nos impulsa a seguir adelante, pero sin olvidarnos de mirar al pasado, sin olvidarnos de todos aquellos que han hecho po-



Sergi Sánchez-Llibre y Daniel Sánchez-Llibre en el estrado

Conservas Dani Un éxito familiar de esfuerzo y honestidad

Premio a la Trayectoria Empresarial, la empresa combina su gran capital humano con la última tecnología

sible que hoy seamos una empresa consolidada», apunta Daniel Sánchez-Llibre Galván, de Conservas Dani. En nombre de la empresa, afirma sentirse honrado de recibir este reconocimiento, pero ante todo considera que este premio está dirigido a todo el equipo a nivel global de Conservas Dani.

«Queremos dar un especial

agradecimiento a todo el equipo humano que tenemos. Sin ellos, estar donde estamos no sería posible. Somos una gran familia», añadió.

A 50 años de su creación, Conservas Dani ha crecido hasta tener más de 700 trabajadores y generar unas ventas de más de 127 millones de euros, lo que para ellos es

un motivo de orgullo y herramienta de motivación para seguir adelante.

Conservas Dani además ha ganado fuerza en las exportaciones, donde sus productos ya están presentes en más de 45 países.

En los últimos años la compañía ha incorporado sistemas de depurado para eliminar trazas de arena, así como un sistema de visión artificial, con cámaras de alta resolución que detectan elementos extraños para así poder ofrecer un producto con las máximas garantías.

Precisamente, toda la innovación puesta sobre la mesa hace posible un producto de alta calidad en todo momento. Esa calidad ha convertido los berberechos en un producto líder en el punto de venta.

Proyecto sostenible

Asimismo, el Grupo ha implementando un plan con medidas sostenibles en relación al empleo y el desarrollo local, fomentando la contratación estable y local. En

La empresa genera significativos impactos sociales y medioambientales en las poblaciones locales

«Queremos seguir haciendo crecer esta familia sin perder nuestra identidad y prestigio»

el ámbito de las inversiones en infraestructuras, Grupo Dani realiza inversiones en sus instalaciones productivas, donde se centran en mantener al día en el marco normativo de aplicación y con el objetivo de garantizar la eficiencia de operaciones y procesos.

Además, de todo ello, el Grupo Dani ha aportado casi 20 toneladas de producto para los colectivos más vulnerables vía instituciones de gran renombre como Cruz Roja, Caritas, Fundación Roure, Hospital Trias i Pujol, Hospital de Barcelona, Clínica Quirón...

De cara al futuro, Conservas Dani mantiene la meta que ha tenido desde los inicios, «seguir haciendo crecer la familia sin perder la identidad». Asimismo, espera «construir una marca de gran prestigio junto a la confianza de sus consumidores, a partir del esfuerzo y la honestidad», aseguran fuentes de la compañía.

Respuesta ante la crisis sanitaria de 2020

► En el periodo de estado de alarma, el Grupo mantuvo su actividad con el objetivo de no romper la cadena alimentaria, con las debidas precauciones sanitarias, para garantizar el suministro en todos los mercados donde operan y asegurar la presencia de estos productos en los centros de venta. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, afirmó que el consumo de productos alimentarios en este periodo aumentó un 18% con respecto al mismo periodo de 2019. Conservas Dani colaboró con diferentes entidades sociales y con hospitales con el fin de aportar su grano de arena ante la pandemia, en los sectores más vulnerables.

Federación de Corporaciones chinas de España

Espíritu de integración

Premio Internacionalización de Empresas, refuerza y orienta proyectos entre nuestro país y Pekín

La unión hace la fuerza, y para demostrarlo en pleno siglo XXI hace falta la unión de recursos, el intercambio de información, compartir conocimientos y culturas. Esta es la naturaleza y esencia de la Cámara de Comercio Española de China de Ultramar, aunque su nombre español es Federación de Corporaciones chinas en España (FCCE). En este sentido, la Cámara de Comercio es una organización privada sin ánimo de lucro formada voluntariamente por chinos de ultramar, empresarios de aquel país y otras organizaciones económicas y personas físicas que buscan invertir, hacer negocios o emprender en alguna actividad empresarial en España. A través del galardón Premio Cataluña a la Internacionalización de Empresas, LA RAZÓN ha reconocido los esfuerzos y acciones de la entidad para unir a la comunidad china y la española, facilitando el proceso de negociaciones en el ámbito empresarial.

Hao Jin es presidente de la FCCE y fue quien recogió este galardón tan merecido en la noche de gala. «Es un honor para mí representar a todo el grupo de empresarios chinos de la asociación. En mi papel como presidente, llevo una década mediando entre compatriotas empresarios de ambos países y seguiré promoviendo la interacción entre España y china», expresó.

Para el presidente de la FCCE, se trata de un reconocimiento al esfuerzo por acortar distancias entre ambos países y también por generar riqueza y trabajo: «Ayudamos a seguir luchando a quienes

Vínculos a favor de los empresarios y escaparate exterior

► La Federación de Corporaciones Chinas en España ingresó recientemente como uno de los nuevos socios de Foment del Treball. Este acuerdo se formalizó gracias a los intereses en común entre el presidente de la asociación, Hao Jin, y el presidente de la patronal catalana, Josep Sánchez-Llibre, en un encuentro que tuvo lugar en la sede de la entidad, en Barcelona. Ambos presidentes analizaron las posibles vías de cooperación para animar a los empresarios chinos que quieren establecerse en Cataluña y ayudarles a identificar las numerosas oportunidades de negocio existentes en la zona. De este modo, la patronal catalana cuenta desde ahora con un departamento dirigido al mercado internacional, a partir del cual se dedican, entre otras actividades, a presentar al país como una de las regiones de Europa más atractivas para captar inversiones.



Hao Jin, presidente de la entidad, recibió el premio

les interese emprender, queremos aportar en su crecimiento, mejorando y aportando elementos de valor en el ámbito empresarial chino-español».

El propósito de la Cámara de Comercio es «la honestidad, el amor como fuente, el intercambio y el compartir, y la cooperación de beneficio mutuo», aseguran. Guiar a los miembros para que amen su país y su ciudad natal, cumplir con las leyes, regulaciones y políticas locales, integrarse activamente en la sociedad local y salvaguardar los derechos e intereses legítimos de los miembros. Asimismo, es la vocación por establecer una plataforma comercial que desempeñe el papel de puente y vínculo, para promover el desarrollo de las relaciones comerciales entre China y Occidente, así como los intercambios entre las empresas de ambas partes.

Actualmente, la Federación de Corporaciones Chinas agrupa a más de 300 empresas y pequeños

comerciantes y mantiene un crecimiento constante cada año, con un número importante de afiliados, especialmente en todo el territorio nacional.

Informar y abrir puertas

Su tarea principal es informar a sus miembros chinos de novedades y acontecimientos que pasan en el ámbito empresarial en el territorio español, con la celebración de reuniones y eventos para que los empresarios de ambos países estrechen relaciones de forma cercana. «El éxito se centra en el networking, los afiliados se hacen conocer y crean oportunidades de negocios bilaterales», informan.

La asociación confía plenamente en la integración de sus negocios a nivel administrativo, por ello también han estrechado los lazos con organizaciones como Foment del Treball.

Según considera Jin, «la digitalización de empresas es primordial en el siglo en el que nos encontra-

mos, por eso ayudamos a que todas las empresas afiliadas del sector que sean a integrar soluciones online. «Los empresarios deben conocer más ámbitos, a fin de buscar más oportunidades de negocio entre ambos países o fuera de las fronteras de cada país, dejando de lado las barreras del idioma», dice el presidente de la FCCE. «Los empresarios tenemos que salir más y darnos a conocer», insiste.

Con esta firme convicción, la Federación de Corporaciones Chinas espera conseguir más avances a favor del desarrollo comercial de las sociedades, rompiendo las barreras que obstaculicen al empresario el conseguir su objetivo.

Por el momento la federación solo tiene sede en Barcelona y sucursal en China, pero sus asociados acaparan todo el ámbito nacional e internacional, por lo que si todo va bien como hasta ahora, tienen el proyecto de seguir expandiéndose, abriendo puertas y sucursales por todo el territorio español y en el extranjero.

POR
KIARA
HURTADO

Boehringer Ingelheim La mejor inversión en calidad de vida

Premio al Cuidado del paciente crónico, una contribución a favor de la salud a través de la investigación y la elaboración de medicamentos de alta calidad

La contribución a la mejora de la salud colectiva puede hacerse de muchas maneras, y Boehringer Ingelheim lo hace desde la industria farmacéutica. Sus productos, idóneos y perfectamente adaptados a las necesidades de las personas, han hecho que la empresa haya escalado al más alto nivel en su sector. Si bien la empresa a lo largo de su trayectoria ha desarrollado diferentes medicamentos, LA RAZÓN, con el Premio Cataluña al Cuidado del paciente crónico, ha querido distinguirla por sacar al mercado novedosos productos a favor de este colectivo, demostrando un fuerte compromiso con el sector. Ante este reconocimiento, desde Boehringer Ingelheim han manifestado que la categoría «Cuidado del paciente crónico» es todo un honor, pues el

POR
KIARA
HURTADO

abordaje de la cronicidad es uno de los mayores desafíos del sistema sanitario español en la actualidad, y será cada vez más esencial en los próximos años. Como agente de salud comprometido con los pacientes y con la sostenibilidad del sistema sanitario, la empresa en España lleva más de 60 años innovando en soluciones para cuidar a las personas con enfermedades crónicas.

«Queremos estar al lado de las instituciones, los profesionales de la salud, los investigadores y las familias como lo hemos hecho hasta ahora, asegurando que nuestra innovación llega a quienes nos necesitan», han dicho.

La farmacéutica fue fundada en 1885, nació como una empresa familiar cuya misión era aportar valor a través de la innovación, con el objetivo de mejorar al mismo tiempo la vida de los pacientes, especialmente en áreas con necesidades médicas no cubiertas.

Esta apuesta por la creación de medicamentos los ha llevado a expandirse a nivel global: en la actualidad cuenta con más de 52.000



Peter Plöger, director general, en el estrado

El modelo de la planta Respimat

► La Planta Respimat es una muestra clara del compromiso y la capacidad de innovación de la empresa. Fue inaugurada en 2019 en Sant Cugat del Vallés y se trata de un centro que da servicio a nivel mundial y en el que se produce y envasa Respimat, un dispositivo de inhalación para suministrar los medicamentos de la compañía a pacientes con

asma y EPOC (enfermedad pulmonar obstructiva crónica). Se trata del único inhalador recargable del mercado, que contribuye a reducir el residuo plástico de unos dos millones de inhaladores en España cada año, al pasar de 12 inhaladores por paciente de media anual a solo dos inhaladores en este mismo periodo.

empleados que operan en 130 mercados. En España cuentan con más de 1.500 colaboradores y disponen de dos centros de producción desde los cuales dan servicio a más de cien países en todo el mundo.

En general, el área de salud humana representa el 75% del negocio de Boehringer Ingelheim, y la salud animal el 25% restante. «En la primera mitad de este año, en salud humana, han logrado unas ventas netas globales por valor de 7.100 millones de euros, equivalente al alto nivel conseguido el año pasado. Respecto al área comercial de salud animal, la com-

pañía ha generado unas ventas netas de alrededor de 2.300 millones», informan sus responsables.

