



LA RAZÓN

MARTES 1 DE FEBRERO DE 2022 • AÑO XXIV • 8.421

— III PREMIOS —
**EXCELENCIA
EMPRESARIAL**

El espíritu emprendedor, el talento y el éxito en la innovación de los emprendedores son el motor que está impulsando a cientos de compañías en nuestro país para sobrevivir y superarse, en un momento en el que la economía sigue sufriendo las graves consecuencias de una pandemia mundial. En medio de estas dificultades, es gratificante y alentador comprobar que los empresarios consiguen los resultados marcados, generan riqueza y crean empleo.

Con el fin de reconocer su esfuerzo y su papel en la economía y la sociedad españolas, LA RAZÓN celebró, la tarde del 19 de enero, la tercera edición de los Premios Excelencia Empresarial. Tuvo lugar en el Hotel Meliá Avenida de América de Madrid, que acogió a un buen número de empresas que son sinónimo de talento, constancia y trabajo.

En una gala conducida por la periodista Marina Monzón, con Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, como anfitrión, y presidida por José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España, el periódico premió a más de una veintena de firmas que representan un amplio espectro del tejido empresarial español, desde inmobiliarias a construcción, del sector de la alimentación, de la logística, tecnológicas, salud y la energía.

Una necesaria evolución

Adaptación y compromiso. Francisco Marhuenda abrió el acto recordando la importancia de incorporar las nuevas tecnologías a las empresas, como ha hecho LA RAZÓN en los últimos años. Estas suponen un amplio abanico de opciones para las compañías y una oportunidad de crecer. «Es fascinante cómo las nuevas tecnologías nos han permitido multiplicar los negocios, las líneas y las oportunidades», señalaba el director, asegurando que estamos todavía en pleno cambio y crecimiento, y destacando el método de trabajo que los periódicos están tomando desde la necesidad de la digitalización, creando una oportunidad de informar de una manera más rápida y eficaz.

«Los periódicos no se acaban, sino que se adaptan a una nueva realidad», confesaba. En la misma línea se están adaptando miles de empresas en España, destacó, y prueba de ello son las que fueron galardonadas en la gala, a las que agradeció su trabajo y felicitó.

El primer galardonado de la tarde fue Ignis Energía. Expertos en energías renovables, tienen en

«Las empresas son el mejor escudo social de este país»

José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España, presidió, junto al director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda, la tercera edición de los Premios Excelencia Empresarial celebrada en Madrid



José Luis Bonet cerró la gala con unas palabras de agradecimiento a los empresarios



Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, abrió el acto



mente cambiar el paradigma de la industria y consideran que para ello, van en buen camino: «Nos hace ilusión este reto de que las renovables estén empezando a cambiar el paradigma de la energía», afirmaba su fundador, Antonio Sieira, recogiendo el Premio al Crecimiento Empresarial en el Sector Energético.

El siguiente premio, Primera Incubadora de «startups» tecnológicas en Madrid, fue para Asterius Tech. Se autodefine como un compañero de viaje y un socio: «No somos solo una aseguradora», destacaba su CEO, Javier García, al recoger el galardón.

Expertos en el crecimiento de las empresas turísticas, Juniper Consulting fue galardonada con el Premio al Liderazgo Empresarial en soluciones tecnológicas para el Sector Turístico por su capacidad de adaptación y la confianza que sus más de 360 clientes tienen en la empresa.

«Los balnearios están de moda», destacó la siguiente premiada. El bienestar físico y mental de las personas es el principal objetivo de Balneario de Archena, cuya

FOTOS: GONZALO PÉREZ/ALBERTO R. ROLDÁN



Los galardonados en la tercera edición de los Premios Excelencia Empresarial junto a Francisco Marhuenda y José Luis Bonet

presidenta del Consejo de Administración, Amelia Isabel Pérez, fue la encargada de recoger el Premio Turismo de Salud.

El galardón posterior fue a la Mejor Editorial de Autoedición de España. Esa es Editorial Círculo Rojo, por ayudar a miles de autores a publicar sus obras y fomentar la lectura. A continuación, el cuidado del planeta fue el protagonista: Sphere España obtuvo el Premio al Compromiso con el Medio Ambiente y la Economía Circular. Un logro que aseguraron es fruto de más de 60 años de trabajo, en el que han conseguido todos sus propósitos.

RITEC, una empresa que tiene su tecnología implantada en 50 países, recibió el premio LA RAZÓN como Mejor Empresa de Tecnología para el Sector Agrícola. Mientras el de Mejor Productor de hortalizas cayó en manos de Hermanos Guerrero.

La siguiente fue la protagonista del Premio Líder en Productos Cárnicos: Cárnicas 7 Hermanos, y Transfober, por su parte, fue pre-

miada como una de las transportistas más importantes.

El siguiente premiado fue para los líderes en soluciones innovadoras aeroportuarias: TK Airport Solutions. «En España tenemos gran talento y pronto se verá reflejado en un crecimiento económico», afirmó Ignacio Medina, su director general.

El Premio al Crecimiento Empresarial en el Sector del Transporte Automovilístico fue para ORVIPAL Trans, representada por su presidente, Joaquín Vicente Fernández. Le siguió Gustavo Catalano Faro, CEO de Catalano Clínicas Odontológicas, que recibió el Premio a la excelencia empresarial y crecimiento en el sector odontológico.

Las residencias de mayores han sido muy afectadas por la pandemia, es por ello que empresas como Seniors Residencias han tenido que adaptarse para dar a sus usuarios una atención de calidad y con una extrema precaución: «Gracias a la administración de vacunas y seguimiento del pro-

POR
MIRIAM R.
NOGAL

Bonet definió a los empresarios como «héroes sociales» encargados de generar riqueza

«Las nuevas tecnologías nos han permitido multiplicar las oportunidades», aseguró Marhuenda

toloco de higiene hemos sabido gestionar la pandemia», aseguraba Mónica Gallego, su directora.

A continuación el Premio para el Éxito empresarial como Agencia Inmobiliaria fue para Balearhouse, cuyo gerente, Jesús María Calvo, cedió el mérito a sus clientes.

Momentos finales

El galardón a la Mejor Marca Sostenible fue para Keter Iberia, representada por su directora general, María Jesús Esteve, mientras que Quantion fue galardonada como la Mejor Empresa de Estrategia Digital e Innovación tecnológica. Seguidamente, Estampaciones Industriales (EISA) recibía el Premio en I+D en Calidad de Producto y en Compromiso en Servicio al Cliente.

Grupo Segura Ruiz fue reconocida como Empresa Líder en Gestión de residuos y Alarwool se llevó la estatuilla a la Proyección internacional en la Industria Textil. GESA Mediación fue distinguida como Mejor Correduría de Seguro, y seguidamente el CEO de Hormitech, Fernando Vega, subió al escenario para recoger el Pre-

mio al Diseño en Construcción de Casas Modulares.

La ceremonia concluyó con las palabras de José Luis Bonet, que quiso celebrar el esfuerzo de la empresa española, capaz de superar los problemas económicos y sociales que se presentan en la actualidad. De esta manera, definía a los empresarios como «héroes sociales» encargados de mover el motor de la riqueza en el país: «Las empresas son el mejor escudo social» de este país, aseguraba Bonet. Así, aprovechó la oportunidad para pedir a las grandes entidades y a las instituciones la ayuda necesaria para que las pymes puedan seguir subiendo peldaños en el sistema: «Podemos superar la encrucijada si seguimos las pautas, y quiero pedir a las organizaciones que no pongan palos en las ruedas empresariales, sino que ayuden», acabó.

La foto con todos los premiados despidió la gala hasta el año que viene, una foto de más de una veintena de empresas que han demostrado que la constancia, la lucha y el emprendimiento dan sus frutos, pese a las adversidades que puedan surgir.



Rocío Sánchez, Noelia Herrera, Alberto Cerezuela, Gabriel Amat, Juan José Matari y Salvador Moya



Rufino López, Ignacio Medina Álvarez y Francisco Arqueros



Jorge Sarasola y Antonio Sieira



Mariano Albaladejo, Francisco Sánchez y Rocío Rubio



Marcos Mata y María Sieira



Aitor López, Ricardo Guerrero, Ricardo Guerrero, Atanasio Gguerrero y Ricardo Guerrero



Raimundo Alabern, Jaime Sánchez y Juan Mateos Tejedor



Carlos Sánchez, Javier García, Luis Javier García y Diego Villanueva



Enrique García, Raquel Peregrín y Luis Miguel Peregrín



Juan Moya y Jorge Antonio Segura



Julián Cubero García



Maria Luisa Roldán, María Jesús Esteve Arrola y Máximo García



Pablo Catalani, Sergio García, Gustavo Catalani, Patricia Domínguez y María José Jiménez



Francisco Marhuenda con Rosa Díaz y Bonet



Alfonso Biel



Jesús María Calvo



Francisco Vicente, Joaquín Vicente Fernández y Raúl Egea



Javier Pérez Parra, José Luis Bonet, Rosa Díaz y Manuel Torres



Marc Griful, Carme Pellicero y Eva Álvarez



Javier García y Santos García



Marcela Maggio



Antonio Lloret Pérez y Amelia Isabel Pérez Menzel



Cecilia Martínez y Mónica Gallego



Javier Pérez Parra, Francisco Marhuenda, José Luis Bonet y Rosa Díaz



La presentadora del acto, Marina Monzón, al comienzo de la gala



Detalle de las figuras de los premios Excelencia Empresarial



Guzmán Gómez, Fernando Vega Hernández y Jorge Fernández

El sector energético ha sido uno de los que ha copado la atención en el último año debido al encarecimiento del precio de la luz en España y en muchos otros países. Es por ello que las empresas que se dedican a la gestión de la energía tienen ahora más responsabilidad que nunca en ofrecer el mejor servicio y apoyar a los consumidores en el día a día. Empresas como Ignis Energía entienden el importante papel que juega su sector en la economía y están comprometidas a dar soluciones en materia de abastecimiento y consumo de luz para facilitar la vida a sus clientes y mantener estable el suministro eléctrico. Además, el compromiso de esta empresa pasa por la comercialización de energías de producción renovable, aportando su grano de arena a la descarbonización del planeta y al consumo responsable. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Ignis Energía el Premio al crecimiento empresarial en el sector energético, galardón recogido por Antonio Sieira, su CEO y fundador.

«Es un honor este reconocimiento a muchos años de trabajo en energía del que son partícipes el fantástico equipo que me acompaña. En estos momentos, contamos con más de 300 profesionales altamente cualificados y con ilusión desbordante por este proyecto, y seguimos sumando talento», describe Antonio Sieira.

Ignis es una empresa fundada en 2015 que en menos de seis años logró convertirse en un grupo energético integrado y que cuenta ya con 315 empleados. Tras su creación, Ignis adquirió cuatro plantas de cogeneración, a las que se han ido sumando otras instalaciones que ha desarrollado de producción de energía hidroeléctrica, térmica, eólica y solar, hasta el punto de que a día de hoy gestiona una cartera de proyectos de energía solar y fotovoltaica de más de 14.000 MW en España y otros 8.000 MW en el exterior, dos hitos que sitúan a Ignis como uno de los referentes en energía limpia en España. Adicionalmente, Ignis gestiona una cartera de 3.500 MW de centrales hidroeléctricas, térmicas, eólicas y solares.

Además de su extenso servicio de desarrollo y gestión de centrales de generación eléctrica, Ignis Energía también comercializa luz al cliente final. Además, según destaca Antonio Sieira, su principal tarea en este momento es la de

Ignis Energía Referente en electricidad renovable

Premio al Crecimiento Empresarial en el Sector Energético.
En seis años se ha convertido en un gran grupo integrado



Antonio Sieira, CEO y fundador de Ignis Energía

ofrecer asesoramiento a los consumidores que quieran iniciarse en el terreno de la producción propia de energía, por ejemplo, a través de paneles solares en el domicilio. «Después del enorme crecimiento en la actividad de desarrollo de renovables que hemos tenido, la actividad de Ignis se centra ahora en España en hacer proyectos de autoconsumo (solar en azoteas y tejados, principalmente) y en gestionar la energía (gas y electricidad) de nuestros clientes de manera óptima».

Suministro a la industria

Además, debido a las complicaciones que se han vivido en 2021 en materia energética, Ignis ha centrado sus esfuerzos en el suministro de electricidad a la industria. «Con la subida del precio de la luz, hemos hecho una apuesta especial por el sector industrial electrointensivo, que es el sector

donde vemos mayor urgencia en encontrar una solución», detalla el directivo.

Ignis Energía se describe como una empresa verticalmente integrada, muy dinámica y flexible que se adapta a las necesidades del cliente para ofrecerle los servicios y el asesoramiento personalizado que necesite. «Esto significa que somos capaces de aportar soluciones integrales que empiezan literalmente con un papel en blanco, un diseño conceptual de la solución en función del recurso renovable cercano al cliente, la búsqueda de una solución óptima de construcción y financiación, y la gestión de la energía en el mercado eléctrico», describe Sieira.

Gran parte de esa labor de asesoramiento viene dada por grandes clientes que buscan realizar una transición energética en su negocio aumentando la electrificación de consumos térmicos y

mejorando los consumos eléctricos existentes. Para ello, según explican desde Ignis, se necesita aumentar la flexibilidad y gestionabilidad de las energías renovables, por lo que los desarrollos en innovación de esta empresa se centran en esos objetivos. «Nuestros proyectos son cada vez más digitales y tecnológicos basados en sistemas que prevén tanto la generación como el consumo y, además, facilitan su gestión. También, trabajamos en almacenamiento energético en baterías de distintas tecnologías, en hidrógeno, y en otras que aún tienen un

«Las energías renovables son una pieza fundamental por su menor coste de producción»

Expansión en el mercado internacional

Ignis Energía es una empresa española especializada en la producción y la comercialización de energía renovable, y ofrece además un asesoramiento focalizado en el autoconsumo. En apenas cinco años se ha situado como uno de los referentes del sector en este país, y busca ahora posicionarse internacionalmente. En el extranjero gestiona ya una cartera de 8.000 MW de energía renovable y espera en 2025 que el 50% de sus ingresos provengan del mercado extranjero (ya están presentes en cinco países). «Estamos estudiando mercados y países muy específicos donde ya estamos avanzando en proyectos, tanto en América, como Europa y Asia Pacífico», explican desde la compañía.

TRL bajo para implantar en mercado, pero que son una interesante propuesta de futuro», describe el CEO de la compañía, que añade que la aplicación de nuevas tecnologías permite diseñar y operar parques más eficientes, que producen más con un menor impacto ambiental y se ajustan al consumo real del cliente.