Como compañía familiar que son, están enfocados a los pacientes, ofreciendo tratamientos y servicios de calidad y confianza. Los pacientes son quienes han inspirado su misión, que aportar valor a través de la innovación «Nuestro objetivo es servir a las personas a través de la investigación de enfermedades con necesidades no cubiertas y proporcionar nuevas terapias y soluciones de atención médica para transformar la vida de los pacientes», aseguran desde la farmacéutica.

En la empresa han basado su estrategia empresarial en potenciar los valores humanos y las innovaciones que mejoren la calidad de vida de las personas y los animales. Así destinan cada año un alto porcentaje de las ventas a la investigación con el objetivo de desarrollar nuevos fármacos para dar solución a problemas terapéuticos no resueltos y mejorar la calidad de vida de los pacientes.

La actividad de Boehringer Ingelheim España está focalizada en generar valor, al mismo tiempo que defiende un firme compromiso con la protección del medio ambiente trabajando constantemente para implementar nuevos procesos logísticos que permitan producir con la misma efectivi-

En España, el sector farmacéutico es responsable del 21% del conjunto de la I+D industrial

El 75% del negocio de la empresa en España está dedicado a la salud humana. El 25% restante a los animales

dad, pero reduciendo al máximo el impacto negativo sobre el entorno. Asimismo, para la compañía es fundamental reforzar las alianzas y el trabajo conjunto con instituciones públicas y privadas, para garantizar la mejor atención a los pacientes con las enfermedades crónicas más prevalentes. Cabe destacar que el sector farmacéutico es responsable del 21% del conjunto de la I+D industrial en España, produce más de 15.000 millones de euros al año (el 24% de toda la alta tecnología) y es uno de los líderes en exportación, con el 27%.

Una cultura de trabajo basada en la calidad de los productos, la cercanía con los clientes y el compromiso con todos los actores del sector de los seguros ha permitido a MGS Seguros desarrollar su actividad durante más de cien años. Actualmente se posicionan como líderes en el mercado gracias a un importante esfuerzo en innovación que, además, los ha llevado a acceder a nuevos segmentos de clientes. Así, la empresa ha implementado nuevas tecnologías de valor para lograr un alcance multidisciplinar, iniciativas reconocidas por LA RAZÓN con el Premio Cataluña a la Ciberseguridad.

Desde la compañía expresan su orgullo por este premio, porque supone un homenaje al trabajo que han desplegado con mucha intensidad a lo largo de los años, siempre con la intención de dar una respuesta adecuada a las nuevas necesidades del mercado. Como muestra de su preocupación por los retos modernos que surgen con el tiempo, MGS Seguros ha apostado por la ciberseguridad, que se está convirtiendo en un factor clave para la protección de un tejido empresarial muy vulnerable a los ciberataques, amenaza especialmente grave para las pymes. MGS Ciberseguridad es un producto innovador y muy completo de la firma que permite proteger a profesionales y empresas frente a la ciberdelincuencia.

POR
K. H.

El producto incluye un paquete de prestaciones dirigidas a la protección y monitorización de equipos informáticos y preparación de las personas que los utilizan, para minimizar el riesgo de un ciberataque; un segundo bloque de prestaciones dirigidas a la resolución de las incidencias que se puedan presentar y un tercero, de carácter indemnizatorio, orientado a minimizar las consecuencias económicas del ataque. Esta fórmula de producto, con un servicio asociado muy eficaz, les ha permitido un notable éxito en este incipiente mercado: han alcanzado una cuota del 25% con relación al número de pólizas contratadas, lo que, en un sector tan atomizado como es el asegurador, supone una gran presencia.

MGS Seguros es una aseguradora con 114 años de vida. Concretamente, su fundación se remonta a 1907, año en que nació con la intención de proteger a los trabajadores de la industria textil catalana, enormemente pujante en los

MGS Seguros Soluciones que generan confianza

Premio a la Ciberseguridad. La compañía propone las mejores respuestas para todo tipo de riesgos



Araceli Ruiz, directora de Recursos Humanos y Comunicación de MGS Seguros

inicios del siglo XX. Actualmente, la empresa cuenta con una plantilla de 550 empleados y más de 2.000 agentes que distribuyen sus productos en toda España con el soporte de cien sucursales. Asimismo, disponen de una muy completa gama de productos para familias, profesionales y empresas que cubren todas las necesidades del mercado.

Los expertos de la aseguradora coinciden en afirmar que el sector tiene todavía una amplia ventana de oportunidades para seguir expandiéndose. De igual manera, consideran que hay segmentos que presentan una elevada saturación, como es el caso de los seguros de automóviles, pero todavía queda mucho camino por recorrer en los seguros destinados a proteger el patrimonio y la actividad de familias y empresas y también en todo el ámbito de los llamados seguros personales, en

donde todavía están por desarrollar plenamente los seguros de vida y los de salud. Cabe destacar que el nacimiento de nuevas necesidades está abriendo vías de negocio, como es el caso del desarrollo tecnológico y la subsiguiente necesidad de ciberseguridad, la prolongación de la vida y la dependencia, entre otros.

«Nosotros seguiremos desarrollando nuestro negocio planteando respuestas a las necesidades de un mercado cada vez más maduro, exigente y cambiante. Lo haremos a través de una excelente red de distribución basada en agentes profesionales que prestan un estupendo servicio a nuestros clientes», afirman. Paralelamente, el conjunto de expertos de la aseguradora se ha trazado la meta de seguir explorando nuevas posibilidades de negocio que sean complementarias a sus actividades más tradicionales, como es el pro-

yecto de creación de una red de residencias para mayores que, bajo la marca MGS Seniors, ya están implementando en tres residencias a pleno rendimiento y con varios centros en periodo de preparación. Con esta iniciativa esperan tener resultados de mayor alcance y repercusión.

«Seguiremos dando respuestas a un mercado cada vez más maduro, exigente y cambiante»

El 34% de los ciberataques interrumpen el normal funcionamiento de una empresa o negocio

Respuestas integrales ante un riesgo real

► El nuevo MGS Ciberseguridad es una solución completa dirigida a pymes y despachos profesionales para protegerlos contra los ciberriesgos que los amenazan. «Prestan un servicio de altísima calidad y para diferenciarnos de otras opciones disponibles en el mercado, contamos con el soporte de Ackcent, una empresa especializada en ciberseguridad, formada por uno de los equipos profesionales de España con mayor experiencia en técnicas de hacking y gestión de incidentes de ciberseguridad en sistemas de información», asegura la firma. El foco se pone en la prestación de servicios para la protección de activos digitales y el equipo dispone de una amplia trayectoria en proyectos de ciberseguridad en entornos críticos.

En España, el 34% de los ciberataques interrumpen el normal funcionamiento de la actividad económica de la empresa o negocio. Afectan a las bases de datos o programas de gestión logística, bloqueando el trabajo de los empleados y repercutiendo en el servicio a los clientes: el 37% de los ciberataques acaba afectando a la calidad del servicio/producto que ofrece el negocio atacado, que puede impedir la utilización del software de facturación o atacar alguna de las fases del proceso, imposibilitando el cobro de los servicios prestados.

Los ciberdelincuentes pueden a su vez sustraer datos tanto de sus clientes como de sus proveedores, comprometiendo la seguridad de los datos custodiados por parte de su empresa o el negocio. En España, el 48% de los ciberataques generan una pérdida de información confidencial.



Iheb Nafaa junto a Sánchez Llibre y Francisco Marhuenda

Iheb Nafaa, un innovador al frente de Servihabitat

Premio CEO del año en el Sector Inmobiliario. El ejecutivo ha transformado la compañía en un engranaje capaz de crecer y adaptarse a los cambios

Al frente de grandes compañías multinacionales del sector financiero con más de 20 años de experiencia, Iheb Nafaa se incorporó a Servihabitat en 2018 como consejero delegado con un objetivo claro: adaptar la empresa a los cambios que estaba experimentando el sector en aquella época. Y lo consiguió.

Nafaa cuenta con una dilatada experiencia profesional que ha desarrollado en reconocidas compañías financieras como BNP Paribas, GE Capital o Cerberus Capital Management, donde transformó a Gescobro Collection Services en «una compañía inversora en el mercado de préstamos sin garantías». Pero ha sido en Servihabitat, bajo una ges-

ción propia del servicing, cuando ha liderado con creces el sector inmobiliario, convirtiéndose en «CEO del año».

Así, LA RAZÓN ha reconocido la labor de Iheb Nafaa otorgándole un galardón que el propio premiado recogió durante el evento y

donde no quiso olvidarse de sus trabajadores: «Es un honor poder recibir este reconocimiento, el cual quiero compartir con todos los integrantes del equipo de Servihabitat

que, día tras días, muestran su compromiso con la compañía y que dan lo mejor de ellos mismos para poder seguir creciendo y conseguir los retos que nos proponemos», asegura.

Con más de 30 años a sus espaldas, y gracias a su agilidad y eficacia, esta empresa ha logrado con-

vertirse en uno de los «servicers» inmobiliarios más importantes del mercado español. Servihabitat se encarga de ofrecer servicios avanzados de gestión de carteras de crédito corporativo, hipotecario y promotor, así como la gestión

de activos inmobiliarios a lo largo de toda su cadena de valor o de forma modular en base a las necesidades específicas de sus clientes o de cada proyecto con una gestión de valor para sus carteras.

Con un total de 900 profesiona-

Deseo de expansión internacional

► «Servicer» de referencia en el mercado español, Servihabitat tiene entre sus planes a largo plazo el objetivo de expansión internacional. Actualmente, la empresa gestiona más de 184.500 activos inmobiliarios y financieros de los que, durante el pasado año, se vendieron más de 18.800. Es por ello que, a sus más de

tres décadas desde su creación, manifiestan su interés por seguir creciendo fuera del país: «Uno de los planes de futuro a largo plazo de la compañía y mío, como CEO de ésta, es el de expandir la oferta de servicios de Servihabitat a mercados internacionales», señala Iheb Nafaa a LA RAZÓN.

les y más de 2.000 agentes asociados, Servihabitat ofrece una amplia y variada oferta de servicios para su gestión.

Un sector fuerte

Independientemente del sector, todas las empresas han tenido que adaptarse a los cambios que la pandemia ha implantado con y tras el confinamiento, y el inmobiliario ha sido uno más. Todas las tendencias que apuntaba hasta 2019 en este mercado se han visto aceleradas con la llegada del coronavirus, y, en este sentido, Servihabitat ha sido capaz de adaptarse con gran verdadera agilidad al nuevo contexto.

El principal cambio que ha experimentado el sector inmobiliario ha ido la necesidad de una rápida digitalización de su equipo y la adaptación a las nuevas tecnologías, que se han visto impulsadas también tras la aparición del coronavirus: «Se ha potenciado la digitalización y el uso de las últimas tecnologías en todos los procesos de gestión, la innovación constante, la sostenibilidad y la búsqueda y la retención del talento», destaca el premiado. De este modo, Iheb Nafaa remarca también la necesidad de dar respuesta a las nuevas necesidades y contribuir a la recuperación de la economía en el país en un momento en que el inmobiliario se ha posicionado como un sector de efecto motor y tractor.

«Se ha potenciado la digitalización y el uso de las últimas tecnologías en todos los procesos»

Una cultura basada en el análisis del dato para la toma de decisiones, la innovación en las estrategias de gestión y un profundo conocimiento del mercado son algunos de los pilares que contribuyen al éxito en los resultados de la Compañía y de sus clientes. En este sentido, el CEO de Servihabitat subraya la importancia de sus equipos: «Nuestros equipos, expertos y multidisciplinares, están enfocados a ofrecer soluciones de valor de forma ágil y eficaz, siempre en búsqueda de excelencia y orientados a resultados».