Esta transición, además de necesitar tecnologías más eficientes que permitan reducir el consumo energético, precisa de energía producida por fuentes renovables que se puedan almacenar para garantizar su abastecimiento. «El menor coste de producción e impacto ambiental de las energías renovables hacen de ellas una pieza fundamental para cualquier sistema eléctrico moderno. El reto consiste ahora en ser capaz de integrar su falta de predictibilidad con una demanda de energía variable», concluye el experto.

Asterius Tech El mejor apoyo para emprendedores tecnológicos

Premio a la Primera Incubadora de Start-ups Tecnológicas en Madrid, ofrece asesoramiento para hacer realidad y catapultar al éxito sus proyectos

El ecosistema empresarial español está dominado por microempresas fundadas por emprendedores y por pequeños negocios familiares especializados en el sector servicios, concretamente en la hostelería y el turismo. Pero para que la economía del país pueda competir a nivel global se necesitan nuevas

empresas que aporten a la sociedad y a otros negocios nuevas tecnologías y soluciones.

POR
D. L.

En ese proceso de creación de nuevas empresas digitales destaca Asterius Tech, una aceleradora de start-up que permite a pequeños emprendedores transformar sus ideas en proyectos, para que estos terminen materializándose en ne-

gocios de éxito. Por todo ello, LA RAZÓN ha otorgado a Asterius Tech el Premio a la primera incubadora de start-ups tecnológicas en Madrid, recogido por Javier García Pérez, CEO de la firma.

«Este galardón supone un reco-

nocimiento tremendamente motivador, no solo a ojos públicos sino a nivel interno. Significa una señal de haber comenzado por el camino correcto y un empujón para superar nuestras propias expectativas y crecer junto a nues-

tros clientes», explican desde la empresa.

Asterius Tech es una incubadora muy reciente, creada en 2021, por lo que nace teniendo en cuenta las últimas necesidades que tienen los pequeños emprendedores del sector tecnológico. La firma se caracteriza por contar con un espíritu joven y dinámico, y está formada por un equipo con más de diez años de experiencia en el sector del asesoramiento financiero. Desde la empresa destacan que, además de tener su sede en Madrid, cuenta con una red interna de apoyo a start-up desplegada a lo largo y ancho de la geografía española.

La filosofía de esta incubadora es aportar a los emprendedores inversión, asesoramiento y formación de la mano de diferentes expertos en toda clase de materias.

La flexibilidad como eje del negocio

► Asterius Tech es una incubadora de empresas tecnológicas afincada en Madrid que ofrece un trato personalizado a toda clase de emprendedores. Según explican, en el ecosistema actual la clave del éxito de una start-up es sobre todo su capacidad de adaptabilidad a los cambios del mercado, así como la

diferenciación de la enorme competencia. «Nuestro asesoramiento recoge una simbiosis entre la satisfacción de las necesidades internas de cada una de las start-ups, y las mejoras a realizar para poder destacar por encima de la competencia empresarial en el sector», afirman desde la empresa.

Desde la empresa destacan que, gracias a la metodología aplicada, Asterius Tech reduce las etapas previstas en la creación y expansión del negocio, a la mitad de tiempo que otras incubadoras. «Ofrecemos un servicio compacto, completo y eficaz, unas características extremadamente importantes en cuanto al sector tecnológico se refiere, donde la actualidad juega un papel protagonista», afirman desde la compañía. Otro de los puntos clave de la incubadora es el factor humano, poniendo el trato personal con sus clientes en el centro de la ejecución de proyectos, con una comunicación constante entre emprendedores y expertos. Para lograr esta comunicación fluida y el trato personalizado, Asterius Tech ofrece sus servicios a un número reducido de clientes.

Selección de clientes

A todo ello se suma un sistema único de apoyo a emprendedores que agiliza la expansión del negocio, como explican en la firma. «Todas las incubadoras desarrollan un proceso de planificación de la trayectoria desde que se plantea y siembra la idea hasta que sea capaz de volar sola y tener independencia administrativa y financiera. La principal ventaja de Asterius Tech es el planteamiento de fases, el cual les diferencia del resto de incubadoras. Todos estos pasos conllevan un tiempo de

Con su metodología, su equipo reduce a la mitad el tiempo de incubación de una start-up

adaptación, y este, debido al equipo con el que contamos y a su amplia experiencia en el sector, se comprometen a reducir el tiempo de este crecimiento a la mitad», aseguran.

Un proceso determinante para esta incubadora es la selección de candidatos. Como comentan, el número de empresas tecnológicas a las que asesoran es limitado, y para cribar entre los candidatos ponen el foco en el trato personal y cercano con los emprendedores, así como en el modelo y la idea de negocio. «Uno de los aspectos que más valoramos es si el cliente tiene un perfil activo o pasivo, y si su canal principal es online. Así como si cuentan con algún tipo de logística implementada como importaciones o exportaciones y factores externos que pueden afectarle», resumen desde la firma.



Javier García Pérez, CEO de Asterius Tech



Juan Mateos, CEO de Juniper

Juniper Consulting La tecnología al servicio de la industria turística

Premio Liderazgo Empresarial en Soluciones Tecnológicas para el Sector Turístico. La empresa, con sede en Palma de Mallorca, trabaja ya en 56 países

Juniper lleva casi dos décadas dotando de las últimas tecnologías al sector turístico. Con sede en Palma de Mallorca y oficinas internacionales en Miami, Dubai, Cali (Colombia) y Sao Paulo (Portugal), Juniper trabaja diariamente para ofrecer a sus clientes un servicio de calidad personalizado que les permite innovar y crecer destacando entre la competencia.

En un mercado de constante cambio y evolución, esta empresa ha sabido adaptarse a las necesidades ayudando al sector turístico a implementar en su día a día las tecnologías más innovadoras, con la creación de aplicaciones y páginas web de diseño específico y totalmente funcionales. Porello, LARAZÓN ha querido

hacerle partícipe de los Premios Excelencia Empresarial concediéndole el galardón por su Liderazgo Empresarial en Soluciones Tecnológicas para el sector turístico. Un premio para Juniper, pero especialmente para su CEO, Juan Mateos, quien al recogerlo en la gala aprovechó la ocasión para dedicárselo al equipo: «Es una satisfacción ver que se valora el esfuerzo y el liderazgo que quiere aportar, ya que no hay éxito sin esfuerzo ni victorias sin derrotas», aseguraba, prometiendo que si éstas llegan estará al lado de sus trabajadores para seguir creciendo».

El principal reto de Juniper ha sido crear un sistema de soluciones tecnológicas adaptado a todo el mundo. Cinco continentes, más de 56 países y una gran variedad

de empresas turísticas han confiado en el trabajo de esta empresa que, con solo un plan de actuación general, pero con un trato especializado en cada uno de sus clientes, ha conseguido expandirse por todo el mundo y sumar proyectos

a sus logros personales. «Nuestro software es un referente mundial al ser capaz de aportar flexibilidad de adaptarse a cada mercado y a cada tipo de operación en la industria turística», afirma a LARAZÓN Juan Mateos.

«Evangélica» del concepto tecnológico

► El fundador de Juniper, Jaime Sastre, utilizó el término «evangelizar» como una forma de explicar el porqué las empresas de turismo necesitan de las nuevas tecnologías para seguir viviendo. Un símil que comenzó a utilizar en relación a la labor de Junipero Serra, misionero español que llevó el cristia-

nismo a Estados Unidos. «Sastre supo ver la necesidad que tenían y tienen las empresas de turismo en poderse centrar en la distribución de su producto con un facilitador como la tecnología», señala Juan Mateos, sucesor y actual director general de la empresa y creador de Juniper Group.

La pandemia ha sido para esta compañía un doble desafío. Además de tener que enfrentarse a los imprevistos ocurridos durante el estado de alarma, donde la mayor parte de las empresas tuvieron que adaptarse –a la fuerza– al poder del teletrabajo, Juniper experimentaba uno de los mayores cambios dentro de su equipo: un cambio de dirección. Jaime Sastre, tras 17 años de liderazgo, dejaba la sucesión de su presidencia a Juan Mateos, quien pasaba a ser Director General.

Arquitectura vanguardista

La esencia de las tecnologías es una innovación que la entidad tiene presente segundo a segundo en sus proyectos. En la actualidad, está comprometida a tener una arquitectura de vanguardia que permita a los clientes tener la mejor interconexión posible. Y así hacen. Más de 1.500 empresas están conectadas a sus sistemas, donde Juniper gestiona al día más de dos billones de transacciones y tiene desarrolladas más de 500 conexiones XML junto a los diferentes proveedores turísticos con los que trabaja.

Juniper se compone de tres productos: Juniper Booking Engine, Cangooroo Booking Engine y Juniper Hub. Pero, ¿para qué sirve cada uno de ellos? Mientras Juniper Booking Engine es una herramienta modular para comprar y vender productos turísticos como

Su software es un referente mundial. Gestiona al día más de dos billones de transacciones

alojamientos, vuelos o excursiones, Cangooroo Booking Engine es un motor de búsquedas mucho más intuitivo que permite a las empresas turísticas adaptarse a las tecnologías sin dificultad. Por último, Juniper Hub es una especie de intérprete que facilita la conexión. Un sistema que une directamente a los proveedores de un alojamiento con sus potenciales clientes.

En la actualidad, la firma galardonada tiene más de 360 clientes y 1.500 colaboradores repartidos por todo el mundo. Muchos de ellos se tratan de diferentes empresas turísticas que llevan años mostrándoles su confianza. Una manera de crecer mano a mano con el cliente, aportándole ayudas para su internacionalización con un negocio mucho más diverso e interconectado.

Balneario de Archena Bienestar y relax para todas las edades

Premio Turismo de Salud. Cuentan con 200.000 m² de modernas instalaciones donde disfrutar de una amplia oferta de tratamientos personalizados

Expertos en relajación y salud, el Balneario de Archena ayuda a sus clientes a alejarse de la rutina gracias a sus servicios e instalaciones. Este complejo de más de 200.000 metros cuadrados y compuesto por tres hoteles balneario está situado en el Parque Natural de Valle de Ricote, en la provincia de Murcia, y es una de las mejores opciones a disposición de los amantes del turismo de salud para pasar sus días libres.

Un balneario marcado por el pasado. Los íberos, los romanos, el orden de San Juan o la desamortización de Mendizábal son algunos de los datos históricos a los que se remontan los orígenes y la evolución del Balneario de Arche-

na. Una empresa familiar adquirida por Nicasio Pérez Galdó en 1945, que lleva en marcha más de cuatro generaciones y que se convierte al mismo tiempo en un enclave perfecto para los amantes de la historia. Un paraíso que te invita a descubrir más de 2.000 años de antigüedad

El Turismo de Salud ha sido premiado concediéndole su galardón al Balneario de Archena, por tantas décadas de bienestar, salud y es-

fuerzo llevadas a cabo en sus instalaciones. Amelia Isabel Pérez Menzel, presidenta del Consejo de Administración, fue la encargada de recoger el premio en representación de la empresa. Un reconocimiento que agradeció tanto a sus trabajadores como a los clientes que llevan años mostrándoles su

POR
MIRIAM R.
NOGAL

Personas de mediana edad, jóvenes y familias con niños son ya clientes habituales del balneario

Su riguroso protocolo anticovid y de higiene le ha valido el Safe Tourism Certified del Ministerio de Sanidad

confianza. «Estos premios animan a las nuevas generaciones a trabajar, innovar y luchar por el sueño familiar que nos ha hecho merecedores de estos galardones», confesaba, recordando que «los balnearios estamos de moda».

Década de los 90

La década de los 90 marca un antes y un después en la historia del Balneario de Archena. La necesidad de modernización y el crecimiento de sus instalaciones hizo que este complejo termal no solo se enfocase en ver a los clientes como personas de edad avanzada, sino también en poner el foco en la salud de otro tipo de usuarios de menos años e incluso jóvenes que quieren cuidarse, además de en familias con niños que buscan poder relajarse y disfrutar del ocio compartido de niños y mayores.

Para ello, el complejo hotelero llevó a cabo una importante transformación con el fin de atraer a una clientela diferente. «Nuestro reto fue captar a ese nuevo cliente y lo hicimos a lo largo de estos años con una inversión muy importante en la zona de aguas para atraer al cliente 'wellness' que a día de hoy está totalmente consolidado y elige disfrutar sus vacaciones en balnearios, ya que le aportamos el relax y bienestar que necesita para recuperarse del estrés que sufren hoy en día la mayoría de las personas», aseguran desde la empresa.

Con la llegada de la pandemia de covid, Balneario de Archena se anticipó a los acontecimientos para proteger a sus clientes y trabajadores, cerrando cada una de sus instalaciones una semana antes de la declaración estado de alarma, y adoptando un protocolo exhaustivo para controlar la crisis sanitaria.

Actualmente, a pesar de la relajación de las restricciones impuestas por las autoridades sanitarias, sus responsables cumplen de forma estricta las reglas de higiene, y siguen escrupulosamente el protocolo de exigir a sus huéspedes el pasaporte COVID obligatorio antes de que entren en el establecimiento. Por todo ello, la empresa ha obtenido el certificado Safe Tourism Certified del ICTE avalado por el Ministerio de Sanidad y Consumo.

Expertos en belleza y cuidados especializados

► El reconocido Espacio Termalium es la zona clave del Balneario de Archena, pero no lo único que ofrece. Sus instalaciones ofrecen tratamientos de belleza en el espacio Beauty Termalium para todo tipo de gustos, así como sus reconocidos tratamientos balneario-terapéuticos: desde la aplicación de emplastes de arcilla, la de lodos, masaje Archena para mejorar la circulación, con acciones antiinflamatorias, baños con hidromasaje o la famosa técnica de la estufa húmeda que favorece la relajación física y mental. Además, el cliente tiene a su disposición la opción de fisioterapia y cosmética termal.



José Luis Bonet, Amelia Isabel Pérez Menzel y Francisco Marhuenda

Círculo Rojo

La oportunidad que necesita todo escritor

Premio a la Mejor Editorial de Autoedición. Desde 2008, ha publicado más de 17.000 títulos de 12.000 autores

Como en cualquier oficio, el del artista necesita de motivación y apoyo que lleve al pintor, al músico o al escritor a dar forma a su creatividad y ganarse la vida con ello. Como el resto de profesiones, el apoyo de la familia y los amigos es indispensable, sobre todo cuando dedica largas jornadas de trabajo a plasmar sus ideas y crear productos que inspiren a la gente. Pero también es importante que el artista tenga un apoyo económico; como el resto de empresarios, su sueño es ganarse la vida con sus creaciones y no tener que compaginar su pasión con un empleo que pague el alquiler y las facturas.

Por ello es tan necesario que el ecosistema empresarial español sea capaz de ofrecer oportunidades a los artistas, ya que pueden ser tan eficaces generando negocio como cualquier otro profesional. La mejor prueba de ello es la empresa Editorial Círculo Rojo, una editora de libros que ha apostado por miles de escritores amateur en España y en pocos años ha generado un modelo de éxito en el mercado de los libros. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a la Editorial Círculo Rojo el Premio a la Mejor Editorial de Autoedición de España, galardón recogido por Alberto Cerezuela, fundador de la empresa.

Un aliciente

«Este premio supone para mí un aliciente para seguir», comenta el escritor y empresario. Cerezuela fundó Círculo Rojo ante la falta de oportunidades que ofrecía el mercado editorial a los escritores que querían empezar en ese mundo. Con la mayor de sus ilusiones, escribió un libro sobre su Almería natal en 2008, pero las editoriales de la región no apostaron por su

Nuevos servicios y una apuesta por la digitalización

► La Editorial Círculo Rojo confía desde el primer momento en el potencial de sus escritores y desde 2008 ya ha publicado más de 17.000 ISBN de más de 12.000 diferentes. Esta apuesta por el talento va unida a su apoyo y asesoramiento y a las nuevas tecnologías. La empresa ha desarrollado por ejemplo su propia plataforma para que los autores puedan consultar a través de internet las ventas de sus libros y cobrarlas. Alberto Cerezuela, fundador de la empresa, destaca también que la editorial publica en formato digital a través de un formato epub mejorado y enriquecido. Además, es posible publicar una tirada de libros que estén personalizados de manera individual, según las necesidades de la obra, y de cara al futuro se preparan para poder publicar en breve sus títulos en braille.



Alberto Cerezuela durante la gala de LA RAZÓN

obra. Tampoco las grandes firmas nacionales, que no veían un filón en su novela. Todo esto le llevó a crear su propia editorial en Almería, que cuenta ya con más de 20 profesionales en plantilla. Desde expertos del sector que asesoran a escritores sobre cómo lanzarse al mundo editorial, a periodistas y creadores de contenido de larga trayectoria que aseguran una correcta edición de los textos. «El Mundo, Marca, ABC, Diario IDEAL, La Voz de Almería, Editorial SM, El Director Económico... Nuestro equipo tiene un currículum envidiable porque sabemos que la experiencia es vital en este sector. A la hora de poner tu libro en manos de una editorial, comprueba quiénes maquetan y diseñan tu libro», comentan desde la firma.

La historia de Cerezuela es tanto una inspiración para jóvenes escritores como para pequeños empresarios que confíen en su idea para

crear un negocio de éxito. «Cuando empecé, no existía la autoedición profesionalizada. Mi modelo estaba basado en un sueño propio como escritor, donde visualicé todas las herramientas que un escritor necesita», comenta. «Hoy, este modelo ha sido copiado por decenas de empresas y la autoedición se ha puesto de moda, especial-

POR D. L.

mente la que realiza Círculo Rojo. Por eso, ya no solo tenemos autores noveles, sino autores conocidos, premiados y consolidados que ven en Círculo Rojo la forma de publicar un libro conservando el escritor todos los derechos de autor y el control sobre todos los procesos. Ha costado mucho llegar a esta situación y por eso agradezco que no solo se premie el talento, sino también a quienes apoyamos el talento, como es nuestro caso», resume el escritor.

Para añadir valor a sus publicaciones, Círculo Rojo ha creado

diferentes servicios que facilitan la comunicación entre la editorial y los escritores, además de darles más visibilidad para que sus obras triunfen en el mercado. Un ejemplo son los Premios Círculo Rojo, que se entregan desde hace siete años y los elige un jurado formado por profesionales de la edición, periodistas, escritores, librerías, historiadores, docentes y personas del mundo cultural.

De cara a los próximos años, Cerezuela explica que pretende ampliar el negocio de la editorial y dotar de más servicios a los autores que publican en Círculo Rojo: «Esperamos afianzarnos internacionalmente, especialmente en Latinoamérica, donde publicamos el 5% de los títulos que sacamos al mercado. Estamos pendientes de un acuerdo para hacer distribución real y física en Estados Unidos, y especialmente seguir consiguiendo acuerdos importantes que beneficien a los autores», explica.

Sphere Bolsas reutilizables que respetan la naturaleza

Premio al Compromiso con el Medioambiente y la Economía Circular, la compañía cuenta con medio siglo de experiencia en plásticos reciclables

Sphere España es una empresa referente en la economía circular y un ejemplo de las grandes posibilidades que tiene la transición ecológica en la economía. Esta empresa es líder en la fabricación de bolsas biodegradables y compostables. Su trabajo se basa en el diseño, la fabricación y la comercialización de bolsas de basura, bolsas de salida de caja reutilizables y recicladas, papel aluminio doméstico e industrial, bolsas de congelación, películas industriales y para alimentos y bolsas de papel para los mercados de gran distribución, profesionales y hostelería. Todo ello, poniendo el foco en el uso responsable de los recursos. Esta filosofía ha llevado a LA RAZÓN a otorgar a Sphere España el Premio al compromiso con el medioambiente y la economía circular, galardón recogido

POR
D.L.

Como la mayoría de empresas, su comienzo fue humilde, aunque sus 60 años de historia y sus 285 colaboradores en plantilla demuestran la fortaleza de este negocio familiar. La compañía fue fundada por la madre de Biel en su propia casa en 1962 y las primeras décadas fueron complicadas. La crisis del petróleo, un elemento básico para fabricar plásticos, así como los cambios en el sector, obligaron a la familia a ir adaptando su negocio a las circunstancias, pasando a suministrar a los mercados de grandes superficies que comenzaron en España cerca de los años 80.

En 1999 vendieron el negocio y fueron absorbidos por el Grupo Francés SP METAL, líder en embalaje doméstico en la Unión Europea, y en 2005 prepararon su estrategia 2030, comprando una empresa que tenía patentes sobre materiales biocompostables. Este movimiento fue clave y dotó a Sphere de contenido industrial y maquinaria, de manera que la



Alfonso Biel, CEO de Sphere España

Llevar su filosofía a los hogares

► Sphere España es un fabricante de bolsas de plástico con 60 años de experiencia y todo un referente en cuanto a políticas medioambientales. En solo tres años, entre 2017 y 2020, redujo un 97% sus emisiones, un esfuerzo que sigue vigente. Además, en 2005 invirtieron en tecnología biocompostable, permitiendo que a día de

hoy comercialicen bolsas compostables certificadas sobre la norma EN 13432, las bolsas que se deben utilizar obligatoriamente para tirar los desechos orgánicos en los contenedores marrones. De esta manera, Sphere suministra a los hogares bolsas biodegradables que ayudan a los españoles a reducir su impacto medioambiental.

compañía empezó a fabricar materias primas biodegradables compostables en su empresa BIO-TEC de Alemania.

Un compromiso climático

Esta historia muestra cómo Sphere España apostó hace dos décadas por la responsabilidad medioambiental, lo que le ha permitido situarse como uno de los referentes en la economía sostenible. «La filosofía de nuestra empresa es crear conciencia hacia el medioambiente y tenemos como propósito cumplir con la agenda 2030 de la ONU de los Objetivos de Desa-

rollo Sostenible. Un año más, y con el objetivo de minimizar el impacto medioambiental, Sphere España ha conseguido reducir la emisión de gases de efecto invernadero y por lo tanto el impacto en la huella de carbono de la empresa», destaca el directivo. Esta compañía comenzó a medir sus emisiones de CO₂ en 2017 y desde entonces las ha reducido un 97%, según confirman, algo que logran gracias al consumo de energía procedente al 100% de fuentes renovables.

La empresa prevé además acelerar la reducción de su huella en la próxima década, ya que a lo largo de 2022 cambiarán su sede de Utebo (Zaragoza), por una nueva ubicada en Pedrola, en la misma provincia. La planta, llamada «Complejo de Economía Circular Sphere España», es ya un referente a nivel europeo y va a ser la planta más eficiente y mejor adaptada de Europa en el sector de actividad de esta compañía, según afirma Biel, con mejoras a nivel de eficiencia energética, productiva y logística.

Sphere España también cuenta con un plan de reducción de impacto medioambiental en la cadena de producción, reutilizando al máximo los envases empleados en la fábrica. Además, aquellos que no pueden ser reutilizados, son enviados a empresas específicas

La empresa inaugurará este año una fábrica en Zaragoza que será un referente del sector en Europa por su eficiencia

«Hay que reducir el impacto ambiental mediante el uso racional de los recursos naturales»

para su reciclado. Además, las bolsas de plástico que fabrican están compuestas en entre un 50% y un 70% de plásticos reciclados y por más de un 70%, en función del modelo.

«El objetivo es proteger el medioambiente adoptando las medidas necesarias para prevenir la contaminación y reducir los impactos ambientales, realizando un uso racional de los recursos naturales, materias primas y energía», explica el directivo. Su modelo de negocio tiene una máxima desde hace más de medio siglo: «Reducir, reusar y reciclar».

Ritec

Soluciones de riego para el mundo agrícola

Premio Mejor Empresa de Tecnología para el Sector Agrícola. Sus sistemas permiten reducir el consumo de agua de toda clase de cultivos

El sector agrario es junto a la ganadería el pilar de la economía en la España rural. Miles de empresas en el país, muchas de ellas explotaciones familiares, viven de la tierra y cultivan cada año miles de toneladas de productos de primera calidad, lo que ha hecho de la península un referente mundial en el mercado agrícola. Estas tierras pasan de padres a hijos, de forma que cada generación aporta al negocio los avances tecnológicos de la época, asegurando que las cosechas mejoren año a año y facilitando el trabajo de los agricultores.

Para asegurar esta mejora, es esencial contar con la ayuda de expertos que conozcan el sector, especialmente en un momento como el actual, donde aparecen nuevas tecnologías de manera continua y es complicado saber cuál es la que necesita cada explotación. A esto es a lo que se dedica Ritec, una firma murciana especializada en la fabricación, envío e instalación a cualquier parte del mundo de todo tipo de equipamiento de fertirriego, control de clima y humidificación, así como en la instalación de proyectos de riego integrales, tanto para cultivos en invernaderos como al aire libre. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Ritec el Premio a la mejor empresa de tecnología para el sector agrícola, galardón recogido por Luis Miguel Peregrín, director general de la compañía.

«Este premio supone un reconocimiento a los 26 años de trabajo y desarrollo en productos específicos para la mejora del fertirriego, donde tras su excelente aplicación y resultados ayudan a la mejora de

los cultivos en muchos países del mundo. Todo esto no sería posible sin un equipo comprometido que se esfuerza cada día para ello», comentan desde la empresa.

Riegos y Tecnología S.L. (Ritec), es una compañía situada en Águilas (Murcia) con más de 25 años de experiencia en el sector agrotecnológico. Su fundador, Luis Miguel Peregrín, el actual director general, inició su actividad en el año 1994 con tan solo dos empleados, pero su modelo empresarial fue todo un éxito en la región y en casi tres décadas ha ampliado su equipo con profesionales de toda clase de sectores hasta alcanzar los 55 empleados. Gracias a su esquema de trabajo global, con el que pueden llevar sus soluciones a cualquier parte del mundo, han realizado proyectos en 60 países.

El negocio de Ritec se basa en el diseño, fabricación, instalación y capacitación de toda clase de soluciones integrales de riego en cualquier parte del mundo. La empresa pone mucho empeño en su relación con los clientes y en el trato personal, por lo que sus soluciones siempre estarán adaptadas a las necesidades de cada cliente. De su amplio catálogo, desde Ritec destacan varios de sus productos, como Nutritec y Clinvertec Pro. El sistema de fertirriego Nutritec permite al productor optimizar el aporte de agua y nutrientes de sus cultivos, con la ventaja añadida de poder hacerlo desde su dispositivo móvil. Esto no solo permite un ahorro de tiempo y dinero importante, sino que además se traduce en una mayor precocidad y calidad del producto.

Por otro lado, el sistema de control climático, Clinvertec Pro, permite optimizar el proceso produc-



Luis Miguel Peregrín, director general de Riegos y Tecnología S.L., Ritec

Proyectos integrales para la agricultura

► Ritec es una compañía con casi tres décadas de experiencia en soluciones agrícolas. Desde la empresa entienden que las necesidades del sector han cambiado, poniendo el foco en el impacto medioambiental de la agricultura y en la importancia de reducir esta huella. Por ello, en

Ritec colaboran con los más prestigiosos centros de investigación agrícola. El último desarrollo que va incorporado en cada proyecto es la balanza inteligente, una estructura fácil de instalar que ofrece toda la información para poder decidir cuándo y cuánto se debe regar.

tivo de los cultivos gracias al ajuste automático de todas las variables climáticas en el interior del invernadero. «Nuestros sistemas permiten una mayor eficiencia a la hora de producir, contribuyendo al desarrollo de una agricultura sosteni-

ble que cuide del medioambiente a través de un uso racional de los recursos», afirman desde Ritec. Además, los responsables de la empresa destacan sus Proyectos de Riego Integrales, el producto más demandado por los clientes. Un

servicio completo donde se ofrece y acompaña un proyecto de principio a fin.

Como explican desde la compañía, es clave contar con estos servicios hoy en día para reducir el consumo de agua y cumplir con las exigencias del sector. «Hoy en día no solo se le pide a los productores que tengan una alta producción, sino que también cumplan unos estándares de calidad para poder llegar a mercados cada vez más desarrollados, especializados y exigentes», añaden los responsables de la empresa. Además, en Ritec ponen el foco en el asesoramiento completo y para ello, detrás de cada trabajo, hay un gran equipo técnico, hidráulico, eléctrico, de logística, administrativo y de instaladores, que hacen que cada proyecto se planifique a medida del cliente.

Las empresas familiares son la base de la economía en este país y muchas de estas empresas se concentran en el sector agrícola. Abuelos, padres e hijos comparten en la España rural el trabajo diario en las explotaciones de uva, trigo o coliflor, así como de otros cientos de productos estrella que son esenciales en la dieta mediterránea y que han hecho que España juegue un papel clave en la venta mundial de alimentos, con productos de primera calidad, frescos y que van directos de la tierra al plato, garantizando su sabor y sus nutrientes.

Esta filosofía de trabajo familiar es la que al mismo tiempo da trabajo a cientos de miles de personas y la que sostiene la economía en zonas poco pobladas de costa o mesetas, pero también garantiza que la tierra y la vegetación tengan una supervisión constante y una renovación, ya que nadie respeta y cuida mejor el entorno como la agricultura tradicional y la ganadería.

Un ejemplo de empresa que tiene claros estos valores y que ha dedicado toda su vida al campo es Hermanos Guerrero, un negocio familiar situado en las provincias de Murcia, Alicante y

Granada cuyo producto estrella es el brócoli, sembrado y recogido de manera respetuosa en el sureste de la península. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Hermanos Guerrero el Premio al mejor productor de hortalizas, un galardón que ha recogido Atanasio Guerrero, el gerente de la empresa.