De esta manera, el 2021 que ahora acaba, y cumpliendo 31 años desde su nacimiento, ha sido para Servihabitat una temporada en la que ha sido capaz de reforzar su posición de liderazgo con el objetivo de seguir creciendo como empresa de referencia.

Mattel, juguetes que apuestan por la igualdad y la inclusión

Premio a la Responsabilidad Social Corporativa de una empresa que rompe una lanza por la diversidad, la educación en valores y el empoderamiento femenino

Considerada una de las fábricas de juguetes más importantes del mundo, Mattel parece saber la fórmula para avanzar de la mano de sus clientes: el compromiso y la conexión con las familias. Esta empresa estadounidense comenzaba sus primeros proyectos en 1945 con la unión de Elliot Handler y Harold «Matt» Matson, dos diseñadores e ingenieros que quisieron explorar la importancia del entretenimiento infantil a través del juego. Un objetivo que persigue en la actualidad con algunas de las marcas más reconocidas del sector, como Barbie o Hot Wheels, y que están presentes en más de 150 países. Entre ellos Es-

POR
MIRIAM R. NOGAL

paña, adonde llegó, para quedarse, hace casi cuatro décadas.

Así, la buena gestión y los impactos positivos generados en sus clientes han hecho que LA RAZÓN otorgue a Mattel el Premio a la Responsabilidad Social Corporativa.

Pioneros en el teletrabajo

► **La adaptación de la sociedad a trabajar desde casa ha sido el principal reto, no solo para el personal, sino para la organización de la mayor parte de las empresas. Una tarea de la que Mattel presume por rapidez de adecuación y en la que se consideran precursores. «Ser pioneros en el teletrabajo implicó**

Un galardón que recogió Celine Ricaud, directora de marketing de Mattel, y que supone un reconocimiento especial a la labor que desarrolla la empresa. «Queremos seguir siendo un ejemplo de innovación a todos los niveles, desde

conseguir una transición suave al cambio», asegura la empresa. De esta manera, dentro del sector juguetero, Mattel se ha visto menos afectado que otras empresas de la competencia pues la caída de las ventas en 2020 fue moderada y han sido capaces de controlarlas adaptándose a las tendencias del mercado.

nuestro amplio porfolio de productos, hasta las políticas de empresa que velan siempre por el bienestar de nuestros equipos», señalan en Mattel.

Poder de inclusión

La diversidad, la inclusión y la igualdad son tres factores esenciales en el desarrollo de la infancia actual. Los valores que Mattel ha ido incorporando a lo largo de los años han marcado el camino hasta romper una lanza a favor del empoderamiento femenino. «Seguiremos contando historias, y acompañando a los niños y niñas en su educación, crecimiento y comprensión del mundo que les rodea», prometen.

De esta manera, Mattel considera esencial en el desarrollo de la infancia la comprensión de que hombres y mujeres deben ser tra-

tados con igualdad, y la importancia de que cada familia sepa trasladar esos valores a los más pequeños a través de sus muñecos. Así, parte de este proyecto se ha visto acentuado con la creación específica de juguetes inclusivos como la colección de Barbies inspiradas en mujeres científicas, entre las que se encuentran la investigadora que dirigió la creación de la vacuna AstraZeneca, Sarah Gilbert.

Aprendizaje y crecimiento

A pesar de sus más de 75 años de historia, Mattel considera que la crisis de la COVID-19 ha sido uno de los principales retos con los que ha tenido que combatir. «La tensión de la cadena logística durante la pandemia ha sido uno de los mayores desafíos a los que nos hemos enfrentado y al que hemos tenido que adaptarnos rápidamente», afirman. Aun así, aseguran estar orgullosos de su trabajo y de los logros conseguidos tras estos meses de adaptación gracias a dos elementos indispensables: un negocio claro que se adaptó a la demanda de sus clientes, y el equipo que lo compone, que consiguió convertirse en uno de los primeros en teletrabajar.

Si hay una característica que Mattel mantiene desde sus orígenes esa es la distribución tradicional en tienda. Una forma de trabajo que no quieren dejar atrás y en la que basan su producción y ven-

«Seguiremos contando historias y acompañando a los niños y niñas en su educación»

ta. «La distribución tradicional en tienda sigue siendo el principal punto de compra de juguetes, ya sea en grandes almacenes como en tiendas especializadas o tiendas de retailers alimenticios», aseguran en la compañía.

De esta manera, la velocidad a la que ha evolucionado el comercio electrónico les ha hecho pensar en una alternativa para no quedarse atrás, pues actualmente las familias compran más desde sus casas y confían también más en las tiendas que venden a través de internet. Una confianza posiblemente mejorada por la pandemia durante 2020 y la necesidad de consumir de forma online, que en el caso de la industria de juguetes se ha visto incrementada en un 30%, una tendencia que parece que se mantendrá en continuo crecimiento.



Celine Ricaud, directora de marketing de Mattel

iVascular, un paso adelante contra las enfermedades vasculares

Premio a la Innovación Tecnológica en el Desarrollo de Tratamientos para Lesiones Vasculares. La empresa crea su propia tecnología y crece en el exterior

Vascular se fundó en Barcelona hace más de una década. En 2010, esta empresa comenzó su andadura con el objetivo de desarrollar dispositivos médicos avanzados para el tratamiento de enfermedades vasculares. Un proyecto nutrido gracias a un equipo con más de 30 años de experiencia en el sector y muchas ganas de seguir creciendo. Así, definidos por una filosofía basada en el esfuerzo, el compromiso y el espíritu de equipo, han logrado extenderse alrededor de más de 70 países, donde quieren continuar desarrollando sus propias tecnologías. Todo ello gracias a su fundador, el químico Lluís Duocastella, que confió en este método y creyó en la posibilidad de que

«la ciencia y el conocimiento de los polímetros debía aportar innovación al tratamiento de las patologías vasculares».

Un objetivo que se alcanzó hasta convertir a iVascular en líder dentro del sector, y por lo que LA RAZÓN ha querido otorgarle el Premio a la Innovación Tecnológica en el Desarrollo del Tratamiento para Lesiones Vasculares. Un galardón que acudió a recoger su director general, Lluís

Duocastella, y que supone un logro más en su trayectoria personal y profesional: «El objetivo fue la incorporación de nuevas tecnologías innovadoras en todos los procesos de fabricación de los componentes de los dispositivos médicos e implantes. La gestión integral de la I+D, la producción y

POR
MIRIAM R.
NOGAL

«La gestión integral de la I+D, la producción y la comercialización es la base del éxito de iVascular»

«Estamos invirtiendo en ampliar nuestra gama de productos con el desarrollo de válvulas para el corazón»

la comercialización es la base del éxito y el ADN de iVascular desde hace 11 años», informan desde la propia empresa.

La pandemia afectó considerablemente a los procedimientos vasculares de miles de pacientes, pues solo se llevaban a cabo aquellos considerados de carácter urgente. Una situación a la que iVascular tuvo que adaptarse y por la que ha tenido que llevar a cabo un proceso de recuperación donde el principal elemento fue la protección: «Invertimos en la seguridad reorganizando las estructuras para asegurar los aforos y nos adaptamos para mantener a todos nuestros colaboradores».

Nuevos proyectos

La innovación es uno de los pilares fundamentales de iVascular y, por ello, ya tienen en marcha nuevos

productos con los que seguir creciendo dentro de la industria. Así, como confirman a LA RAZÓN, a partir de enero de 2022, lanzarán una nueva división de neuro-intervencionismo: una gama de cinco familias de productos focalizadas en el tratamiento del ictus isquémico: «Estamos invirtiendo en ampliar nuestra gama de productos en el sector coronario con el desarrollo de válvulas para el corazón, en concreto la válvula de implantación aórtica transcatheter (TAVI)». De esta manera adelantan que durante el próximo año crearán su diseño y comenzarán el estudio, con el fin de poder comenzar su comercialización en el 2025.

Otro de los elementos principales de la trayectoria de iVascular es la capacidad de expansión y crecimiento como empresa. Para mantenerlo, están ampliando sus instalaciones. «Estamos triplicando los espacios de producción e investigación, lo cual nos permitirá multiplicar por seis nuestra actual capacidad productiva», aseguran sus responsables. Además, este crecimiento irá unido al cuidado del medioambiente, un factor incorporado en su estrategia de crecimiento gracias al uso de recursos naturales, con los que ayudan a la reducción de las emisiones de carbono y fomentan los productos y servicios más eficientes y sostenibles.

Un viaje hacia el mercado japonés

► La importancia de la internacionalización de iVascular ha llevado a la empresa a viajar hasta Japón. Un desafío que ellos mismos definen como una de sus mayores «complicaciones» y que les posicionan entre los productores y distribuidores de dispositivos vasculares más eficientes a nivel mundial: «Obtener la aprobación de nuestros dispositivos médicos en Japón es diferente a la regulación europea, lo que nos ha hecho adaptar nuestros estándares de calidad, de producción, de desarrollo y de comercialización». Así, han tenido que adaptar el sistema, pero a su vez ha supuesto un paso importante dentro de su proyección internacional.



Lluís Duocastella, director general de la empresa

Las compras por internet, el deseo del cliente de recibir sus pedidos de manera rápida y eficaz, así como la pandemia, han sido tres de los factores principales que han hecho aumentar la demanda y productividad de las empresas de mensajería. Un punto a favor de sus trabajadores y una necesidad que, para los clientes, estaba presente, pero en estos últimos años se ha convertido en parte del consumo habitual de la sociedad. Es por ello que NACEX, una de las principales empresas de mensajería urgente, se ha situado en los primeros puestos del sector en todo el país y parte del extranjero.

De hecho es líder en mensajería urgente de paquetería en España, Andorra y Portugal desde hace más de 26 años, ofreciendo una amplia gama de servicios nacionales e internacionales adaptados a todo tipo de necesidades de entrega del mercado. Así, entre sus principales garantías, esta empresa de transporte promete un seguimiento detallado de los envíos a tiempo real, además de un sistema directo de comunicación entre la empresa y sus clientes. Un papel que ha sido reconocido por LA RAZÓN y motivo por el que se le ha otorgado el Premio Cataluña a Empresa Líder en Transporte Urgente.

Nacex, la respuesta al desafío del ecommerce

Premio a Empresa Líder en Transporte Urgente, ha sabido evolucionar gracias a las últimas tecnologías

Comprometidos con el medioambiente

► La época de cambios que está experimentando Nacex no solo abarca sus métodos de recepción, entrega e innovación, sino que amplía su oferta con un compromiso con el medioambiente. Un hecho que aumenta el avance e inclusión que los clientes tienen cada vez más

presente a la hora de solicitar un servicio. De esta manera, como objetivo a corto plazo, Nacex tiene como prioridad crear una prestación más eficiente que reduzca el impacto medioambiental, y a la vez, sea compatible con la movilidad en las ciudades en las que trabaja.

En representación a la empresa de paquetería, su director general, Manel Orihuela, acompañado por el director de Desarrollo de Negocio, Xavier Calvo, y la directora de Marketing, Arianne Muñoz, fueron los encargados de recoger el galardón. «Es un reconocimiento a los valores y estrategia que adoptamos desde el inicio para cumplir las expectativas de nuestros clientes», aseguraba el director, que no olvidó mentar a sus trabajadores y destacar su relevancia dentro de la empresa: «Todo esto no sería posible sin el desempeño de todo nuestro equipo humano, que se esfuerza día a día para cumplir con nuestro compromiso con la excelencia». Un personal complementado por más de 32 plataformas, 3.500 colaboradores, 2.400 vehículos a disposición de sus clientes y una entrega de más de 140.000 paquetes cada hora en diferentes puntos del país.