«Este premio para la empresa es un reconocimiento al trabajo y al esfuerzo diario, por lo que estamos muy orgullosos de recoger dicho galardón. Sobre todo, nos enorgullece que entre todas las empresas del sector haya sido seleccionada Hermanos Guerrero», reconoce Atanasio Guerrero.

Un modelo de éxito

Con más de 30 años de experiencia en el sector, Hermanos Guerrero es uno de los referentes del cultivo de brócoli en España, aunque también producen coliflor y alcachofa. La empresa fue fundada en 1994 con el objetivo y el sueño de llevar estos productos a hogares de toda España y los gerentes de la compañía reconocen que han logrado alcanzar esa meta. Gracias a la experiencia y profesionalidad de Hermanos Guerrero, son cada vez más las empresas y los consumidores que confían en los productos de este negocio.



Atanasio Guerrero recoge el premio de LA RAZÓN

Hermanos Guerrero

Una empresa familiar de éxito

Premio al Mejor Productor de Hortalizas, pone la calidad de cada cultivo en el centro de su negocio

La sede de la empresa se ubica en Lorca, donde recientemente han abierto un nuevo almacén, con capacidad para 170 empleados y que cuenta con la tecnología y la funcionalidad más exigente para poder ofrecer un producto con una presentación adaptada a cada cliente, empaquetado y confeccionado de forma atractiva y a

la vez respetuosa con el medioambiente. Sus tierras también se ubican en Villena (Alicante) y en Puebla de Don Fradique (Granada), y en total tienen más de 1.000 hectáreas de cultivo.

Lo que más orgullo produce a estos empresarios es la labor tradicional que rodea su negocio, que desde sus inicios respeta las hor-

Un cultivo local centrado en la calidad y el sabor

► Hermanos Guerrero es un productor de brócoli, coliflor y alcachofa ubicado en Murcia. El éxito de este negocio familiar reside en poner el producto en el centro de la empresa, apostando por un cultivo local y tradicional de primera calidad. Para ello siguen el Manual de Buenas Prácticas Agrícolas, que les asegura un producto fresco los 365 días del año. «Utilizamos variedades que se adaptan al momento y lugar de plantación; efectuamos con responsabilidad los tratamientos estrictamente necesarios y contamos con trabajadores responsables y de confianza, tratando a nuestras plantas con el respeto que merecen», explican desde Hermanos Guerrero.

talizas por encima de todo lo demás. «Cultivamos el brócoli y la coliflor en nuestras propias fincas, las cuales son el reflejo de nuestro buen hacer y nuestro propósito firme de que estos productos sean, ante todo, sanos y naturales», destacan desde la empresa.

Una larga trayectoria

La historia de esta empresa es un ejemplo de superación y del esfuerzo que supone dedicarse a la vida en el campo, pero también de que el trabajo bien hecho tiene su recompensa. El padre de Atanasio se dedicó desde joven a la agricultura, aunque en esos tiempos el trabajo era mucho más inestable y complicado que ahora, llegando a trabajar de jornalero, por lo que tardó años en conseguir crear su propia empresa. La filosofía de su padre demostró ser la adecuada, ya que con el paso de los años ha pasado de tener una pequeña finca donde trabajaban sus hijos a convertirse en un gigante de la agricultura. De hecho, en el año 2011 ya lograron producir 11.000 toneladas de brócoli. Desde entonces y hasta hoy, la empresa ha seguido creciendo en plantilla y aumentando sus almacenes, de forma que pueden exportar su producto a España y el extranjero.

Desde Hermanos Guerrero ase-

«Nos gusta lo que hacemos, y cuidamos, mimamos y respetamos nuestro producto y a nuestro cliente»

guran que la clave de su éxito no está en mirar a la competencia, sino en trabajar duro cada día y en mantenerse fieles a los valores de la empresa. «No nos diferenciamos del resto de competidores, simplemente nos gusta lo que hacemos; por lo tanto cuidamos, respetamos y mimamos nuestros productos, nuestros clientes y por supuesto el medioambiente», resumen.

Dentro de su esfuerzo por reducir la huella medioambiental, en Hermanos Guerrero tratan de usar materiales en su empaquetado que tengan el menor impacto posible en la naturaleza. Por eso usan principalmente cajas de cartón y madera para transportar y comercializar el brócoli, aunque también cuentan con empaquetados de poliespán para aquellas entregas que necesiten hielo para mantener el producto en la temperatura óptima.

Tradición y calidad. Con estas dos palabras Cárnicas 7 Hermanos definen más de cinco décadas de trabajo, dedicación y elaboración de productos cárnicos. Esta empresa cuenta con un equipo humano con conocimientos en todas las áreas del mercado y especializados en cada una de sus tareas. Su gran trabajo, unido a la innovación y adaptación a las nuevas tecnologías que exige el sector más actual, ha hecho de Cárnicas 7 Hermanos una de las empresas más selectivas del panorama nacional, en las que se unen salud con el sabor de siempre.

LA RAZÓN ha querido reconocer la calidad de sus productos y su papel en el mercado con el Premio Excelencia como empresa líder en productos cárnicos. Una distinción que fue entregada en la gala conmemorativa al adjunto a dirección, Javier García Garrido, quien lo definió como «el reconocimiento al trabajo bien hecho y la consolidación a la reputación» dentro de la empresa española: «Es un orgullo, supone un reconocimiento a la trayectoria y al trabajo realizado durante los últimos 50 años, que es de agradecer en un sector muy diverso y competitivo como es el cárnico».

La evolución de la empresa des-

Cárnicas 7 Hermanos Calidad y servicio impecable

Premio Empresa Líder en Productos Cárnicos, tienen en «la honestidad y la seriedad» los aliados de su éxito

Demanda de libre servicio

► La demanda de libre servicio ha cambiado la forma de trabajo de muchas empresas, entre ellas, la de Cárnicas 7 Hermanos. Pero, ¿en qué consiste? La clave está en que los consumidores eligen todos los detalles de lo que quieren consumir. Por ello, esta empresa tiene en mente la mejora y

ampliación de las salas de loncheado, con el fin de aumentar la producción y calidad de su catálogo, así como aumentar la capacidad productiva: «Se está produciendo un aumento de la demanda de los productos de libre servicio, y prevemos que durante los próximos años», aseguran.

de su nacimiento hasta el día de hoy está marcada por dos hitos que reconocen como un antes y un después en su historia: el cambio de ubicación producido en 1989 y la ampliación de instalaciones llevada a cabo en el 2000.

La primera de ellas les transportó desde la pequeña y antigua fábrica de sus orígenes hasta una nueva planta de más de 8.000 m², mientras que la segunda fue el aumento de 5.000 m² destinados a la curación de jamones. «El mayor reto al que se ha enfrentado la empresa a lo largo de su trayectoria ha sido la transformación de esa pequeña tienda de ultramarinos inicial de ámbito local, a la industria cárnica de primer nivel que somos hoy, reconocida tanto nacional como internacionalmente», recuerda su responsable. Importantes y arriesgados cambios que han llevado a Cárnicas 7 Hermanos a convertirse en lo que es hoy en día: una empresa líder en su sector a nivel nacional.

Valor humano

«Es importante tener los pies en el suelo y avanzar, poco a poco, con paso firme», destacaba García Garrido. El valor humano es lo que diferencia a Cárnicas 7 Hermanos de otras empresas de la competen-

cia: «Tenemos la honestidad y seriedad como gran aliado para el éxito», añadía, asegurando que son expertos en elaborar productos de primera calidad con un servicio impecable.

La pandemia también ha afectado al sector cárnico. La incertidumbre de los clientes y el vaivén de subidas y bajadas de demanda han hecho que los trabajadores de la empresa aprendan a gestionar estas alteraciones atendiendo a sus consumidores con la misma calidad que antes del cambio: «Hay picos de demanda que triplican lo normal y bajadas a los 15 días que nos han obligado a parar el 80%

de la producción temporalmente», reconocen. Además, este descontrol se ha visto también afectado por los desproporcionados precios de la energía y materias primas, «poniendo en riesgo la viabilidad de la empresa si no vuelven a sus valores normales», advierten.

Un proyecto saludable

La sociedad pide salud. Cuidarse está de moda y, por ello, la visión futura de esta empresa se encuentra ligada a la oferta de productos más naturales y saludables: «Estamos trabajando en la mejora de las fórmulas de los productos, elimi-

Actualmente trabajan en la ampliación de las salas de loncheado para aumentar la variedad de productos

nando aditivos», adelantan.

De esta manera, están actualmente inmersos en la mejora y ampliación de las salas de loncheado, que les permitirá aumentar la variedad de sus productos, así como la capacidad productiva que cumpla con los propósitos y peticiones de sus consumidores con tendencia a la demanda de productos de libre servicio –es decir, el consumidor elabora su propia lista de la compra, sin la intervención del vendedor–. Una tendencia muy común durante los últimos años y que no parece que vaya a desaparecer.

Por último, las nuevas tecnologías están presentes en Cárnicas 7 Hermanos y lo estarán en el futuro, aseguran: «Siempre es un reto la implantación y adaptación de estas nuevas tecnologías a procesos que han sido desarrollados y mejorados durante los últimos 25-30 años».

POR
MIRIAM R.
NOGAL



José Luis Bonet, Javier García Garrido (adjunto a dirección de Cárnicas 7 Hermanos) y Francisco Marhuenda



Marcos Mata Soutullo, director de Transfober

Transfober, a la cabeza de la gestión del transporte agrario

Premio Líder en Soluciones de Logística Agraria, reconoce su crecimiento gracias a sus tres pilares fundamentales: trabajadores, proveedores y clientes

El talento y la fuerza de superación son dos de los motores que impulsan el crecimiento de las empresas en uno de los momentos económicos más complicados que se han experimentado en la historia reciente. La pandemia ha propiciado una situación difícil, pero esto no impide a los emprendedores sacar sus ideas adelante y destacar en un momento en el que la economía está sufriendo las consecuencias de una crisis sanitaria mundial. Muchos de ellos están cumpliendo con sus objetivos, y Transfober es uno de ellos.

Liderada por Marcos Mata Soutullo, esta pequeña empresa de transporte agrario nace en 2009 como una necesidad de crecer y

ampliar, tanto su territorio como la mano de obra. Tras años de trabajo como autónomo, debido a la amplia demanda para el transporte de servicios, el volumen de trabajo que estaba experimentando y la búsqueda de organización, Mata Soutullo se vio en la necesidad de crear en una empresa.

«El mayor reto al que se enfrentó la compañía en sus comienzos fue la necesidad de dotarla de circulante suficiente para poder operar», confirma el director. Un desafío que ha sido, hasta el día de hoy, una de sus mayores dificultades, pero que le ha hecho ganarse un puesto de importancia dentro del sector.

La efectividad y el éxito que acompañan su desarrollo dentro del ámbito empresarial han hecho que LA RAZÓN haya querido re-

conocer la labor de Transfober con el Premio Liderazgo en soluciones de Logística Agraria, galardón que recogió el director de la entidad, Marcos Mata Soutullo. Éste quiso dedicar el reconocimiento a sus tres pilares funda-

mentales: los trabajadores, sus proveedores y los clientes. «Este premio no es de Transfober, es de nuestros trabajadores, por su dedicación a la compañía; de nuestros proveedores, por su servicio; y de nuestros clientes porque gra-

Un aprendizaje a través de las fronteras

► **Crecimiento y aprendizaje. El pasado noviembre, los responsables Transfober recorrieron las regiones agrícolas de Alemania y Dinamarca con el fin de formar a sus trabajadores. Visitaron algunas de las firmas más relevantes del sector agrícola en el ámbito del purín. Esta iniciativa fue llevada a cabo para que**

cada uno de ellos tuviera la oportunidad de conocer los últimos métodos utilizados en el sistema de trabajo europeo. Una forma de renovarse que ayuda a ofrecer a sus clientes la máxima calidad y los mejores resultados gracias a trabajadores formados y que están al día de lo último en su labor agraria.

cias a su confianza y el traslado de sus necesidades hacen que todos nos esforcemos para intentar dar el servicio que nos requieren».

Calidad en horario laboral

El sector del transporte agrícola también se ha visto afectado gravemente por la pandemia. No solo de manera económica y en volumen de trabajo, sino también en calidad de vida. Mata destaca las dificultades a las que se han visto enfrentados sus conductores durante los meses de mayor incertidumbre, pues al comienzo de la pandemia, los transportistas se vieron envueltos en una situación de precariedad que nunca antes habían experimentado; en la que, en ocasiones, no tuvieron la oportunidad de llevar a cabo sus necesidades básicas durante la jornada laboral: «En marzo de 2020, nuestros conductores ni siquiera tenían un lugar para comer algo caliente o algo tan básico como ducharse e ir al baño», recuerda. Una situación que lograron superar gracias a la ayuda de sus clientes.

Así, uno de los puntos fuertes de Transfober viene ligado a sus consumidores: la personalización de sus servicios. La empresa cuenta con un poder de adaptación, ofreciéndole un servicio que pocas empresas de transporte agraria pueden: «Lo que nos hace diferentes es la adaptación a las necesidades de cada cliente, dándole un servicio muy personalizado y un

«Lo que nos diferencia es la adaptación a las necesidades del cliente, con un servicio muy personalizado y 24 h»

compromiso de servicio 24 horas, los siete días de la semana», destaca Mata.

Además, «queremos facilitar nuestro servicio para que los clientes cumplan con las normas medioambientales que se les exige a las granjas», anuncia Mata de cara al futuro. Así, dentro de sus proyectos a corto y largo plazo, el cuidado del medioambiente está entre sus objetivos principales. Pequeños planes, grandes pasos, con los que pretende dotar a la empresa de capacidad para garantizar una sostenibilidad tanto medioambiental como social y económica.

Transfober busca continuar formando a sus trabajadores, realizando viajes a otros países con los que poder conocer el método de trabajo agrícola fuera del territorio nacional.

TK Airport Solutions Movilidad para millones de pasajeros

Premio Líderes en Soluciones Innovadoras Aeroportuarias. Más de 350 aeropuertos cuentan con los servicios de esta empresa nacida en Asturias

El transporte aéreo ha sido uno de los sectores más afectados por la pandemia debido a las restricciones de movimiento. Paralizar ese tráfico no solo ha supuesto un reto para las aerolíneas, sino también para las miles de empresas que trabajan en aeropuertos y cuyo modelo de negocio depende de que millones de personas sigan embarcando en aviones. Pese a las dificultades, son muchos los negocios que han superado la crisis y ya miran con esperanza al futuro. Empresas líderes como TK Airport Solutions han sabido aprovechar ese parón temporal para repensar su modelo e invertir en áreas clave para mejorar la experiencia de los viajeros mediante inversión en nuevas tecnologías y servicios para aeropuertos. Como reconocimiento a su estrategia, LA RAZÓN ha entregado a TK Airport Solutions el Premio líderes en soluciones aeroportuarias innovadoras, galardón recogido por Ignacio Medina Álvarez, director general de la compañía.