El reto del crecimiento

La pandemia ha supuesto para las empresas de transporte logístico un gran cambio en sus planes presentes y futuros, así como un desafío que, si se atiende a las necesidades de la sociedad, podría suponer uno de los mayores beneficios y crecimientos experimen-

tados el sector en toda su historia. Así, NACEX, tras más de dos décadas de vida, parece estar viviendo de primera mano uno de los pocos aspectos positivos de esta situación pospandémica: «Durante el confinamiento, nuestras entregas a domicilios particulares llegaron a incrementarse hasta el 60%», asegura la empresa galardonada.

De esta manera, se han visto en la obligación de adaptarse al cambio de realidad y de la demanda a la velocidad de la luz. Para ello, han llevado a cabo una serie de soluciones tecnológicas acondicionadas a la nueva situación de la sociedad, como los preavisos a

sus destinatarios a través del correo electrónico o los SMS, o la denominada entrega «contacto cero». Una nueva manera de trabajar donde prima la, ya reconocida y esencial, distancia de seguridad. ¿En qué consiste? El cliente que va a recibir el paquete se descarga en su teléfono un código QR a través del cual formaliza la entrega y acredita que lo ha recibido, sin necesidad de que haya algún tipo de contacto con el trabajador. Un cambio que no ha sido sencillo, pero que han logrado con éxito: «El crecimiento de las ventas online ha supuesto un desafío. Nos hemos tenido que adaptar de for-

POR
M. R. NOGAL

«Nos hemos tenido que adaptar de forma ágil y flexible para atender el incremento de las entregas a domicilio»

ma ágil y flexible para atender al incremento de las entregas a domicilio, garantizando la calidad de nuestros servicios», confiesan desde la empresa.

Esa adaptación rápida y eficaz a los nuevos tiempos no ha sido el único avance que NACEX ha tenido que cubrir, pues también han querido contribuir con sus medios al funcionamiento del sistema sanitario. La empresa logística ha añadido un nuevo servicio dirigidos al sector farmacéutico, con el fin de que sus productos lleguen en perfecto estado y sin ningún tipo de riesgo para los artículos, garantizando un mantenimiento de temperatura entre los 2º-8º C para los medicamentos termolábiles, dentro de los cuales se encuentran las vacunas y los fármacos de mayor coste. La importancia de ofrecer un servicio de calidad es y será el principal objetivo de NACEX.



Manel Orihuela, director general de Nacex

El concepto del lujo, la elegancia y la moda masculina moderna tiene nombre propio: Hackett London. A principios de los años 80, Jeremy Hackett decidió abrir su primera tienda de ropa. Fusionando estilos tradicionales con modernos, el diseñador ha logrado situarse en la cima de la moda masculina. Así, fundada en Londres, Reino Unido, la tienda Hackett London se incorporó años más tarde al grupo AWWG, donde convive desde 2006 junto a nombres reconocidos como Calvin Klein, Tommy Hilfiger o Pepe Jeans London.

La firma británica ha crecido a pasos agigantados hasta convertirse en una de las marcas de mayor calidad del panorama londinense y de ahí al exterior. Un reconocimiento que les ha hecho situarse a la cabeza en su segmento y por el que LA RAZÓN le ha otorgado el Premio al Diseño de Vanguardia en Moda Masculina en la primera edición de los Premios Cataluña. Laura Fernández Pla, directora financiera, y Gianni

Colarossi, director de diseño de Hackett London, fueron los encargados de subir al escenario a recoger el galardón, que supone un reconocimiento a un

POR
MIRIAM R.
NOGAL

esfuerzo colectivo por parte de todos los empleados de la empresa: «Este premio nos da más fuerzas e ilusión para continuar en esta senda, que nos permita crecer como empresa de éxito y contribuir al enriquecimiento de la industria de la moda y de la sociedad», aseguran los responsables de la marca.

Evolución del ecommerce

El comercio electrónico ha sido la clave de la evolución de Hackett London. La llegada de la pandemia anuló por completo las ventas físicas y los clientes tuvieron que adaptarse a las nuevas tecnologías. En este caso, a las compras por internet. Así, el grupo AWWG aumentó un 200% en productividad online, viéndose obligados a modificar su fórmula de trabajo y a acelerar la transformación de los canales de venta por internet, pero sin dejar a un lado el método tradicional.

La pandemia hizo que los resultados económicos del grupo bajasen un 32% con respecto al año anterior, alcanzando los 340 millones de euros, frente a los 500 millones de euros que consiguieron antes de la crisis. Una consecuencia que Hackett London ha sabido afrontar creciendo exponencial-



Laura Fernández y Gianni Colarossi representaron a la firma en la gala

Hackett London, fusión de vanguardia y elegancia

La firma, Premio al Diseño de Vanguardia en Moda Masculina, aúna calidad e innovación en sus colecciones

mente y alcanzando cifras por encima de las registradas en el año precoronavirus.

«Con la reapertura de las tiendas, el consumo ha experimentado un efecto boom», aseguran, destacando que, a día de hoy, la mayoría de los clientes que entran a sus establecimientos lo hacen con la clara intención de consu-

mir: «A pesar de que el tráfico de personas en las tiendas ha bajado respecto al año precovid, los clientes que entran en uno de nuestros locales van con la intención de comprar, así que la conversión ha subido significativamente».

A pesar de su evolución digital, sus tiendas físicas continúan siendo la base de sus ventas. Una pro-

Una marca unida al mundo de la Fórmula 1

► Uno de los pilotos más carismáticos del panorama reciente se convertirá, próximamente, en imagen para Hackett London. El británico Jenson Button se une a la última campaña de la firma bajo el lema «Embrace de curves of life» («Abraza las curvas de la vida»), con el que pretende destacar la importancia y el valor de vivir con pasión. Y no es la primera vez que la marca trabaja con la vista puesta en este deporte, pues hace casi dos décadas que colabora con Aston Martin. Una colección dedicada a los «hombres modernos» que combinan la modernidad con el lujo y la elegancia, y comparten su pasión por las carreras.

ducción cada vez más y mejor distribuida por las calles españolas. Los grandes almacenes más importantes del panorama nacional ya guardan un espacio para las prendas de Hackett London, que ha convertido a nuestro país en uno de sus principales focos geográficos: «España es uno de los principales mercados clave de la marca», confirman.

La Comunidad de Madrid dispone de 14 tiendas Hackett London, 12 de ellas ubicadas en diferentes El Corte Inglés de la capital, y dos a pie de calle. De esta manera, aunque sus tiendas físicas todavía no se han extendido por el resto de las comunidades autónomas, esta marca está en continuo crecimiento dentro de España, así como sus pretensiones de vender en más provincias. Una tarea que ya llevaron a cabo otras firmas del grupo AWWG que han conseguido ampliar territorio con éxito. En términos globales, la firma tiene más de 150 establecimientos en una treintena de países, sumando una cantidad aproximada de mil puntos de venta.

Distribución y medioambiente

Los valores tradicionales de Hackett son un elemento inamovible dentro de su esencia como empresa. Para ello, quieren llevar a la modernidad cada una de sus prendas,

«Nuestro mayor reto ha sido mantener la esencia, los valores diferenciales y el estilo propio de la marca»

sin perder sus características principales: «Nuestro mayor reto ha sido mantener la esencia, los valores diferenciales y el estilo propio de la marca, adaptándonos a la realidad cambiante del sector y a las necesidades de las nuevas generaciones de clientes», destacan.

¿Cuáles son esos pilares principales? Desde el propio grupo destacan la importancia del crecimiento, la calidad e innovación, la optimización de los procesos de distribución, la digitalización y las personas. Además, Hackett London no olvida el significado de la sostenibilidad en la producción actual. Como tantas empresas, se unen a favor del medioambiente creando un negocio sostenible que marque la diferencia: «Queremos generar con nuestras decisiones un impacto positivo». Así, Hackett London busca continuar impregnando su esencia en todas sus colecciones.

Leo Pharma Especialista en el cuidado de la piel

Premio a la Labor de I+D+i en Dermatología Médica, suma más de 100 años de experiencia en el sector

LEO Pharma es un laboratorio líder en dermatología médica con una trayectoria y experiencia de más de 100 años con un objetivo claro: ayudar a mejorar la calidad de las personas con enfermedades de la piel. Con sede en Dinamarca y presencia en más de 60 países, es una de las empresas farmacéuticas especializadas en dermatología médica más reconocidas a nivel mundial. Su clara apuesta por la innovación y la investigación, le ha permitido trabajar con más de 400 centros de investigación, académicos e institucionales de todo el mundo, para desarrollar fármacos que permitan tratar a pacientes con enfermedades de la piel.

Hoy, Leo Pharma es líder en dermatología médica, pero fue la primera empresa fuera de Estados Unidos y Reino Unido en producir penicilina a finales de la II Guerra Mundial, evolucionando hasta apostar, años más tarde, por la dermatología médica. Así, por su constante evolución ligada a un claro éxito empresarial, LA RAZÓN ha querido destacar su gran trabajo dentro de las estrategias de innovación, y ha otorgado a Leo Pharma el Premio a la Labor de I+D+i en dermatología médica. María Ferrer, directora de Recursos Humanos, fue la encargada de subirse al estrado para recoger el esperado galardón.

Desde la empresa nos confirman que este premio es una motivación para seguir trabajando: «Nos hace sentirnos muy orgullosos del trabajo que hemos realizado hasta la fecha y creemos que es una clara muestra de que estamos en el camino correcto, y que seguiremos poniéndonos en la piel de nuestros pacientes para mejorar su calidad de vida, y esto

Área terapéutica de mayor crecimiento

► La importancia de la medicina dermatológica ha hecho que se encuentre entre las tres áreas terapéuticas de mayor crecimiento en la actualidad. Es por ello que Laboratorios LEO Pharma cuenta con una formación de calidad y vanguardista que incrementa la posibilidad de expansión tanto en España como en el resto del mundo, especialmente en áreas como la teledermatología. Así, la cirugía plástica, la cardiología y la dermatología han sido tres de las especialidades más demandadas en el MIR el pasado año, algo que la empresa tiene presente y que sabe gestionar: «Que mantengan esta posición, o incluso mejore, será posible afianzando vínculos y diálogo entre el sector –tanto profesionales médicos como laboratorios– y las autoridades, con el objetivo de equilibrar la sostenibilidad del sector y mantener la innovación en salud».



María Ferrer, directora de Recursos Humanos de la empresa, recibe el premio de manos de Sánchez Llibre

nos anima a perseguir nuevos e innovadores retos».

LEO Pharma no esconde su clave para destacar en el área terapéutica de la dermatología médica. Tiene clara su estrategia y sabe cómo llevarla a cabo, año tras año, para situarse en la cima de la productividad: «Cada año, invertimos el 21% de nuestras ventas en I+D para nuevas terapias en el ámbito de la Dermatología Médica», confiesan, algo que en España supone cerca de dos millones de euros. Además, cuentan con un equipo compuesto de 750 investigadores y colaboran con más de 500 centros en todo el mundo. ¿Su reto permanente? Lanzar un producto «best in class» o «first in class» –de primera calidad– cada dos o tres años.