POR
D. L.

«Han sido años difíciles y el gran esfuerzo realizado se ve en parte compensado ahora con este premio que quiero dedicar a las más de 1.300 personas que forman parte del equipo de TK Airport Solutions y que con su esfuerzo diario, su dedicación, su talento, su profesionalidad y su creatividad han logrado que nos posicionemos como empresa líder», asegura Ignacio Medina.

TK Airport Solutions es una firma creada en 1996 en Asturias y que formó parte desde su inicio del Grupo Thyssenkrupp, la multinacional especializada en fabricación de elevadores. En 2020, Thyssenkrupp vendió su división de Tecnología de Elevación a dos fondos de inversión (Adventy Cinven) formándose así el actual grupo TKE en el que se integra TK Airport Solutions dentro de su Unidad de Negocio de Soluciones



Ignacio Medina, director general de TK Airport Solutions

Digitalizar el aire

► Un servicio clave que ofrece TK Airport Solutions a los aeropuertos de todo el mundo son sus soluciones digitales que permiten una organización óptima del flujo de aviones y personas. Gracias a su inversión en desarrollo, la compañía comercializa productos relacionados con el Advanced Data Analytics o la Real-Time Intelligence, dos

servicios esenciales en la gestión de un aeropuerto moderno. Además, en materia medioambiental, la firma ofrece soluciones de automatización para optimizar recursos y reducir los consumos de estas megainstalaciones. Con más de 50 años de experiencia, son ya más de 350 aeropuertos los que usan la tecnología de este grupo.

Aeroportuarias. «Hoy somos un grupo más fuerte, ágil y flexible para innovar y desarrollar la siguiente generación de soluciones de movilidad. La nueva marca TKE transmite con su nuevo aspecto, nuestro enfoque moderno y centrado en las personas», reconocen desde la firma. Su centro de producción en Asturias se mantiene en activo y es una de las tres sedes centradas en maquinaria de aeropuertos del grupo TKE. Los otros dos están en Estados Unidos y en China.

Los productos que comercializa TKE se dividen en cuatro grandes

grupos. Los más destacados son las pasarelas de embarque de pasajeros, así como los equipos de apoyo a aeronaves en tierra, que son los encargados de suministrar energía eléctrica, aire acondicionado y agua potable mientras los aviones están atracados en los aeropuertos. También fabrican, venden y dan soporte a los dispositivos que guían a los pilotos de los aviones en su entrada al «stand», indicando la posición correcta en la que deben dejar aparcado el avión, las llamadas guías de atraque o, por sus siglas en inglés, VDGS (Visual Docking Guidance System).

En TKE también desarrollan soluciones digitales, que incluyen todos los productos que actualmente demandan los aeropuertos a nivel de automatización y sistemas de control. «Aquí cabe destacar nuestro sistema de operación remoto de pasarelas, con pilotos en funcionamiento en varios lugares del mundo y el que se cree que es el único del mundo en operación real con pasajeros en Estambul», detalla Ignacio Medina. Por último, su área de servicios y modernizaciones va un paso más allá dentro del mercado, pasando de ser un mero proveedor de servicios a un auténtico «partner» que aporta experiencia, conocimiento y saber hacer para alargar la vida útil de todos los equipos, asegurar

TKE es un grupo fuerte, ágil y flexible que liderará la siguiente generación de soluciones de movilidad

«Nos caracteriza nuestra calidad, nuestro catálogo digital y nuestro compromiso con el medioambiente»

su disponibilidad y reducir la huella de carbono durante su operación.

Ignacio Medina asegura que la pandemia de la COVID-19 fue todo un desafío para el mercado aeroportuario, pero que lograron salir adelante gracias a la apuesta por la mejora de sus servicios: «Hemos podido adaptarnos gracias a nuestra flexibilidad y gracias a nuestra diferenciación dentro de un mercado en el que nos caracterizamos por nuestra calidad, nuestro catálogo de soluciones digitales y por nuestro compromiso con el medioambiente».

Las grandes empresas empiezan desde lo más pequeño, y un ejemplo de ello es ORVIPAL. Una compañía de transporte automovilístico que nació, hace una década, gracias al trabajo, esfuerzo y constancia de Joaquín Vicente Fernández, su fundador, quien ha llevado a convertirla en una de las más importantes dentro del sector nacional. «Adquirí experiencia como gerente en otra empresa familiar, donde me responsabilizaba de todo, pero las prioridades, las apuestas personales y la capacidad de emprendimiento del responsable de aquella empresa no tenían nada que ver conmigo», recuerda Vicente Fernández. La ambición positiva por crecer fue uno de los principales motivos que le llevaron a tomar la decisión de crear ORVIPAL.

LA RAZÓN ha reconocido su esfuerzo y el del resto de los trabajadores de ORVIPAL con el Premio al crecimiento empresarial en el sector del transporte automovilístico. Un galardón que recogió como su presidente Joaquín Vicente Fernández y que define como «un orgullo y una satisfacción»: «Estoy muy contento, es el cuarto premio que recibimos desde 2017, y el más importante», aseguraba el premiado.

ORVIPAL Expertos en envío de vehículos

Premio al Crecimiento Empresarial en el Sector del Transporte Automovilístico

Primeros en transporte automotriz

► Si la normalidad no se hubiera parado hace casi dos años, muchas empresas como ORVIPAL habrían mantenido su alto crecimiento. Ahora busca entre sus planes de futuro coronarse como la primera compañía española en el sector del transporte automotriz. Un objetivo que

aseguran haber podido conseguir de no haber sido por la pandemia: «Lamentablemente, esta crisis en el sector, no solo nos dejó estancados, sino que también nos hizo retroceder». Pero no pierde la esperanza y esperan recuperar el ritmo prepandemia lo antes posible.

ORVIPAL tiene su sede en Murcia, una comunidad autónoma estratégica para el sector del transporte que hace de punto de conexión entre el sur de España y el Levante, donde algunas de las más importantes empresas tienen su centro base. Sin embargo, no solo las carreteras de toda la península ya se han teñido de naranja, blanco y azul, sus colores característicos y por los que diferencian sus camiones de otros dentro del sector, también han tenido la oportunidad de ampliar territorio a otros países como Portugal, Francia, Italia, Alemania, Inglaterra, Polonia, Suiza y Países Bajos.

A pesar del amplio crecimiento internacional que ha experimentado la empresa en estos diez años, sus objetivos prioritarios no están en el exterior. Su estrategia se centra en los barcos y trenes como competencia: «Nuestro objetivo es potenciar el transporte nacional y entre países limítrofes, ya que cada vez más, el largo recorrido lo abarca el tren y el barco y contra ellos no podemos competir», confesaba el presidente de ORVIPAL.

Además, considera que dejar a un lado los viajes largos es también una manera de cuidar a sus conductores e intentar que este duro oficio vuelva a ser atractivo

para ellos. «No nos queda otra opción», señala. Y más en una situación antes no vivida que lleva arrastrando la empresa más de dos años: la pandemia.

«El sector del transporte del automóvil sin ninguna duda ha sido de los más afectados por la pandemia. Al no ser un sector de primera necesidad, nos pararon la empresa tres meses teniendo que llevar casi toda la plantilla a un ERTE», confiesa Vicente Fernández. Una situación que ha hecho caer la fabricación en un 35% y venta de coches en un 30% durante el 2021, dando lugar a desequilibrios logísticos, kilómetros en vacío y grandes paralizaciones de las que todavía no se han recuperado, pero que esperan solucionar antes del próximo año. «Está siendo muy difícil y tampoco estamos teniendo ningún tipo de ayuda por parte del Gobierno siendo un sector tan importante», alerta el empresario.

Crecimiento

El crecimiento de la empresa conlleva dotar a cada uno de sus vehículos de la más avanzada tecnología, y para ello cuenta con el Movildata, uno de los GPS más modernos de la actualidad. Una herramienta a través de la que los

POR
MIRIAM R.
NOGAL

«Las tecnologías son imprescindibles para ser más eficientes y tener mejor comunicación»

trabajadores pueden controlar todo lo que sucede durante el viaje, con el fin de garantizar la máxima calidad y seguridad durante el traslado del material.

«Las nuevas tecnologías son imprescindibles para ser más eficientes, tener mejor comunicación y localización. Vamos en camino de tener todo digitalizado», asegura Vicente Fernández.

Así, la adaptación a la sociedad actual también les obliga a crear un compromiso con el medioambiente. Un detalle elemental con el que los sectores están cada vez más concienciados: «Todos los vehículos están equipados con motores Euro 6, los más respetuosos con el medioambiente. El 80% son Mercedes Actros, y el 100% están equipados por carrocerías Lohr», considerándose así, en su página web como una de las compañías de su sector más modernas de Europa.



José Luis Bonet, Joaquín Vicente Fernández y Francisco Marhuenda

Catalano Clínicas es una empresa afincada en Castilla-La Mancha especializada en el cuidado bucodental, con más de 26 clínicas e inmersos en un proceso de expansión que ampliará aún más la cobertura de este negocio. El éxito de este proyecto radica en el trabajo diario y la satisfacción del cliente, pero también en la continua formación que reciben sus dentistas para ofrecer el mejor servicio y la apuesta tecnológica para que los tratamientos dentales tengan el mejor resultado posible. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Catalano Clínicas el Premio a la excelencia empresarial y crecimiento en el sector odontológico, recogido por Gustavo Catalano, CEO de la empresa.

«Como cualquier reconocimiento este premio supone orgullo, alegría, satisfacción del trabajo bien hecho y culminación de mucho esfuerzo de toda la gran familia Catalano». A nivel personal, para Gustavo Catalano es también «emoción, esperanza, amor y seguir alimentando su sueño de empresa en España».

Como dijo Don Quijote, «al buen hacer jamás le falta premio», comentan desde la firma.

POR
D. L.

Catalano Clínicas abrió sus puertas hace ya 14 años, para hacerse un nombre en el panorama odontológico castellano-manchego, a base de trabajo bien hecho. «Comenzamos en 2008, con mucha ilusión y esfuerzo con una clínica de 65 metros cuadrados en Mora, y sin darnos cuenta, pronto empezaron a llegar pacientes de distintos pueblos vecinos», explican. El negocio comenzó a ofrecer servicios que eran exclusivos en la zona, facilitando la vida a los vecinos y asegurando que el negocio cubría un espacio vacío en el sector.

En 2009 empezaron a colocar implantes a los pacientes de la región que, hasta el momento, tenían que trasladarse a Toledo para este tipo de tratamientos, y esto, unido a otras incorporaciones tecnológicas, hizo que aumentara significativamente la demanda en las clínicas Catalano. En los siguientes años aumentaron su cartera de servicios ofreciendo una técnica de implante mínimamente invasiva sin suturas y ya en 2013 se consolidaron en La Mancha con 12 centros clínicos en activo y la idea de expandir ese número. Fue entonces cuando el sueño del dueño y fundador de Catalano Clínicas comenzó a materializarse y a ser todo un éxito



Gustavo Catalano, CEO de Catalano Clínicas, en la gala de LA RAZÓN

Catalano Clínicas

Un referente en ortodoncia

Premio a la Excelencia Empresarial y Crecimiento en el Sector Odontológico.
En solo 14 años ha abierto 26 centros

Desde ese momento el crecimiento de clínicas Catalano es imparable gracias a su filosofía de constante formación, incorporación de nuevas tecnologías, especialización en tratamientos para distintos públicos, especialización en estética... Todo un abanico de servicios que permitió que en 2021 alcanzasen las 26 clínicas distri-

buidas por todo el territorio de Toledo y Ciudad Real, y el desembarco en la Comunidad Madrid con la clínica de Aranjuez. Es a partir de ese año cuando Grupo Catalano se considera con la solidez suficiente de empezar una expansión a nivel nacional con el sueño de llegar a estar presentes en 2022 en Cuenca, Guadalajara,

Albacete y afianzarse en Madrid. Además, en 2022 será el año de la primera «flagship» de Catalano, el buque insignia de la marca que no podía estar en otro sitio que Alcázar de San Juan, donde se ubica la sede de las oficinas centrales del grupo. Un edificio de 3.500 metros cuadrados con lo último en tecnología, 12 gabinetes, laboratorio, sala de convenciones, quirófanos, parking...

Todo este proceso de crecimiento ha permitido que Catalano tenga ya más de 130 empleados cualificados con capacidad de desarrollar tratamientos odontológicos integrales. Para ello cuentan con las técnicas y aparatología de la más alta tecnología: TAC dental, endodoncia microscópica, escáner intraoral, ortodoncia invisible, sedación consciente, laboratorio de prótesis, etc.

Formación continua

Desde Catalano reconocen que las necesidades del sector odontológico han cambiado mucho desde hace 14 años, cuando se fundó la empresa, y la digitalización del sector hace que los profesionales tengan que adaptarse a las nuevas técnicas, mucho más eficaces, pero también más complejas. «Nuestros odontólogos y profesionales de todas las áreas tienen que estar en continua formación in-

«Los odontólogos están en constante formación para incorporar nuevas técnicas y procesos de calidad a las clínicas»

corporando a nuestras clínicas y oficinas no solo nuevos aparatos, técnicas o tratamientos, sino también nuevos protocolos de actuación y procesos de calidad», explican en la empresa.

Actualmente -informan- el mercado está dominado por técnicas menos invasivas y nuevos materiales en sinergia con el medioambiente. Además, se tiene muy en cuenta la parte estética de los tratamientos. Pero no solo eso, en el plano diario estos avances aportan una eficacia añadida en el tratamiento, así como una mayor rapidez y comodidad en el tratamiento que facilitan la vida a los pacientes. «Todo ello sin dejar de lado la eterna relación calidad-precio, porque nuestro compromiso es ofrecer al paciente la máxima calidad a un precio competente. Creemos en una odontología para todos», resumen desde la empresa.

Tecnología 3D para el mejor tratamiento

► En Catalano Clínicas, un referente del tratamiento bucodental en Castilla-La Mancha, realizan una apuesta clara por la incorporación de nuevas tecnologías al trabajo diario, lo que les permite hacer su trabajo de una manera más eficaz y hacer más cómodo el proceso al paciente. Por ejemplo, cuentan con un escáner intraoral y herramientas 3D permiten hacer un diseño de sonrisa idóneo del paciente para que pueda ver el resultado final antes de empezar el tratamiento. «Esto le proporciona sin duda garantía y seguridad», explican desde la compañía.