Más investigación

El trabajo de Laboratorios LEO Pharma está en continuo creci-

miento. Sus propuestas a largo plazo no cesan y es por ello que quieren ampliar sus investigaciones a campos todavía no explorados, con los que cubrir las necesidades de sus pacientes con problemas de la piel: «Queremos cubrir todo el espectro de la gravedad de enfermedades como la psoriasis y la dermatitis atópica, dar respuesta y tratar enfermedades dermatológicas que tienen necesidades no cubiertas en la actualidad».

El gran desafío

La dermatología médica es, a día de hoy, una de las tres áreas terapéuticas de mayor crecimiento, y aun así, la crisis del coronavirus ha supuesto todo un reto para la empresa. Un desafío que su equipo ha convertido en una oportunidad, defendiendo su plan estratégico de cara a 2030, y trabajado para garantizar el suministro de sus tratamientos a todos los pa-

cientes, lo que ha supuesto un sobreesfuerzo para la empresa y sus empleados, para garantizar que ningún paciente discontinuaba su tratamiento en plena pandemia. Así, aseguran que están marcando su foco en la innovación: «Estamos focalizándonos en nuestro ADN, centrado en las patologías de la piel, pero con una vocación mucho más innovadora», adelantan. También han trabajado con SEMERGEN en España, para la donación de fármacos para los profesionales sanitarios que estaban en la primera línea, y han iniciado investigaciones sobre la influencia del COVID-19 y la trombosis, área terapéutica en la que también trabaja la empresa LEO Pharma.

De esta manera, y como confirma su lema, «se ponen en la piel de los pacientes» una vez más, con el fin de contribuir a mejorar su calidad de vida y ser reconocidos como líderes en dermatología médica.

POR
MIRIAM R.
NOGAL

Conecta2 Energía Un proyecto pionero en el mercado libre

Premio Partner Energético. Su primer objetivo es ofrecer al cliente el servicio que mejor optimice su gasto, en una relación de confianza a largo plazo

Pioneros en su campo, Roman Rousaud y Josep Pratdesaba fueron los primeros en conseguir la licencia de comercialización libre de energía en nuestro país, por eso llevan más de 20 años operando en el mercado eléctrico.

Conecta2 Energía cumple más de 7 años en el sector. Su función principal es ofrecer a cada uno de sus clientes un trato personalizado e individual de su demanda, con el fin de estudiar las estrategias energéticas y optimizar al máximo su consumo y gasto. Querían crear una comercializadora «realmente libre», y así hicieron.

Esta empresa cuenta con una plantilla de 18 profesionales que trabajan día a día para mantener a sus clientes y captar otros nuevos a los que aportar fidelidad y confianza. Así, por cumplir con sus

POR
MIRIAM R. NOGAL

objetivos de, transparencia, honestidad, innovación y crecimiento LA RAZÓN entrega el Premio Partner Energético. El consejero delegado y fundador, Román Rousaud Parés no quiso perderse el encuentro y fue el encargado de recoger el galardón, considerándolo un reconocimiento a la manera de entender el mercado energético: «Premia a nuestros clientes por encima de todo, que son los que confían en nosotros, permiten que seamos lo que somos y podamos crecer como una empresa con valores y principios».

Construir una relación con los clientes que permanezca con el paso de los años no es fácil, y esta compañía lo ha logrado, a pesar de las imparables «amenazas» de la competencia, desleal en muchos casos y en un mercado donde existen muchos clientes que se mueven solo por el factor precio sin revisar el clausulado de los contratos que firman. Una rivalidad que aumenta con el paso de los meses y a la que se tienen que enfrentar, en ocasiones, de manera inespe-



Román Rousaud Parés, consejero delegado de la compañía

Precios en constante cambio

► El coste del mercado eléctrico es cambiante. Tras más de 20 años de estudio, con modelos de definición de precio que funcionaban, la empresa Conecta2 Energía llega a la conclusión de que en este momento, determinar los precios en el sector energético no tienen una lógica fija de oferta y demanda, un hecho motivado por un problema geopolítico:

«Ante la incertidumbre desde Conecta2 hemos creado una nueva estrategia para que a corto o medio plazo garanticemos una buena gestión sobre el precio de la energía de nuestros clientes», nos aseguran desde la compañía. No perjudicándolos con contratos a medio/largo plazo con precios fuera de mercado.

rada y eficaz: «En un mercado tan polarizado como el actual, en el que entran “players” que no tienen piedad ni conocen las reglas del mercado, hemos logrado que el 95% de nuestros clientes permanezcan con nosotros más de tres años y un 80% llevan más de seis», confiesa orgulloso, destacando su transparencia a la hora de ofrecer sus servicios.

Otro de los desafíos de esta empresa ha sido la consolidación de su filial, Conecta2 Generación Renovable, encargada de invertir, construir y gestionar plantas en régimen de Autoconsumo Fotovol-

taico en los techos industriales sus clientes, proporcionando energía limpia y un seguro de precio ante la incertidumbre del mercado. Así, a corto plazo tienen planeado lograr una base fuerte que les permita gestionar parte de su energía de manera autónoma.

Proceso de adaptación

Entender y saber analizar el funcionamiento del mercado energético es un elemento esencial que la compañía destaca para poder llegar a entender cada uno de los cambios que se producen en el sector.

Así, la empresa destaca dos fases claves a las que se han tenido que enfrentar durante la pandemia: la primera, de marzo a mayo de 2020, donde los precios estaban bajos, había poca demanda, poca energía y resultados más o menos favorables. La segunda fase comenzó en junio de 2021 y continúa en la actualidad, donde, a pesar de que la demanda ha vuelto a su estado «normal»-preCOVID19-, los precios han aumentado de forma exponencial. Una subida motivada por la recuperación de la actividad industrial, así como por el precio del gas. «Pero desde una visión optimista, creemos que se debe a múltiples factores que han conmocionado todos los mercados. El mundo no estaba preparado para la recuperación», y desta-

La empresa ha hecho de la transparencia un elemento clave en su política de fidelización de sus clientes

«Hemos logrado que el 95% de los clientes permanezcan más de tres años, y un 80% más de seis»

can una visión futura: «Creemos que la época post-pandemia cambiará el paradigma de que la energía eléctrica es barata y ello debe ser aceptado por todos con un precio a pagar por salvaguardar el planeta», señalan. Así, no se olvidan de recalcar la importancia de mantener los valores que han llevado a la empresa a situarse en el momento que se encuentran en la actualidad y el contacto que tienen con cada uno de sus consumidores: «Valores como transparencia, honestidad y eficacia en el servicio son la base de la relación con nuestros clientes».

Tejidos Rebés Apuesta por la calidad y el clima

Premio al Compromiso con la Sostenibilidad en la Industria Textil por su esfuerzo para la reducción de emisiones



Andrés Castellort, gerente de la empresa

La sostenibilidad es pieza indiscutible de la base productiva de Tejidos Rebés. Un elemento primordial en el que ha fundamentado su trabajo y dedicación en el pasado, el presente, y que ya forma parte de su futuro: innovación, reciclaje y un fiel compromiso con el medioambiente.

Tejidos Rebés es una empresa familiar, pero innovadora, encargada del diseño de telas desde hace más de seis décadas. Cuenta con la infraestructura, el talento, la experiencia y las estrategias necesarias para cubrir las necesidades del mercado a nivel mundial, pero sin perder su esencia: su tradición española. Una costumbre basada en la fabricación de productos de algodón, con estilo propio y una colección de artículos siempre en tendencia.

Metros y metros de tela que componen cada una de las prendas y artículos que pueden elaborarse con los tejidos de esta compañía. Las empresas confían por ejemplo en su trabajo y trayectoria a través de la llamada línea Tejidos Rebés Workwear, con la pretenden uniformar a miles de trabajadores. «Es la reinvencción de nuestra división laboral tradicional, adaptada a las nuevas necesidades y exigencias del mercado laboral», comentan. Así, estrenan

POR
MIRIAM R.
NOGAL

en su más reciente colección una gama de productos especiales para todo tipo de sanitarios. Prendas totalmente homologadas, transpirables, hidrófugas, antibacterianas y reutilizables. Pero, ¿cada cuánto tiempo estrenan colección? Tejidos Rebés presenta cada temporada dos colecciones para que sus clientes tengan nuevos e innovadores diseños con los que «transmitir sensaciones». Palabras con las que ellos mismos lo definen en su web.

La innovación, el reciclaje y su compromiso con el medioambiente han sido los ingredientes que han llevado a esta empresa a recibir, a través de LA RAZÓN, el Premio Cataluña al Compromiso con la Sostenibilidad de la Industria Textil. El encargado de recibir el galardón, Andrés Castellort Obradors, gerente de Tejidos Rebés, acudió a la entrega muy orgulloso por los éxitos de la empresa y no quiso olvidarse de todas las personas que conforman la plantilla: «Es un enorme reconocimiento para todo el equipo, tanto administrativo, como de compras, diseño, logística y comercial, que nos reafirma la estrategia de seguir

apostando por calidades y procesos sostenibles que ayuden a la reducción de nuestra huella de carbono».

Una sociedad más sostenible

La salud del planeta importa más que nunca. Los materiales orgánicos, reciclados y que afectan favorablemente al medioambiente se han convertido en el modelo de producción de muchas empresas en la sociedad actual, y cada vez más consumidores buscan comprar artículos que tengan la etiqueta de «sostenible»: «Gracias a la presión que ejercen las grandes marcas por una mayor trazabilidad de toda la cadena y asegurar que realmente los procesos sean sostenibles, estamos reduciendo la huella de carbono de la industria textil». Así, destaca la importancia de que dichos fabricantes sigan reduciendo la huella de carbono con el fin de que, tanto el

consumidor final como las administraciones públicas en los diferentes concursos, sepan que deben valorarlo.

Aun así, las empresas en auge también han sufrido un cambio drástico a raíz de la pandemia. La venta online ha llegado para quedarse y la mayoría de la sociedad ya consume por internet de manera habitual. Un componente a favor del sector textil que podría ser un arma de doble filo, pues a pesar de que aumentan sus puntos de venta y el alcance geográfico, tienen que adaptarse a un continuo aumento de la competencia. Sucesos que Tejidos Rebés no ven como un obstáculo y que han aprendido a lidiar a base de constancia y esfuerzo: «Hemos invertido más que nunca en la empresa para poder seguir dando servicio a nuestros clientes», asegura Castellort. Además, este sobreesfuerzo ha servido para dejar clara su

apuesta por la producción en España, aprovechando la tejeduría y acabados nacionales, así como dando respuesta a las necesidades de la pandemia, con la creación por ejemplo de mascarillas y batas homologadas.

Precios acorde al producto

Hace una década era muy complicado que los consumidores entendiesen el motivo por el que un producto sostenible tenía un valor más elevado frente a otro que no contaba con esta característica. Muchos consumidores solo se fijaban en el precio y no en su fabri-

«Hemos invertido más que nunca en la empresa para seguir dando servicio a nuestros clientes»

¿Es todavía tendencia comprar online a Asia?

► Tejidos Rebés destaca el cambio de la tendencia actual del consumidor. Existió un periodo en el que se prefería un consumo barato y de menor calidad, a uno de coste mayor pero que ofreciera garantía, duración y sostenibilidad. Asia es la principal zona geográfica que ofrece el primer tipo de artículos. Pero, al parecer, esto ha cambiado en este último año y medio. Como señala Andrés Castellort, el sector de la moda «ha sufrido un importante cambio en la mentalidad, con producciones más cortas y mayor rotación, un incremento de la venta online y baja estabilidad del suministro de los principales fabricantes asiáticos», lo que ha hecho que los gastos de envío de estos aumenten y los plazos de entrega sean más largos.

cación. Este detalle ha pasado durante muchos años a un segundo plano. Es por ello que, según destaca el gerente de Tejidos Rebés, «es esencial encontrar un “partner” que comparta esta estrategia». Así, uno de los mayores retos de la empresa fue apostar por el KM0 o producción en cercanías frente a muchos competidores de producciones 100% asiáticas con precios y procesos de fabricación menos sostenibles.