Seniors Residencias Una apuesta por la mayor calidad de vida

Premio Mejor Práctica en el Cuidado de Personas Mayores. Las nuevas tecnologías han marcado un punto de inflexión en su gestión y forma de trabajar

Las personas mayores siguen siendo parte del motor que mueve el mundo. Es importante cuidar, mimar y atender diariamente la salud de la tercera edad, y más en un momento social en el que la pandemia ha tocado enormemente este segmento de la sociedad. Seniors Residencias lo tiene presente y trabaja diariamente por mantener el bienestar de sus usuarios en cada una de sus instalaciones desde hace más de dos décadas.

Seniors fundó su primera residencia como una empresa familiar en 1998. Un centro de mayores ubicado en Marbella cuyo éxito permitió la construcción de siete más repartidos por toda Andalucía. Así, gracias a su trabajo, cons-

tancia y buena reputación en la zona, diez años después la empresa fue adquirida por uno de los mayores operadores europeos de camas residenciales, Grupo Korian, con presencia en varios países del Viejo Continente.

LA RAZÓN ha querido reconocer el trabajo de Seniors Residencias entregándole el Premio Excelencia Empresarial a Mejor Práctica en el Cuidado de Personas Mayores.

«Es un reconocimiento al esfuerzo, sobre todo al realizado en estos dos últimos años, y pone en valor el trabajo de todos nuestros equipos», agradecía su directora, Mónica Gallego, encargada también de recoger el galardón durante la gala. Un galardón que define como «una inyección de ilusión y energía para seguir

afrontando nuevos retos y seguir trabajando con ilusión para nuestros mayores».

El grupo Seniors está compuesto de residencias ubicadas en Andalucía, Mallorca, Castilla-La Mancha y Valencia. Pero esto no es lo único que ofrece esta empresa, pues Mallorca y Andalucía también cuentan con diversos centros de día y una urbanización de apartamentos ubicados en Torrequebrada (Málaga).

Adelantándose a las autoridades sociales y sanitarias, tomaron medidas preventivas antes del estado de alarma con el fin de que sus clientes y trabajadores no se vieran afectados por la COVID-19. Posteriormente, la ausencia de visitas derivada del confinamiento y la reorganización de una nueva vida dentro de las residencias ha obligado a Seniors a reinventar

La prohibición de visitas en el confinamiento obligó a Seniors a reorganizarse y cambiar su plan de convivencia

El Grupo tiene residencias y centros de día en Andalucía, Mallorca, Valencia y Castilla-La Mancha

su plan de convivencia: «Hemos tenido que sectorizar nuestros centros y reorganizar a nuestros usuarios en unidades de convivencia con el fin de establecer grupos burbuja», detalla Gallego. Las actividades ocupacionales de cada residencia y sus talleres cambiaron su mecanismo para que los usuarios puedan disfrutar de una calidad de vida y la compañía que anteriormente proporcionaban sus familias a diario, y sientan el calor en las manos de los cuidadores del centro.

Tanto para las familias como para los propios usuarios es esencial mantener un contacto directo, aunque la situación no permitiera que fuera presencial. Por ello, Seniors Residencias adaptó sus instalaciones a las nuevas tecnologías, generando así un punto de inflexión en gestión y forma de trabajar. Mientras los usuarios han tenido la oportunidad de ver a sus familias a través de videollamadas, los empleados recibieron formaciones diarias de manera online. Además, las familias de los residentes son informadas diariamente vía Whatsapp del estado de sus mayores. «Sin duda, las nuevas tecnologías han supuesto un avance para nosotros en los momentos de pandemia y han mejorado la comunicación entre nuestros usuarios, sus familias y nuestros equipos de trabajo», confirma Mónica Gallego.

Máxima atención personalizada para sus usuarios

► La atención personalizada es el punto fuerte de Seniors. Además de la ampliación de comunicación entre sus profesionales y las familias de sus huéspedes, el grupo utiliza una AICP (Atención Integral Centrada en la Persona) con la que potencia la atención de cada uno de sus usuarios centrándose en sus gustos y preferencias. Para ello, cuenta con el denominado «Positive Care», un tratamiento no farmacológico enfocado en desarrollar tres pilares fundamentales: el cognitivo, el funcional y el conductual, con el fin de mejorar su calidad de vida de los huéspedes y ofrecer las mejores ventajas en sus proyectos diarios.



Mónica Gallego, directora de Seniors Residencias, en su discurso de agradecimiento

Balearhouse Líder en consulting inmobiliario

Premio al Éxito Empresarial como Agencia Inmobiliaria.
La firma está especializada en el mercado de Mallorca

Las nuevas necesidades habitacionales de las familias españolas han llevado a muchas de ellas a optar por cambiar la ciudad por la playa o la montaña, hasta el punto de que zonas costeras como Canarias y Baleares han visto cómo la compra de casas se disparaba este último año. A la hora de aventurarse en cambiar de vivienda en una zona tan demandada, lo mejor es contar con expertos que conozcan la región y sepan aconsejar al cliente para no fallar en la compra.

Ese es el trabajo que realizan día a día en Balearhouse, una inmobiliaria con más de 20 años de experiencia en asesoramiento de compraventa de viviendas especializado en el archipiélago balear. Como reconocimiento a esta trayectoria, LA RAZÓN ha entregado a Balearhouse el Premio al éxito empresarial como agencia inmobiliaria, galardón recogido por Jesús María Calvo Caballero, gerente de la empresa.

«Es un gran orgullo para todo el equipo que formamos Balearhouse ser reconocidos como merecedores de este premio y nos ayuda a ser conscientes de la importancia del esfuerzo diario y a continuar trabajando duro, apostando por la excelencia como identidad profesional», aseguran desde la inmobiliaria.

Balearhouse fue fundada en 1999 y lleva más de dos décadas ofreciendo a sus clientes la cercanía, seguridad y confianza de una empresa familiar con gran conocimiento sobre el mercado de la vivienda. «Gracias a ello nos hemos convertido en un consolidado consulting inmobiliario con un profundo conocimiento del mercado en Mallorca, isla en donde vivimos, trabajamos y de la que estamos profundamente enamorados», destacan desde la firma. Balearhouse está formada por un equipo humano profesional y dedicado que trabaja cada día para brindar el mejor servicio a medida a cada uno de sus clientes, ya sean nacionales o internacionales, que eligen a esta asesoría inmobiliaria de confianza para adquirir una residencia en la isla de Mallorca, uno de los destinos más codiciados del mundo.

Las principales virtudes de este equipo es su oferta de un servicio completo en el proceso de compraventa de propiedades y viviendas residenciales de alta calidad en la isla. Todo el equipo que conforma la empresa cuenta con una gran experiencia y dominio del



Jesús María Calvo, gerente de Balearhouse, recibe el premio de manos de Francisco Marhuenda

sector inmobiliario en la isla. «Conocemos perfectamente las ubicaciones, así como el estilo de vida que prima en cada una de ellas. Contamos además con profesionales altamente cualificados y multilingües que colaboran con Balearhouse en el proceso de compraventa, con el objetivo de dar el mejor servicio integral a todos nuestros clientes», afirman.

La tecnología es uno de los principales motores de esta empresa, clave en un mercado como el actual de gran competencia. Gracias a la inversión que Balearhouse ha destinado a digitalización, ofrecen un portal inmobiliario web que facilita la elección a sus clientes. Esta apuesta por la tecnología va más allá del servicio que prestan a los compradores, porque la firma sabe que lo que hoy demandan los clientes son viviendas con las más altas exigencias en cuestión de ubicación, diseño y sostenibili-

dad. Todo ello, lo combinan con un trato humano de primer nivel, como aseguran: «Destacar que la discreción es una virtud clave en cada una de las operaciones que realizamos y eso junto al trato personal que ofrecemos es lo que hace que el cliente vea la calidad de las personas que forman un consulting inmobiliario».

Un cambio de tendencia

Desde la agencia afincada en Mallorca reconocen que los compradores de casas han cambiado sus necesidades en los últimos años, una tendencia que en Balearhouse ya veían con anterioridad pero que ha acentuado la pandemia. «La tendencia es una reconexión con la naturaleza, espacios abiertos, estancias que sean fácilmente adaptables, ultracómodas, con terraza o jardín y de alta calidad», explican los expertos. De hecho, no solo ha cambiado la demanda

de vivienda, sino que la gente también hace un uso diferente de ella y espera disfrutar mucho más de su hogar, de ahí que cada vez sean más exigentes los compradores.

Los analistas de Balearhouse aseguran que la búsqueda de vivienda también ha cambiado, y que cada vez más los clientes demandan profesionales expertos que les generen confianza para hacer su inversión. «El cliente de hoy en día valora la disponibilidad, y tiene la necesidad de sentirse acompañado en todo el proceso». Por ello un servicio que en Balearhouse consideran funda-

«Hay una tendencia a la reconexión con la naturaleza, a espacios abiertos y a estancias fácilmente adaptables»

El mercado de la vivienda apunta alto este año

► Desde la inmobiliaria Balearhouse, experta en el mercado de la vivienda de Mallorca, reconocen que en este momento el mercado inmobiliario está en ebullición, una tendencia que creen que seguirá al alza. «En una época de continuos cambios sociales y económicos, la pretensión de comprar una nueva vivienda vemos que es elevada», explican desde la empresa. Para lograr el éxito en este mercado, en Balearhouse creen que hay que apostar por las nuevas tecnologías, pero también por conocer a fondo el mercado inmobiliario para ofrecer el mejor asesoramiento, algo en lo que los clientes son cada vez más exigentes, que demandan un apoyo permanente y completo en todo el proceso de compra.

mental para diferenciarse de la competencia y es el factor humano y el trato personalizado en el asesoramiento. Para ello es imprescindible conocer perfectamente a cada cliente, saber cómo piensa y cuáles son sus intereses y motivaciones para centrar sus esfuerzos en él, y esa es la filosofía.

«Contamos con una mirada contemporánea de empresa donde los conceptos de “movilidad” y “conectividad” son imprescindibles. Sabemos que usted valora su tiempo y nuestra disponibilidad, necesitando estar informado permanentemente. Nuestros clientes buscan la singularidad en el servicio y nosotros se la damos», explican desde Balearhouse. Como servicio añadido, la consultora tiene relaciones con otras empresas para prestar servicios de cocina, personal doméstico o especialistas en mantenimiento de casas y jardines.

Keter Líder mundial en soluciones innovadoras para el hogar

Premio a la Mejor Marca Sostenible. En su sector es el mayor usuario de plásticos reciclados gracias a su proyecto de economía circular

En los últimos dos años, el hogar ha pasado a ser para millones de familias el centro de su vida y las horas que pasamos en él se han disparado fruto de las dificultades de movilidad y la extensión del teletrabajo. En ese contexto, la mejor manera de asegurar una buena calidad de vida y de trabajo es invirtiendo en cambiar

nuestra casa para adaptarla a las nuevas necesidades, y si esa transformación se hace respetando el medioambiente,

estaremos colaborando con la mejora del entorno. Para lograrlo, Keter comercializa toda clase de mobiliario para la organización del hogar, haciendo la vida más sencilla y sostenible a millones de per-

sonas. Por todo ello, LA RAZÓN ha entregado a Keter el Premio a la mejor marca sostenible, recogido por María Jesús Esteve, directora general de Keter Iberia. «Este galardón es un reconocimiento al esfuerzo y al firme compromiso que

el grupo Keter está llevando a cabo en los últimos años en materia de sostenibilidad», destacan desde la empresa. Fundada en 1948, Keter es líder mundial en la fabricación de soluciones innovadoras y duraderas para el hogar, con toda clase

de productos de almacenaje y mobiliario para el jardín (Keter) y organización para el hogar (Curver) que se venden en más de 25.000 puntos de todo el mundo. «Nuestro compromiso es proporcionar soluciones funcionales, duraderas y asequibles que faciliten el día a día de nuestros consumidores», aseguran desde Keter, donde mantienen que el pilar de su negocio es reducir al máximo la huella medioambiental de toda la línea de productos que comercializan. «Keter lleva 70 años investigando e innovando sobre cómo contribuir a la economía circular, mitigando el cambio climático mediante el uso de materiales reciclados y procesos de producción sostenibles y mejorando la eficiencia de nuestra cadena de suministro», reconocen desde la compañía.

La clave del sistema circular de

Keter radica en el uso a gran escala de plásticos reciclados, previamente utilizados en la industria o en otros productos. De hecho, es el mayor consumidor de estos plásticos reutilizados, como explican desde la multinacional.

El resultado son soluciones para el hogar a base de polipropileno reciclado, que consume un 88% menos de energía en su fabricación, un 46% menos de agua y emite un 23% menos de residuos sólidos. Todo ello manteniendo la calidad del producto, de gran durabilidad y resistencia a diferentes climas, a la par que son más económicos que los fabricados con materiales como la madera o el metal. «Un ejemplo son nuestras casetas Newton, Darwin, Oakland y Artisan, que nos brindan una alternativa al uso de recursos de madera virgen, generando cero residuos en la producción, conservando su calidad y forma en todas las condiciones meteorológicas, y que, además, no requieren mantenimiento», afirman.

Keter ha logrado comercializar soluciones de almacenaje con escaso impacto en el planeta gracias a su intenso proceso de innovación, que ha dado lugar a más de cien nuevos productos solo en el año 2021. La gran novedad del año fueron los productos de almacenaje de alimentos y economía circular. Fabricada con polipropileno 100% reciclado, la nueva línea Smart Eco de Curver es el primer

Objetivos medioambientales ambiciosos

► La fórmula de fabricación de Keter se basa en reducir al máximo el impacto mediambiental mediante plásticos reciclados. Entre sus objetivos para 2025 se encuentran aumentar el uso de materiales reciclados del 40% en 2020 al 55% y reducir un 25% la emisión de gases contaminantes.

Hasta ahora, la firma ya ha conseguido que el 100% de los productos que comercializa sean 100% reciclables y reducir un 4% la emisión de gases contaminantes, un profundo proceso de transformación que solo acaba de empezar, según explican desde la compañía.



María Jesús Esteve, directora general de Keter Iberia, durante la entrega de premios de LA RAZÓN

«Nuestro compromiso es proporcionar soluciones funcionales que faciliten el día a día de los consumidores»

envase de almacenamiento de alimentos hecho con materiales totalmente reciclables que cumple los requisitos de calidad alimentaria y ayuda a impulsar una economía circular. Los nuevos herméticos Eco Line abarcan las colecciones Smart y Grand Chef.

En el embalaje de los productos, Keter continúa trabajando y esforzándose por reducir el impacto medioambiental a la hora de transportarlos, utilizando embalajes de tamaño reducido, optimizando su peso y espacio en su transporte. Otro de los pilares de Keter en sostenibilidad es el apoyo a sus profesionales y su comunidad. «Porello, somos socios de The Valuable 500, una comunidad global de empresas que promueven la inclusión de personas con capacidades especiales a través de programas de accesibilidad», añaden.