Para ello, no dejan de mirar al futuro con una visión optimista, sabiendo de la importancia de ser coherentes con su estrategia de negocio y contando con una red comercial competitiva que les permita cumplir con sus objetivos: seguir reduciendo la huella de carbono mediante nuevas tecnologías y fibras menos contaminantes, con menor consumo de agua, calidades recicladas y una logística verde.



Santiago Lanchas, director ejecutivo de la firma en España

Grupo Rettenmaier Higiene 100% natural para nuestras mascotas

Premio a Cat's Best como Mejor Producto Sostenible. Fabricado a partir de celulosas de árboles y plantas, elimina por completo el olor del orín de gato

Cada vez más familias incorporan una mascota al hogar y una de las más comunes en España es el gato. Para asegurar la higiene de las zonas donde oran estos animales, es importante utilizar productos de calidad que eliminen los olores y absorban el orín. Cat's Best, del Grupo Rettenmaier, garantiza la mejor higiene gracias a sus productos naturales y 100% biodegradables, lo que además asegura que su fabricación tiene el mínimo impacto medioambiental y que una vez usadas las arenas pueden tirarse por el inodoro o la basura orgánica. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Cat's Best del Grupo Rettenmaier el Premio a Mejor Producto Sostenible, recogido por

Santiago Lanchas, director ejecutivo de Rettenmaier Ibérica.

«Este galardón es una agradable sorpresa, una satisfacción y un reconocimiento a un trabajo realizado con ilusión y determinación durante varias décadas. También un estímulo para seguir adelante con más ilusión que la del primer día», reconoce el directivo.

El Grupo Rettenmaier nació en 1878 en un entorno rural como fabricante de harinas. En la década de 1920, en plena industrialización global, decide extraer la celulosa de las plantas y los árboles con fines industriales, farmacéuticos, de alimentación e higiene humana y animal. Hace unos 25 años desarrolló el Cat's Best como una arena 100% vegetal y 100% biodegradable para los are-

neros de los gatos y el Chipsi para el resto de mascotas. En España, donde el Grupo está presente desde principios de los años 60 -y actualmente en Rettenmaier Ibérica- el equipo cuenta más de 30 personas, con más de 20 licencia-

dos superiores con experiencia en el desarrollo de soluciones técnicas para clientes industriales y consumidores. La firma dispone de 10 empleados adicionales de su operador logístico para realizar las entregas de los productos proce-

Productos procedentes de plantas y árboles

► Los productos del Grupo Rettenmaier son 100% vegetales, proceden de plantas y árboles, por lo que son biodegradables y en su fabricación minimizan el uso de recursos. Además, incentivan la economía de zonas rurales. «El medio ambiente y la empresa viven en armonía desde hace 100 años», explica el

directivo de la empresa en Iberia. La huella ambiental no ha sido clave solo en su pasado, sino que la política actual continúa en la misma dirección, asegura Santiago Lanchas: «Para Rettenmaier, todos los avances tienen la misma importancia si van en la dirección de ser eficientes y respetuosos con el medio ambiente».

dentes de las fábricas del Grupo o de sus almacenes de Barcelona, Madrid y Navarra. A ello hay que sumar el personal involucrado en los acuerdos con asesorías técnicas, centros de investigación y desarrollo y universidades.

Tecnología puntera

Desde la empresa aseguran que su más un siglo de experiencia les ha permitido contar con la última tecnología adaptada al procesamiento de celulosas y lignocelulosas especiales que obtienen de plantas y árboles. «Estos sólidos son difíciles de elaborar por ser muy ligeros, fibrosos, elásticos y orgánicos. Por contra, al desarrollarlos bien obtenemos productos muy eficaces, con propiedades muy apreciadas, únicas y diferentes a la mayoría de los productos sólidos existentes», añade Santiago Lanchas Alfonso.

En el caso de Cat's Best, procede de la poda de los árboles y se comporta igual que ellos. Los árboles absorben el agua por las raíces, la conducen por el tronco y la llevan a sus hojas, donde realiza sus funciones principales de nutrición y desarrollo. El Cat's Best absorbe el orín del gato y lo lleva al interior del gránulo y, por el mismo efecto de capilaridad de los árboles, también a los gránulos de alrededor, formando una bola en la superficie del arenoso donde queda atrapado el orín en su interior para asegurar que no emita olores. «De

«De todas las arenas del mercado, Cat's Best es la que más absorbe y la que mejor evita los olores en el hogar»

todas las arenas existentes en el mercado, es la que más absorbe y evita los olores de orín en el hogar», garantiza. «Lo único que tienes que hacer cuando llegues a casa es retirar esa bola, rellenar el hueco con un poco de Cat's Best y tienes siempre la bandeja higiénicamente limpia y seca. Además, al ser 100% biodegradable, las bolas se pueden tirar por el WC o a la basura orgánica», añade.

Entre sus últimos desarrollos, el Grupo Rettenmaier destaca una gama completa de microesferas de celulosa para sustituir los microplásticos en cosméticos, pastas de dientes y lavamanos, así como arenas para distintas mascotas, nuevos productos para elaborar recubrimientos industriales para el papel y cartón y novedosas aplicaciones en nutrición vegetal, biotecnología y biomedicina.

Casmar Electrónica Tecnología para la protección de su hogar

Premio a Mejor Proveedor de Soluciones de Seguridad. La empresa comercializa productos de ciberseguridad, antiincendios y antirrobos

Las nuevas tecnologías han facilitado la vida de millones de personas, ya sea para agilizar tareas cotidianas, teletrabajar o moverse por la ciudad de manera más rápida. Pero también nos permiten sentirnos más seguros en nuestro hogar y nuestras oficinas. El desarrollo de cámaras cada vez más potentes o la posibilidad de integrar internet en nuevos dispositivos facilitan que esta seguridad sea más efectiva que nunca y un ejemplo de ello son los productos de Casmar Electrónica, una empresa con más de 40 años de experiencia en el sector. Por todo ello, LA RAZÓN le ha hecho entrega del Premio a Mejor Proveedor de Solucio-

nes de Seguridad, galardón recogido por Montse Castro Roca, CEO de la empresa.

«Para nosotros significa mucho este premio, ya que es un reconocimiento a todo el trabajo realizado durante estos años. Queremos

dedicárselo a nuestro padre, Gonzalo Castro Mata, quien fundó la compañía, y que, con su impecable trayectoria profesional, humanidad y saber hacer, lideró un gran equipo hasta conseguir posicionarse a Casmar como referente del

sector de seguridad en España. Nos ha dejado un gran legado a mis hermanos y a mí, para continuar mirando con optimismo el futuro y seguir haciendo grande la empresa familiar», afirma Montse Castro.

Casmar Electrónica es una compañía que comenzó a operar en Barcelona, si bien ahora está formada por cuatro empresas ubicadas en España, Portugal, Chile y Colombia. En su larga trayectoria ha pasado de ser una pequeña empresa de seguridad, que incluso llegó a fabricar algunos de sus productos, a ser uno de los proveedores de soluciones más importantes del sector de seguridad en España. «Estamos comprometidos con la seguridad desde 1978, ofreciendo soluciones de seguridad de calidad», explica Montse Castro. «A lo largo de todos estos

Inteligencia artificial en sus dispositivos

► Casmar Electrónica es una empresa líder en comercialización de aparatos de seguridad. Desde protección contra robos a incendios o videovigilancia. Estos dispositivos evolucionan a gran velocidad garantizando una mayor precisión y confianza a los consumidores, gracias a la introducción de nuevas

tecnologías, como el machine learning, la inteligencia artificial o el deep learning. «La incorporación de estas tecnologías permite transformar una solución de seguridad de pasiva a activa, minimizando el error humano y consiguiendo una seguridad más integral y fiable», explica la CEO.

años tanto la compañía como el sector han evolucionado, y mucho. Pero en Casmar siempre hemos tenido muy clara nuestra misión: aportar valor al cliente y al sector de la seguridad», añade.

Especialización

Desde Casmar reconocen que la seguridad es un concepto muy amplio, por eso decidieron especializarse en las áreas de intrusión, vídeo, incendio y accesos, para ofrecer las soluciones que mejor se adaptan a las necesidades de sus clientes, independientemente del entorno. A estos sectores la compañía ha sumado nuevos retos gracias a la apuesta por las nuevas tecnologías, uno de los pilares de Casmar Electrónica que les ha situado como líder del sector. «El rol de la tecnología en el desarrollo de la seguridad cada vez es más evidente. Por esta razón trabajamos en la integración de diferentes soluciones, como la analítica de vídeo en los sistemas de videovigilancia, los sistemas de control de accesos con identificación biométrica, IoT (Internet Of Things), domótica, la gestión de la seguridad en la nube, la ciberseguridad, y nuestro dron de vuelo autónomo y autorecargable (premiado como el producto más innovador del sector 2021), entre otros».

Desde la compañía reconocen que la crisis actual del transporte marítimo ha complicado el nego-

«Estamos comprometidos con la seguridad desde 1978, ofreciendo una amplia gama de soluciones»

cio, con una escasez de material y altos costes de transporte que han provocado que la empresa tenga que ser más eficiente adquiriendo sus productos. «Pero el sector de la seguridad es cada vez más tecnológico y ofrece soluciones innovadoras que permiten optimizar los recursos, ser más ágiles y garantizar el bienestar de la sociedad. Con la pandemia, esto se ha puesto en evidencia y ha permitido que se reconozca nuevamente lo importante y necesario que es nuestro sector para la sociedad», explica la CEO.

Desde Casmar afrontan el próximo año con buenos ojos y esperan cumplir con sus dos grandes objetivos: ampliar su presencia en el mercado español y consolidar su posición internacional. «Al futuro siempre hay que mirarlo con optimismo», añade la directiva.



Montse Castro Roca, CEO de la empresa, recogió el galardón de manos del director de LA RAZÓN

Richmond International British School, formación de futuro

Premio a la Excelencia Académica y Metodología del Aprendizaje
El centro ofrece una educación actualizada y abierta con el inglés como eje

La educación escolar de calidad es uno de los pilares que garantiza el bienestar y la estabilidad de las familias, al tiempo que pone los primeros soportes para que nuestros hijos tengan una vida plena y realizada profesionalmente. En la actualidad es imprescindible que esa educación sea completa y técnica, pero también que cuente desde los primeros años con una mirada internacional donde los idiomas jueguen un papel fundamental. Este es el modelo de la escuela Richmond International British School, un referente educativo con un profesorado de alta preparación que garantiza una enseñanza moderna y completa. Por todo ello, LA RAZÓN ha otorgado

a Richmond International British School el Premio a la Excelencia Académica y Metodología de aprendizaje, recogido por Shane French, socio fundador de la escuela.

«Ganar este premio significa una gran cantidad de orgullo compartido para todas las personas que invierten en nuestra comunidad educativa», reconocen desde la entidad. «La enseñanza, como vocación, es en realidad una

recompensa en sí misma; sin embargo, dadas las circunstancias extraordinarias que estamos viviendo, ser premiado por excelencia académica en el marco de la COVID-19 representa un gran honor. Agradecimiento máximo al equipo directivo, profesores, auxiliares, proveedores, alumnos y

padres por toda su implicación y entusiasmo en el proyecto educativo. Sin ellos, este premio no sería posible», añaden.