Quantion

Motor de una digitalización segura

Premio Empresa de Estrategia Digital e Innovación Tecnológica. Gestión humana y claridad de objetivos

El avance de las tecnologías y la necesidad de adaptación de las empresas a la era digital se ha vuelto un deber que todo emprendedor ha de tener presente para que su proyecto tenga recorrido en el futuro. Así, la rápida evolución y el cambio al que nos hemos visto obligados, en general, a experimentar en la mayor parte de los ámbitos laborales de nuestra vida, ha hecho aumentar la importancia de un intermediario entre la empresa y su digitalización. Cada vez más personas trabajan desde casa y cada vez más empresas se han visto en la necesidad de acudir a ellas. Una tarea que garantizan empresas como una de las premiadas por LA RAZÓN en sus Premios Excelencia: Quantion.

Quantion nació en 2015 con el fin de cubrir la necesidad básica de cualquier startup: que los clientes sepan por qué deben contar con ellas para seguir un proceso tecnológico: «En muchas ocasiones los startups no explican bien de qué modo pueden ser útiles a las grandes empresas y estas, a su vez, no saben cómo aplicar en sus propios procesos las soluciones que les muestran». De esta manera, Quantion pone solución a la ecuación y acompaña a las empresas en su proceso, acercando la tecnología al negocio y el negocio a la tecnología gracias a su experiencia, conocimiento y trato personalizado de cada uno de sus clientes.

Los resultados positivos que Quantion ha conseguido desde su nacimiento, no solo en beneficio propio, hacia otras empresas con su trabajo desde hace ya más de un lustro, ha hecho que LA RAZÓN le entregue el Premio Empresa de Estrategia Digital e Innovación Tecnológica 2021. Carme

Puntos a favor del modelo «Digital Factory»

► Con el fin de acelerar los proyectos de innovación de sus clientes y transformarlos de principio a fin, Quantion ha trabajado bajo un modelo «Digital Factory» que le ha hecho colocarse a la cabeza de las empresas de estrategia digital en sus siete años de vida. Un proyecto que va desde hacer entender a sus clientes el por qué la tecnología da respuesta a un reto concreto hasta el diseño, usabilidad y desarrollo de soluciones de negocio innovadoras. Es por ello que se definen como «un puente entre el mundo empresarial y las empresas de nueva generación que ha hecho construir y ofrecer a los clientes un servicio de radar tecnológico multi-sectorial y global que, a partir del reto de negocio que desee abordar, exploran y detectan casos de uso similares ya existentes y cuáles son las mejores soluciones».



Carme Pellicero, directora general de Quantion

Pellicero, directora general de la empresa, fue la encargada de subirse al escenario para agradecer el reconocimiento con el máximo orgullo y dando importancia al esfuerzo de sus trabajadores: «Nuestro equipo trabaja y mejora nuestra propuesta de valor a diario, haciendo posible que ésta sea muy bien recibida en el mercado por nuestros clientes».

Refuerzo necesario

España es un país donde la cultura del teletrabajo estaba muy poco avanzada antes de que la crisis sanitaria obligase a millones de empleados a trabajar desde casa. «La mayoría de las empresas no estaban preparadas para ello», destaca Pellicero, asegurando que la necesidad de concienciación de éstas para ponerse al día a nivel cultural, estructural y tecnológico ha sido una de las pocas cosas positivas que ha traído esta situación. Además, Quantion ha conseguido

reforzar sus tres pilares fundamentales: las personas, con la ampliación de su equipo, los conocimientos y la creación de activos propios para lograr ser más competitivos ante sus clientes.

Dos claves

Hay dos grandes preocupaciones que Quantion tiene en cuenta a la hora de llevar a cabo una transformación digital. Primero, saber cuál es su punto diferencial del cliente para tener un impacto positivo.

«La necesidad más generalizada es disponer de una hoja de ruta estratégica orientada a resolver los retos de negocio, priorizarlos y darles soluciones en base a tiempo, esfuerzo y coste», aclara la responsable.

El segundo dato tiene que ver con la predisposición de las personas que acompañan al proceso, pues es necesario que estén preparadas y dispuestas a avanzar:

«Para ello deben desaprender para volver a aprender nuevas formas de hacer y trabajar», asegura Pellicero.

De esta manera, las personas de la propia organización son las encargadas de iniciar y mover el proceso de digitalización. Sin ellas, no hay avance: «Son las protagonistas de que la transformación tome forma», añade la directora general. Pues, aunque la tecnología y sus avances son importantes, solo son considerados para Quantion meros «instrumentos» que la gestión humana tiene que saber llevar a cabo.

Quantion, actualmente con sede en Barcelona y Madrid, aspira a multiplicarse por todo el país, así como continuar trabajando con una propuesta de valor focalizada en su «Digital Factory», con la que tienen como objetivo seguir creciendo y multiplicando su volumen de negocio apostando por las personas y sus conocimientos, además del avance empresarial.

POR
MIRIAM R.
NOGAL

Estampaciones Industriales Referente en el sector del metal

Premio en I+D en Calidad de Producto y en el Compromiso a Servicio al Cliente, fabrica piezas metálicas de calidad para toda clase de industrias

Estampaciones Industriales S.A. (EISA) es una de las empresas que demuestran la importancia de tener un tejido industrial consolidado y competitivo en la economía española. Cuenta con medio siglo de trayectoria en la fabricación de piezas metálicas desde su nave de Madrid, y a lo largo de ese periodo de tiempo se ha ido adaptando a los grandes cambios que ha vivido el sector, con una transformación digital que ha acelerado el trabajo diario y ha mejorado los productos industriales, pero que también ha supuesto una gran inversión para firmas como esta. «Nuestra filosofía de trabajo parte del buen hacer, de la excelencia en calidad, de mantener precios competitivos, de ser leales a nosotros mismos y de afianzar día a día el voto de confianza que nos dan nuestros clientes y proveedores», explica Marcela Maggio, directora financiera de la compañía.

POR
D. L.

Este gran esfuerzo es ahora premiado por LA RAZÓN, que ha otorgado a Estampaciones Industriales el Premio en I+D en calidad de producto y en el compromiso a servicio al cliente, galardón recogido por Marcela Maggio. «Nos invade una gran alegría, comenzar el año recibiendo este premio, nos llena de orgullo y nos carga aún más de energía para afrontar este año que viene con grandes retos», explica la responsable.

En 1972, nace Estampaciones Industriales con la visión de ser un gran y excelente estampador referente para la industria de la automoción, proyecto que fue consolidándose y creciendo en otras industrias como electrodomésticos, muebles de oficina, construcción y la gran industria solar. Tal ha sido el éxito de la compañía que ya cuentan con un equipo de 60 empleados que día a día trabajan desde su fábrica de Fuenlabrada, al sur de Madrid, para alcanzar la excelencia en todos los productos



Marcela Maggio, directora financiera de Estampaciones Industriales, en sus palabras de agradecimiento

Auge de la industria solar

► Estampaciones Industriales es uno de los grandes fabricantes de piezas metálicas para automóviles, pero a lo largo del tiempo ha ido expandiéndose a otros sectores para fabricar piezas para electrodomésticos o material de construcción. De cara a la próxima década destacan las oportunidades del sector de la energía solar y la enorme

producción de paneles fotovoltaicos fruto de la transición ecológica. Para superar las pérdidas de la pandemia, este negocio confía también en que pronto el sector del automóvil vuelva a producir a niveles de 2019, algo que debería ocurrir a partir de este año y a medida que la economía mundial recupere la normalidad.

y servicios que ofrece la compañía.

En Estampaciones Industriales fabrican piezas metálicas, por medio de la estampación en frío, extendiendo el proceso productivo con soldadura, desbarbado, tratamiento superficial y montaje de conjuntos. Según explica Maggio, pueden fabricar según la geometría de la pieza, todo tipo de pieza metálica con espesores de chapa que oscilen entre 0.3 mm a 10 mm. «Nuestra vasta trayectoria en el negocio de la estampación y soldadura nos han permitido desarrollar una nueva línea de negocios

relacionada con el servicio de diseño de pieza y de utillaje», añade la directiva, que explica que hoy en día mantener un departamento de ingeniería y de matricería, con la tecnología que corresponde, es extremadamente caro, una apuesta que sí ha hecho Estampaciones Industriales. «Es una inversión que no todos pueden hacer y mantener. Es por ello que ofrecemos un servicio integral donde no solo diseñamos las piezas sino también los utillajes y el análisis total del negocio que requiere el nuevo cliente», afirma Maggio.

Demanda

Este tipo de servicio se da en aquellas empresas que venden productos que conllevan piezas metálicas, que evaluando la curva de demanda actual y futura, hacen que deban replantearse el mantener su proceso de producción válido para ciertos niveles de venta, pero que a partir de determinado punto dificulta el análisis de cambio de producción actual por del de la estampación.

Maggio también destaca otras inversiones que ha realizado la compañía para expandir su cartera de productos, como la compra de una prensa AIDA de 1.250 toneladas, junto a la inversión efectuada en la celda de soldadura MULTIREFERENCIA de SERRA, dos adquisiciones claves para el negocio. «Es-

«No solo diseñamos piezas, también los utillajes y el análisis total del negocio que requiere el cliente»

«Nuestra filosofía es la excelencia en calidad, un precio competitivo y afianzar cada voto de confianza del cliente»

tas inversiones nos han ampliado la oferta no solo para el sector de automoción sino al sector solar, que es la industria que crece a un ritmo sostenido y que necesita de todo tipo de prensas para los diseños de piezas y volúmenes que gestionan», explica la directiva.

Además de generar un mayor volumen de negocio y de satisfacer las necesidades de los clientes, desde EISA aseguran que la inversión en maquinaria y tecnología también ha generado una mayor eficiencia de costos, reduciendo el gasto de energía y acelerando el trabajo diario.

El destino de las latas de refresco que tiramos a los contenedores es para muchos una incógnita, pero lo cierto es que el proceso es mucho más complicado que tirarlo al contenedor. Las empresas de gestión de residuos se encargan de tratar cada uno de los materiales que componen esa lata, con el fin de evitar la contaminación y aprovechar sus componentes para crear nuevos productos.

Entonces, ¿adónde va una lata cuando la tiramos a la basura? Grupo Segura Ruiz nos cuenta el secreto: un camión la transporta a una planta de residuos sólidos urbanos, y una vez allí se hace una clasificación previa para enviar a empresas como la galardonada por LA RAZÓN, y éstas separan y gestionan cada uno de los materiales –ya sea plásticos, papeles o materia orgánica– con el fin de que se pueda reutilizar. Un medioambiente sano garantiza futuro, y por ello, esta reconocida empresa de gestión de residuos lleva más de cinco décadas en el sector.

Grupo Segura Ruiz puso la primera piedra hace 50 años, pero fue más de dos décadas más tarde cuando se comienza a establecer. Décadas de trabajo, esfuerzo y evolución que la han convertido en una de las mayores y más eficientes

Grupo Segura Ruiz La lucha por un mundo sin residuos

Premio Empresa Líder en Gestión de Residuos. Basan su estrategia en las 3R: reducir, reutilizar y reciclar

Apuestan por la investigación y el desarrollo

► Desde los primeros pasos de Grupo Segura Ruiz, sus responsables han apostado por el I+D. De esta forma, sus formados trabajadores garantizan la calidad y la actualización de sus servicios a los clientes. Tanto es así, que crearon un laboratorio interno y personal donde poder

desarrollar cada uno de los procesos, distinguiéndose así de la competencia. «Dotamos a la empresa de un laboratorio grande y los medios técnicos para poder desarrollar los procesos», asegura Moya Zayas, de esta manera garantizan un trabajo único que «no hace nadie».

cientas fábricas de residuos del país. Por ello, LA RAZÓN ha reconocido su trabajo entregándole el Premio empresa líder en gestión de residuos.

El galardón fue recogido por el director técnico, Juan Moya Zayas, quien reconoce orgulloso su ilusión por recibir un premio como el de este diario: «No estamos pendientes de los premios, sino que nos dedicamos a trabajar con ilusión, pero cuando se reconoce el trabajo fuera de la empresa a todo el mundo le gusta y nosotros no somos una excepción». Así, confesaba su satisfacción por poder ser un ejemplo para otras empresas gracias a reconocimientos como el del periódico.

Una nueva oportunidad

El trabajo principal de Grupo Segura Ruiz consiste en darle una segunda vida a los productos que tiramos al contenedor y eran considerados basura hasta hace relativamente pocos años. Concretamente los envases metálicos. Separan y analizan cada componente con el fin de que pueda ser reutilizable en el futuro. Esta nueva oportunidad para los residuos hace que se reduzca el uso de recursos naturales, que son mucho más caros y dañan al ecosistema

en una mayor proporción. Por ello, uno de sus principales objetivos es que el residuo general que se genere sea cero.

«Hay que crecer pensando en el medioambiente», asegura Moya Zayas. Las empresas cada vez más ligan el futuro con la mejora de la sostenibilidad, y Grupo Segura Ruiz crece ayudando a que la comunidad sea mucho más responsable con la naturaleza. Una ayuda presidida por la potencia de las 3R: reducir, reutilizar y reciclar.

POR
MIRIAM R.
NOGAL

El secreto del estaño

El estaño es el material estrella de Grupo Segura Ruiz. A través del análisis del estaño y el descubrimiento de su fórmula, han logrado generar productos químicos con múltiples aplicaciones, como utilizarlo recubrimiento principal en los envases de vidrio: «Hemos encontrado la fórmula y, una vez obtenido el estaño, hemos generado productos químicos extraídos del mismo con múltiples aplicaciones. La más importante, como recubrimiento principal de los embases de vidrio.»

Esta exclusividad por parte de la empresa ha hecho que, en situaciones críticas como la vivida durante el estado de alarma, sus clientes les pidieran formalmente

«Las empresas nos pidieron que mantuviéramos el suministro del estaño durante la pandemia»

que no interrumpieran su suministro: «Por el estaño que nosotros utilizamos, las empresas nos pidieron que mantuviéramos el suministro de nuestro producto, porque si no tendrían que haber parado también su producción».

Por otro lado, y ligado a su importancia, esta empresa fue considerada como actividad esencial durante la pandemia, pues las personas no han dejado de consumir alimentos y sus residuos tenían que tratarse indispensablemente: «Fuimos declarados empresa esencial y no pudimos parar la actividad ni tampoco teletrabajar», nos afirma el responsable.

La gestión de residuos tiene mucho camino por recorrer, dicen. Muchos materiales no se tratan con el fin de reutilizarlos, y gracias a esto, empresas como Grupo Segura Ruiz tienen un largo futuro por delante de desarrollo, investigación y crecimiento.