Richmond International British School es un colegio privado laico con currículum británico y ubicado en La Rambla del Garraf, 14. A 8 minutos del centro de Sitges y 35 minutos de Barcelona. La escuela emplea actualmente a alrededor de 30 personas, y tiene aproximadamente 170 alumnos inscritos desde Educación Infantil hasta Bachillerato. Además, en 2022 la institución ampliará su formación a los más pequeños, ofreciendo un espacio independiente de guardería para edades de 1 a 3 años.

La escuela abrió sus puertas en septiembre de 2013 como fruto de una iniciativa privada centrada en el desarrollo académico y emocional de cada alumno, donde se en-

señan valores como el respeto por los demás, el cariño, la buena educación, la disciplina, la empatía y la tolerancia, que se unen a un proyecto educativo amplio, riguroso y estimulante. Richmond International British School es miembro de la Asociación Nacional de Colegios Británicos en España (NABSS). Con plena autorización y reconocimiento de las autoridades educativas competentes en España para operar como colegio extranjero de enseñanza del sistema británico.

«En este colegio se da la bienvenida a todos los niños de todas las nacionalidades y se aprecian y potencian las diferencias de cada uno. La lengua vehicular es el inglés, con 15 alumnos de media por clase y se ofrece una enseñanza totalmente individualizada y personalizada. Un colegio sin barreras, ni pedagógicas ni arquitectónicas en un edificio singular», resumen desde la escuela.

La escuela ha redefinido y rediseñado su modelo para que además de ofrecer todas las materias que figuran en el plan de estudios tradicional, se adopte un enfoque de temas transversales que despierten el interés de los alumnos. Para ello incluyen los programas de Inteligencias múltiples y Growth Mindset con la idea de fomentar la pasión por el aprendizaje, además de promover un trayecto formativo estimulante e inspirador.

La escuela cuenta con más de 170 alumnos desde Educación Infantil hasta Bachillerato

«La lengua vehicular es el inglés, de media hay 15 alumnos por clase y la enseñanza es personalizada»

POR
D. L.



Shane French, socio fundador, posa con el galardón

Ampliación a escuela infantil de 1 a 3 años

► Uno de los pilares de Richmond International British School es la enseñanza adaptada a las nuevas necesidades. Para ello la escuela avanza al mismo ritmo que sus profesores y los contenidos. El año pasado finalizaron la creación de aulas jardín para alumnos de primaria, y ahora cada una dispone de ventanas panorámicas con acceso a jardín individual. El objetivo de este año es la construcción de un espacio de enseñanza infantil, con 500 metros cuadrados de interior y exterior para niños de 1 a 3 años que dispondrá de 16 zonas de experimentación. «Será una oferta de formación única en la zona», señalan.

La evolución de las ciudades va de la mano de la integración de las personas con movilidad reducida en los espacios urbanos. El diseño de nuevos barrios pone el foco en adaptar las aceras, los pasos de cebra y la entrada a edificios, eliminando los obstáculos que puedan dificultar el paseo de personas en silla de ruedas o con problemas de movilidad. La conciencia social para facilitar el día a día de estos ciudadanos también debe llegar a otros aspectos de la urbe como es el transporte. Ejemplo de ello es la empresa Taxi Amic, que cuenta con una extensa flota de taxis adaptados a las personas con movilidad reducida. Por ello, LA RAZÓN ha entregado a Taxi Amic el Premio al Compromiso con el Servicio de Transporte de Personas con Movilidad Reducida, recogido por Josep Carles Herrero Pardo, presidente del Consejo de Administración de la empresa.

«Los premios suelen ser la muestra de que has estado haciendo bien la cosas», celebran desde Taxi Amic. «Para la empresa es un reconocimiento externo a todas las personas que durante años hemos y estamos implicados en dar el mejor servicio», añaden.

Taxi Amic no es una compañía convencional de taxis, sino que

Taxi Amic Movilidad urbana y segura para todos

Premio al Compromiso con el Servicio de Transporte para Personas con Movilidad Reducida

Más de 80 vehículos adaptados

► La empresa Taxi Amic opera en los alrededores de Barcelona, aunque ofrece servicio en el resto del territorio nacional, y permite que las personas con movilidad reducida puedan viajar en taxi sin ninguna dificultad. Su flota de más de 80 vehículos se ha adaptado al completo

para facilitar su transporte y sus 10 años de experiencia avalan un servicio cómodo y rápido. «La especialización, el conocimiento del usuario y la experiencia de años dedicados a las personas que tienen dificultades para moverse por la ciudad son los pilares de la empresa», aseguran desde Taxi Amic.

trabaja de forma exclusiva dando un servicio de transporte adaptado para usuarios con movilidad reducida. La idea de este negocio surge en el año 1991, cuando circuló por las calles de Barcelona el primer taxi polivalente. De cara a los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 1992 varios taxistas de la ciudad adquirieron vehículos adaptados, llegando a las siete unidades en 1993. La idea de formar una emisora exclusiva para servicios de taxi adaptado nace en 1996, después de valorar la posibilidad de unirse para la prestación en exclusiva de este tipo de servicios.

Tres años más tarde, con un número mayor de vehículos adaptados en circulación y la predisposición de más personas para añadirse al proyecto, nace Taxi Amic, con una flota de 19 vehículos, que se fueron popularizando hasta demostrar que los coches adaptados eran una necesidad en la ciudad. Con el paso del tiempo, la empresa fue creciendo hasta llegar a transformarse en una Sociedad Limitada, asociándose con Transports Ciutat Comtal en el año 2011, lo que aportó su experiencia en transporte y tecnología. «En todo este tiempo Taxi Amic ha demostrado su capacidad de adaptación a la realidad social

de su entorno y la voluntad de ofrecer un transporte público de calidad, creando un sistema de movilidad adaptada al área de Barcelona que ha sido pionera en toda Europa», explican orgullosos desde la compañía.

La empresa cuenta con una plantilla de 18 personas y una flota media de 80 vehículos. Taxi Amic opera en los alrededores de la ciudad, aunque es posible concertar viajes a cualquier punto de la Península, incluso a Europa.

POR
D. L.

Las personas con movilidad reducida han sido desde el primer día el centro de la empresa. La sensibilidad de los miembros fundadores del negocio hacia este colectivo ha estado presente desde el primer día. Además, reconocen y agradecen que las entidades públicas hayan avanzado en materia de inclusión, lo que ha animado a Taxi Amic a profundizar en su labor. «Para nosotros este colectivo lo es todo. De hecho, a nuestro Logo se incorporó la frase «Una vida amb tu» (Una vida contigo), haciendo referencia a los años de dedicación, y al propio taxista que acompaña al usuario en el servicio puerta a puerta. Sin ellos nuestra existencia no tendría sentido, seríamos una emisora más de taxis. Se han creado autén-

tics lazos entre el colectivo y las asociaciones de personas con movilidad reducida, que van más allá de una simple relación profesional/comercial», aseguran los responsables.

«Taxi Amic se ha adaptado a la realidad social y nuestra voluntad es ofrecer un transporte de calidad»



Josep Carles Herrero, presidente del consejo de administración de Taxi Amic

Para hacer su servicio más accesible, la empresa sigue implementando mejoras tecnológicas con las que hacer el viaje más confortable a sus usuarios y facilitar su contratación, como el formulario que han implementado en su web o la posibilidad de contacto por WhatsApp. «Siempre estamos en constante mejora, buscando la implicación de otras empresas tecnológicas vinculadas al mundo del taxi, para facilitar los procesos de gestión, tanto a nivel de empresa como para el usuario. Nuestro objetivo es expandirnos más allá del Área Metropolitana y extrapolar nuestro modelo de gestión a otras ciudades», reconocen desde Taxi Amic.

Durante los últimos dos años miles de empresas en España han tenido que hacer frente a nuevos desafíos en materia de prevención laboral. Además de las numerosas bajas por contactos con afectados por el coronavirus –lo que ha obligado a reorganizar plantillas de manera continua–, la higiene y la seguridad han pasado a ser una de las prioridades para garantizar el éxito de los negocios; y en muchos casos el éxito en su control ha permitido la supervivencia de grandes y pequeñas firmas. Para sobrellevar esta situación con eficacia, empresas como Acció Preventiva han impulsado el desarrollo de planes eficaces para garantizar la seguridad de los trabajadores. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado ahora a Acció Preventiva el Premio a Mejor Labor Empresarial en Prevención de Riesgos Laborales, galardón recogido por Xavier Pladevall Molina, su CEO.

«Ganar este premio supone un reconocimiento a la enorme labor llevada a cabo por todo el equipo de profesionales que componen

Acció Preventiva, aún más durante esta época tan convulsa y difícil en la que seguimos inmersos y en

la que la prevención y la seguridad laboral juegan un papel tan importante», explican desde la firma.

Acció Preventiva es una consultora en prevención de riesgos laborales con oficinas situadas en Barcelona, que, a través de sus servicios, ayuda a las empresas de todo el territorio nacional a ser más seguras, más saludables y más competitivas, rentabilizando su inversión en prevención. Fue fundada en 2012 por el actual CEO, Xavier Pladevall, considerado por la revista americana «Health & Safety Magazine» uno de los diez expertos mundiales en rentabilizar la inversión en PRL en las organizaciones.

Gestión de la empresa

La empresa cuenta con un equipo formado por más de 50 profesionales, todos ellos con más de 20 años de experiencia en el ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales y RR HH (Liderazgo Transformacional), pudiendo así garantizar una mayor integración de la prevención de riesgos laborales en el sistema de gestión de las empresas, e implementando una cultura preventiva eficaz y actualizada en cada una de ellas.

La empresa asegura a sus clientes los más altos estándares de



Xavier Pladevall, CEO de la empresa, se dirige a la sala tras recibir el premio

Acció Preventiva El momento de proteger a los empleados

Premio a Mejor Labor Empresarial en Prevención de Riesgos Laborales, aporta soluciones globales a sus clientes

seriedad y eficacia, además de aplicar un servicio personalizado que se adapta a la idiosincrasia de cada empresa que asesora. Esta cultura ha permitido a Acció Preventiva afrontar de manera exitosa los desafíos en materia laboral que ha traído la pandemia a sus clientes. «Con la aparición de la COVID-19, hemos incrementado las

acciones pedagógicas y altruistas en el marco de la PRL con el fin de que todas las entidades, con independencia de su tamaño o recursos, pudieran acceder a información experta para lograr crear espacios más seguros, más saludables y más competitivos», reconocen los administradores de la empresa.

Además de la consultoría preventiva, Acció Preventiva destaca por sus servicios de gestión del cambio en la cultura preventiva, introduce planes de igualdad, forma en liderazgo preventivo, ofrece asesoramiento en materia de empresa saludable y ayuda a las empresas a cumplir con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de la mano de su «partner» Euro-preven.

Para garantizar la eficacia de sus servicios, la empresa envía un técnico especializado en el sector y la actividad de riesgo de la empresa cliente para comprobar, de primera mano, cuál es su situación preventiva. Una vez realizado el análisis pertinente, el experto extrae la información y las posibles oportunidades de mejora en el marco de la prevención de riesgos laborales, que después son analizadas por Acció Preventiva. A partir de

«La prevención y la seguridad laboral juegan un papel importante durante la pandemia»

ahí los responsables de la firma desarrollan una hoja de ruta que se implanta en la firma con el acompañamiento de los técnicos, quienes miden en todo momento y mediante KPIs (tangibles e intangibles) los resultados obtenidos para realizar los ajustes necesarios hasta que el plan se ajusta al cliente.