José Luis Bonet, Juan Moya Zayas (Director Técnico de Grupo Segura Ruiz) y Francisco Marhuenda

Más de seis décadas de experiencia y un recorrido familiar que pocas empresas logran alcanzar con el transcurso de los años. Los orígenes de Alarwool se remontan a los años 50 en una pequeña población del norte de Palencia, Alar del Rey. Un pueblo que da nombre a esta reconocida empresa textil y cuyo principal motor económico estaba centrado en la agricultura y la ganadería ovina. Es por ello que la llegada de Alarwool fue una gran revolución para la población de la zona, pues su industria textil garantizaba la mejor materia prima para los hilados de su ganado y una oportunidad de futuro en la economía del país.

Así, desde Burgos y con una red de nueve oficinas distribuidas por todo el mundo que llegan hasta Moscú, pasando por Miami, Toronto, Lon Angeles, Sao Paulo o Nueva York, la empresa ha ido creciendo hasta coronarse como una de las principales en fabricación de moquetas y alfombras, no solo a nivel nacional, sino ofreciendo

sus productos y servicios a gran parte de las cadenas hoteleras y cruceros de todo el mundo. Un reconocimiento que

POR
MIRIAM R
NOGAL

queda demostrado por la confianza que ponen en Alarwool algunas de las marcas más reconocidas dentro y fuera de España, como Disney, MSC Cruceros, Hilton, Four Season Hotels & Resorts, RENFE o los más lujosos palacios de los jeques emiratíes.

LA RAZÓN ha querido reconocer el mérito y el esfuerzo de esta empresa en la tercera entrega de sus Premios Excelencia Empresarial, otorgándole el Premio a la proyección internacional en la industria textil familiar. Un premio que fue entregado por José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España, y que recogió Julián Cubero García, CEO de Alarwool, que define el galardón como «un impulso anímico y un reconocimiento al trabajo y esfuerzo diario de cada uno de sus trabajadores»: «Una razón para seguir trabajando y defendiendo la industria española de moquetas y alfombras, que si hace años era el motor de la economía en algunas comarcas de España generando miles de puestos de trabajo, en la actualidad se ha deslocalizando a países indios y asiáticos», destacaba.

Hoteles, zonas de ocio como cines o casinos, y cruceros -los más afectados-... fueron total-



Julián Cubero García y Francisco Marhuenda

Alarwool Un salto de la ganadería al lujo hotelero

Premio a la Proyección Internacional en la Industria Textil Familiar. Visten estancias y cruceros en todo el mundo

mente inmovilizados con el comienzo de la pandemia en marzo de 2020. «Nuestros clientes están en el sector de la hostelería, que sin duda ha sido uno de los principales afectados», recordaba Cubero García.

El sector textil y el del turismo sufrieron duramente la crisis del coronavirus, y la combinación de

ambos sectores afectó directamente a empresas como Alarwool que, acostumbrados a basar su trabajo y clientela en esta industria, han tenido que saber reinventarse, con el fin de mantenerse a flote sin cambiar su esencia. Para ello, han contado con la incorporación de nuevas técnicas y tecnologías: «Hemos desarrollado el

La innovación como una llamada al futuro

►La innovación es para Alarwool una de las estrategias para amoldarse a los cambios. En conjunto con la Universidad de Burgos y una empresa farmacéutica canadiense, han logrado desarrollar un tratamiento de acabado en sus moquetas que elimina el 99% de las bacterias y microbios por contacto. Una creación que les ha permitido conseguir el reconocimiento de la Cámara de Comercio de Burgos y que les anima a seguir trabajando para ser los primeros en el sector a nivel nacional. Un hecho que les ha animado a seguir creando y a «seguir aumentando la capacidad de producción incorporando más maquinaria».

acabado "Hygienicfinish" pionero en nuestra industria, que elimina bacterias y microbios por contacto en todas las moquetas y alfombras; y por el que nos dieron el premio a innovación 2021 el Banco Santander», aseguran. Además, han conseguido mantenerse próximos a sus clientes sustituyendo los viajes de negocios por decenas de videoconferencias diarias.

Sin duda, lo más duro para Alarwool fue verse en la obligación de parar uno de sus proyectos más grandes de los últimos años: su fábrica en Burgos. Después de meses de instalaciones, trabajo, inversiones en equipos y planificación, tuvieron que paralizar cualquier proyecto por culpa de la crisis sanitaria. En marzo de 2020, comenzaron su puesta en marcha, pero pocas semanas después tuvieron que cerrarla. «Empezamos a funcionar en la fábrica de Burgos en marzo de 2020 con gran ilusión después de meses de instalación de maquinaria, inversiones en equipos, instalaciones y más de un año de planificaciones, y en abril de ese mismo año se cierra por la pandemia y se nos caen el 90% de los proyectos de cruceros, el 50% de hoteles y el 80% de trenes», reconocen.

Así, la combinación de las nuevas tecnologías con las formas

«Empezamos a trabajar en la nueva fábrica en marzo de 2020 y, por la pandemia, tuvimos que cerrarla en abril»

tradicionales de trabajo ha sido la clave para que una empresa como la Alarwool siga alcanzando sus objetivos y viendo crecer su posición dentro del sector. A pesar de las adversidades a las que se han tenido que enfrentar estos últimos años, la innovación y creación de nuevas técnicas han sido partícipes de la evolución de Alarwool.

Por ejemplo, han incorporado una nueva aplicación con la que los clientes pueden diseñar sus productos de manera real, en 3D y con la posibilidad de ver el resultado final de forma online. La aplicación se llama COLORIT y pueden acceder a ella de una forma fácil e intuitiva. «Un cliente puede diseñar profesionalmente su propia moqueta o alfombra en 15 minutos», dicen desde la empresa. De esta manera, se adaptan a la necesidad de cada cliente, conociendo sus gustos y acercándose al resultado final del diseño que busca.

Gesa Mediación Una correduría de seguros cercana e innovadora

Premio Mejor Correduría de Seguros 2021, su reto más importante es ayudar y responder con rigor y eficacia a las personas que confían en su trabajo

Las personas como principal propuesta de valor, Gesa Mediación antepone los deseos del cliente y lucha por una atención especializada para cada uno de ellos a través de la confianza, la empatía y la innovación. Esta correduría de seguros tiene presentes tres claros preceptos a la hora de trabajar: la especialización, la seguridad de cumplir con sus objetivos y la oferta de un asesoramiento personalizado. Una forma de llevar a cabo su proyecto que ha convertido a la empresa en una de las más importantes de su sector en todo el país.

Gesa Mediación nace en Murcia hace casi tres décadas, fruto del trabajo familiar que, en su segunda generación, logró crear una

correduría de seguros cercana, eficaz, empática, pasional e innovadora. Cinco valores que definen el trabajo de esta empresa y que les ha llevado a ser nombrada por LA RAZÓN como la Mejor Correduría de Seguros en 2021. Mariano Albaladejo, presidente de Gesa Mediación, viajó hasta Madrid para acudir a la gala y recoger el galardón. Un premio que define como un orgullo para la entidad: «Es un reconocimiento a la

constancia, la trayectoria, la capacidad de superarse y sobreponerse ante la adversidad; y cómo no, la confirmación de que Gesa tiene un capital humano “premium”, exponía, detallando que el aumento de clientes que están experimentando es sinónimo de un trabajo bien hecho.

POR
MIRIAM R.
NOGAL

«El reto más importante es diario. Se trata de ayudar a responder con rigor a las personas que confían en nosotros»

Uno de sus próximos lanzamientos es una aplicación móvil con la que estar en contacto directo con el cliente

«El reto más importante es diario. Se trata de ayudar y responder con rigor a las personas que confían en nosotros», declara Albaladejo. Así, su reto es tramitar satisfactoriamente cualquier situación. Pero, ¿cómo lo consiguen? Gesa Mediación cuenta con un imprescindible departamento técnico que ofrece las mejores coberturas con el fin de obtener los resultados que el cliente espera: «Una póliza bien hecha te garantiza un buen servicio y un cliente protegido al que no le vamos a fallar».

Tecnología y digitalización

La tecnología es presente, futuro y pasado, aunque muchas empresas han esperado hasta el final para digitalizarse. Gesa Mediación lleva varios años invirtiendo en este proceso y por ello, durante el estado de alarma no tuvieron nin-

gún problema para adaptarse a las exigencias del teletrabajo, un hecho del que alardean con orgullo: «Supimos estar a la altura», destaca Albaladejo.

Así, motivados por la innovación, la evolución y el crecimiento, uno de sus próximos lanzamientos será una aplicación móvil con la que podrán estar en contacto directo con los clientes de manera rápida. Una APP que facilitará el acceso a la información de cada póliza con el fin de entrar, desde cualquier dispositivo, a los datos que necesite el asegurado. Además, tienen pensado poner en marcha el contrato de seguros de forma directa a través de internet, en pocos minutos y de manera autónoma.

El esfuerzo realizado durante las tres décadas de vida de Gesa Mediación les ha permitido crear, recientemente, tres departamentos específicos ligados a otros tantos sectores: Gesa Sports, para el ámbito deportivo, Agrogesa, dedicado al sector agrario y para las administraciones públicas. Así, la empresa está en constante cambio y evolución, poniendo uno de sus focos en la expansión territorial. Actualmente trabajan con más de 20 oficinas en el Levante, Andalucía y Madrid, de manera nacional; Portugal y Alemania, en el territorio internacional, pero quieren extenderse más allá de Europa hasta llegar a Estados Unidos.

Los cinco grandes valores que guían a la empresa

► Gesa Mediación proyecta cinco valores definidos dentro de su empresa. Por un lado, cercanía, garantizando un «cuidado» personal hacia cada uno de sus clientes; por otro, la eficiencia solucionando problemas de la manera más rápida y ágil. El tercer valor es la empatía con el consumidor, trabajando como si fuera para ellos mismos: «No miramos por las compañías aseguradoras sino por los clientes», afirman en su web. La innovación también está presente, adelantándose a las necesidades a través del uso de la tecnología. Por último, el elemento fundamental: la pasión por su trabajo.



Mariano Albaladejo, presidente de Gesa Mediación

Hormitech

El futuro de la vivienda es modular

Premio al Diseño de Construcción de Casas Modulares, energéticamente eficientes y excelentes acabados

Sin sorpresas ni sobrecostos. Así define Hormitech su trabajo. Esta empresa constructora, experta en fabricación de casas de hormigón, promete ser ya el futuro de la fabricación más moderna e innovadora de casas, con el diseño y creación de residencias modulares de la mayor excelencia. Un éxito basado en tres pilares fundamentales: la calidad, la eficacia energética y el uso responsable de los recursos naturales, favoreciendo así al medioambiente en sus construcciones.

Hormitech nace en 2016, tras años de experiencia en la comercialización de viviendas de terceros y entidades financieras. El objetivo de esta empresa era vender casas más modernas, confortables y eficientes, surgiendo así las casas modulares que comercializan en la actualidad: el futuro de la construcción moderna.

LA RAZÓN reconoce la modernidad en el sector de la vivienda y el avance en técnicas de construcción otorgando a Hormitech el Premio Excelencia Empresarial al diseño de construcción de casas modulares. «Es para todo el equipo una satisfacción y recompensa a su trabajo duro y bien hecho de los últimos años», agradecía Fernando Vega Hernández, CEO de Hormitech, y encargado de recoger el galardón. Al hacerlo, destacó que parte del reconocimiento es gracias a la confianza que les muestran sus clientes.

Superioridad y tecnología

¿Qué es una casa modular? A diferencia de las casas prefabricadas –aquellas que se elaboran a partir de diferentes secciones confeccionadas en una fábrica al 100% antes de su instalación–, las viviendas modulares se construyen por mó-

Así es el proceso para crear la casa de tus sueños

►Hormitech proporciona a sus clientes una atención personalizada para que puedan obtener la vivienda ideal que más se adapte a cada uno de ellos. Su equipo, centrado en un departamento técnico-comercial, se dedica a resolver las dudas y aportar las soluciones necesarias para que, dentro del presupuesto del futuro comprador, encuentren lo que están buscando. Así, una vez ultimados todos los detalles de ubicación, presupuesto y analizado generalmente lo que quiere el cliente, estudian la viabilidad urbanística de cada parcela. En este proceso, calculan la superficie aproximada que puede tener la vivienda, mostrando los resultados con planos de planta, alzados y en 3D. Una casa que, obtenida la licencia y coordinado el inicio de obra y la fabricación de la estructura, tarda en construirse entre seis y ocho semanas.



Fernando Vega Hernández, CEO de Hormitech

dulos o elementos prefabricados (estructura de cerramiento de fachada) para ser posteriormente transportadas al lugar donde finalmente se construirá la vivienda montando y uniendo los módulos y paneles prefabricados. Este tipo de viviendas garantizan a su huésped calidad y una mayor durabilidad con el paso del tiempo. El aumento de la calidad de las casas modulares frente a otro tipo es gracias al avance de las tecnologías, con una construcción más sostenible y una eficacia energética que garantiza una vivienda moderna, superior y de última generación.

Es por ello que Hormitech trabaja para construir las casas ideales donde todo el mundo sueña con vivir. «Nuestras viviendas se caracterizan por su diseño, su rapidez en la construcción, su fácil montaje y el uso de materiales de primera calidad, con una personalización por parte del cliente»,

detallan sus responsables. Un trabajo que consiguen uniendo la arquitectura más avanzada con un ecosistema sostenible.

La tecnología es un pilar básico que trabajan y estudian diariamente sus empleados con el objetivo de mejorar sus sistemas de construcción. Por ello, han incorporado recientemente un pequeño

departamento de I+D y algunos de sus proyectos más actuales contarán con elementos desarrollados en hormigón de ultra-alta resistencia (UHPC): «Es una mezcla potente desarrollada en la Universidad de Valencia y muy útil para necesidades donde el hormigón armado actual no llega», detallan en la empresa.

Paneles industrializados

La fórmula diferenciadora de Hormitech se centra, además de en la personalización de cada proyecto, en el uso de paneles de hormigón

industrializados: «Si bien nuestros paneles son industrializados, son distintos en una misma casa y en cada proyecto, y se realizan en condiciones de fabricación controladas. Podemos decir que más bien son paneles “artesanales” donde buscamos diferenciarnos en la calidad del acabado», asegura su responsable. Un material distinto en cada casa modular que se lleva a cabo en condiciones totalmente controladas: «En cada panel individual trabajan equipos de hasta seis personas, empleando hasta dos horas de trabajo por cada metro cuadrado», de esta manera fabrican un panel único y resistente que dota de exclusividad a la vivienda.

Aún sin planes de comercialización internacional, la constructora cuenta con su trabajo en nueve ciudades españolas y la inauguración de una nueva planta en Medina del Campo con vistas a un futuro emprendedor y de crecimiento.

POR
MIRIAM R.
NOGAL