Bienestar psicológico

Además de la cobertura de riesgos laborales clásicos, la empresa trabaja para adaptarse al mercado laboral actual. Con el fin de abordar la problemática existente acerca de los riesgos psicosociales en el ámbito laboral, Acció Preventiva ha desarrollado una nueva herramienta denominada Test de Bienestar Emocional. Se trata de una aplicación online que, mediante un test de autoevaluación, permite determinar el estado de salud mental de cada una de las personas trabajadoras en la organización y, al mismo tiempo, analizar su capacidad para rendir de manera óptima. Este test permite detectar síntomas físicos, relacionados con estados de estrés; síntomas psicológicos, relacionados con el estado de ánimo; y síntomas adaptativos, que atienden a situaciones estresantes. «De esta forma detectamos en los empleados anomalías que de otra manera quedarían ocultas, salvaguardando su salud», detallan.

Nuevos riesgos derivados de la digitalización

►La introducción de nuevas tecnologías durante los últimos años, así como la popularidad del teletrabajo durante la pandemia, han extendido el uso de dispositivos electrónicos a prácticamente todos los empleos, lo que ha introducido nuevos riesgos laborales. «Diversos estudios demuestran que, además de propiciar la aparición de dolores musculares, migraña, fatiga mental y física, y ansiedad, entre otras, la implantación incontrolada de la tecnología también es el origen de una nueva patología: el tecnoestrés», explican los responsables de Acció Preventiva.

Doctor Javier Rizzo de Solà Cirujano plástico de referencia

Premio a la Trayectoria Profesional en Cirugía Plástica, ha ayudado a cientos de pacientes en más de 30 años de carrera

La cirugía plástica es una especialidad médica en pleno auge y evolución, siempre con el objetivo de permitir a pacientes de todas las edades reparar y hacer más estético su cuerpo. Ya sea por necesidad médica o por voluntad propia, la cirugía estética permite mejorar la salud física y emocional del paciente, haciendo que se sienta más a gusto con su cuerpo y mejorando notablemente su calidad de vida. Uno de los referentes en la cirugía plástica en España es el cirujano Javier Rizzo de Solà, miembro numerario de la Sociedad Española de Cirugía Plástica con una extensa carrera y experiencia en toda clase de intervenciones. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado Javier Rizzo de Solà el Premio a la Trayectoria Profesional en Cirugía Plástica.

El centro del doctor Rizzo de Solà se encuentra en Barcelona, aunque colabora con otros de distintas especialidades. Su consulta lleva más de 30 años abierta, siempre con un equipo de colaboradores de amplia experiencia detrás. El cirujano recalca que la principal labor de él y su equipo es analizar con detenimiento al paciente para dar forma a la idea que tiene y las posibilidades reales de la cirugía. «Creo que este premio es un reconocimiento a la forma de trabajar que hemos empleado siempre. Cuando el paciente te explica el motivo por el que acude a la consulta, la función del cirujano es interpretar, hacer un diagnóstico y explicarle cuáles son las posibles soluciones reales», afirma el especialista.

Sobre este asunto, Rizzo de Solà comenta que en muchas ocasiones es necesario que el paciente asuma que los cirujanos y el resto de personal de la clínica son los que tie-

Tecnología para mejorar el postoperatorio

►La clínica del cirujano Rizzo de Solà cuenta con más de tres décadas de experiencia en la especialidad de cirugía plástica, tanto estética como correctora, y su servicio centrado en el equilibrio entre las intenciones del paciente y la realidad asegura la eficacia, la seguridad y la satisfacción del cliente. En toda su trayectoria, este veterano especialista ha incorporado en sus intervenciones la última tecnología para lograr los mejores resultados con las máximas garantías. Como él mismo explica, «existen muchas técnicas novedosas, así como aparatología de última generación, que nos proporcionan grandes ventajas. Principalmente en el post operatorio y en los resultados».



El doctor Rizzo de Solà junto a Francisco Marhuenda

nen la experiencia y el conocimiento sobre la cirugía estética. En este sentido, explica que la idea inicial que pueda tener un cliente no tiene por qué poderse ejecutar. «Muchas veces las pretensiones de un paciente no se corresponden con la solución que el médico aporta», comenta. Y añade: «Cada persona es única, por eso nuestro objetivo es entender sus expectativas, sus pretensiones, y realizar un diagnóstico personalizado y acorde a sus posibilidades».

La cirugía estética está muy presente en la sociedad española y puede centrarse tanto el contorno del rostro como en el corporal y mamario. El doctor explica que el tipo de intervenciones suele variar en función del clima. Antes de la llegada del verano es mucho más habitual que hombres y mujeres se decanten por la cirugía corporal, pensando en la playa y la piscina. Mientras que en invierno son mucho más habituales

las operaciones para retocar la cara, la parte del cuerpo más expuesta en esa época. Rizzo de Solà añade que la cirugía plástica va más allá de la estética y que también permite solventar problemas físicos como quemaduras, malformaciones o cicatrices. Esta sería la cirugía reparadora. «La diferencia es que la cirugía estética es para

perfeccionar pequeños defectos que queremos solucionar mediante intervenciones», asegura.

La cirugía plástica está ampliamente desarrollada y la consulta de Javier Rizzo de Solà garantiza la máxima seguridad y satisfacción del cliente. El cirujano recuerda que el intrusismo en el sector está muy extendido en centros que no cuentan con las medidas de seguridad necesarias y explica que la mejor manera de asegurarse de que la clínica cumple los estándares es mediante el título de cirugía plástica, estética y

reparadora que emite el Ministerio de Sanidad.

El centro del cirujano Rizzo de Solà también cuenta con tratamientos paralelos a las intervenciones que permiten corregir la apariencia personal mediante medicina estética. La consulta incluye tratamientos de peeling, hilos tensores faciales, biorrevitalización mediante aminoácidos, bioestimulación, bótox, intralipoterapia-aqualix y micropigmentación médica.

Además, la medicina estética corporal incluye el peso y todo lo que engloba la silueta corporal: nutrición y remodelación de la silueta. Las técnicas que se emplean son la mesoterapia, la radiofrecuencia o la intralipoterapia. También se trata en amplitud la piel, corrigiendo estrías, flacidez o varicosidades. Por su parte, en la medicina estética facial se incluye el tratamiento de las manchas, melasmas, hiperpigmentaciones, secuelas del acné o cicatrices.

POR
D. L.

Alexion, AstraZeneca Rare Disease La esperanza de miles de familias

Premio al Desarrollo de Tratamientos Innovadores para Pacientes con Enfermedades Raras, lidera ambiciosos proyectos de investigación

En el mundo se conocen alrededor de 7.000 enfermedades raras y, aunque solo las padece un porcentaje ínfimo de la población, en conjunto afectan a un gran número de personas. Tan solo en España, hay tres millones que viven con una de estas afecciones. Las enfermedades raras pueden presentarse a cualquier edad, pero el 50% lo hacen en niños y pueden afectar a las familias durante generaciones por el retraso en recibir un diagnóstico preciso. Esto, unido a la falta de tratamientos, provoca que en muchos casos las familias de los enfermos queden desamparadas, ya que tan solo el 5% de las enfermedades raras disponen en este momento de tratamiento.

Por ello es importante reconocer la labor de las empresas que día a día trabajan para dar esperanza a estas familias y que, pese a las dificultades, investigan estas afecciones en busca de una cura o de nuevas técnicas para acelerar y facilitar el diagnóstico. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Alexion, AstraZeneca Rare Disease el Premio al Desarrollo en Tratamientos Innovadores para Pacientes con Enfermedades Raras, galardón recogido por Leticia Beleta, general manager de la empresa en Iberia.

«Recibir este premio es un gran reconocimiento al trabajo que hacemos en Alexion cada día. Nos comprometemos a seguir estando a la vanguardia de la ciencia y la innovación y a trabajar con nuestros socios y colaboradores, como hospitales, médicos, instituciones, asociaciones de pacientes y muchos más, ofreciendo terapias y servicios transformadores que no solo mejoren la vida de los pacientes, sino que les permitan vivir plenamente», explica Beleta.

«Durante casi 15 años, hemos realizado importantes esfuerzos de investigación y desarrollo en España, con ensayos clínicos fren-



Leticia Beleta, general manager de la compañía en Iberia

Cinco terapias aprobadas

► Alexion, AstraZeneca Rare Disease cuenta con cinco terapias aprobadas para el tratamiento de personas afectadas por siete enfermedades raras. «Alexion fue la primera en traducir la compleja biología del sistema del complemento, que forma parte del propio sistema inmunitario de nuestro cuerpo, en medicamentos

transformadores», explica Leticia Beleta, que añade: «Seguimos innovando y evolucionando en nuevas áreas donde hay una gran necesidad no cubierta». Entre los campos que cubre la empresa destacan sus esfuerzos en hematología, nefrología, neurología, trastornos metabólicos, cardiología y oftalmología, entre otros.

te a más de veinte enfermedades y colaborado con más de cuarenta hospitales, diez de ellos situados en Cataluña», añade la representante de la firma.

Alexion, AstraZeneca Rare Disease es por tanto el grupo de AstraZeneca centrado en las enfermedades raras, y fue creado tras la adquisición de 2021. Como líder en este tipo de patologías desde hace casi 30 años, Alexion se centra en servir a los pacientes y las familias afectadas a través del descubrimiento, desarrollo y comercialización de medicamentos que pueden cambiar radicalmente sus

condiciones de vida. Alexion tiene su sede en la ciudad estadounidense de Boston, Massachusetts, y atiende a pacientes en más de 50 países. En España, la oficina de Alexion en Barcelona se abrió en 2007 y hoy más de 70 personas con talento atienden a los pacientes que viven con una enfermedad rara a nivel local y participan en diversas iniciativas para hacer frente a las necesidades insatisfechas de los pacientes.

Desde la compañía aseguran que estos pacientes son el centro de su esfuerzo diario y darles cobertura es la gran satisfacción de sus empleados, como explica Leticia Beleta: «Las personas afectadas por enfermedades raras son nuestra inspiración y nos guían en todo lo que hacemos. Creemos que es nuestra responsabilidad escuchar, entender y transformar las vidas de los pacientes y de aquellos que trabajan incansablemente para ayudarlos».

Más allá de la creación de tratamientos innovadores para ayudar a estas familias, la empresa también lleva a cabo colaboraciones con otras instituciones. Por ejemplo, en 2020, Alexion España apoyó la creación del Observatorio Legislativo de Enfermedades Raras y Medicamentos Huérfanos con el objetivo de identificar los principales retos legislativos que hay que abordar para mejorar la

«Hemos realizado ensayos con más de veinte enfermedades y colaborado con más de cuarenta hospitales»

«Los afectados por enfermedades raras son nuestra inspiración y nos guían en todo lo que hacemos»

calidad de vida de los pacientes. En su esfuerzo por concienciar y educar a la sociedad sobre estas enfermedades, la compañía también ha puesto en marcha, con el apoyo de varias asociaciones de pacientes, iniciativas como 3MillonesYaNoEsRaro.com y LALD-YOURWAY.com.

«Buscamos oportunidades para colaborar con todos los implicados en el viaje del paciente, incluidos los que proporcionan atención y acceso. Cada uno de nosotros es responsable de cumplir nuestros compromisos con las familias», resume Beleta.