

ECONOMÍA & EMPRESA

MARTES, 25 DE SEPTIEMBRE DE 2018

Javier Casado Fundador y arquitecto de JCTEAM (Javier Casado Arquitectos, S.L.P.)

"Buscamos siempre la excelencia en las distribuciones y en el uso de superficies"

JCTEAM (Javier Casado Arquitectos, S.L.P.) es un estudio de arquitectura referente en el sector residencial y en obra pública. Un equipo de arquitectos que trabaja en base a la atención personalizada de cada cliente, y en constante contacto con las nuevas tecnologías y tendencias más punteras. Conocemos el estudio con más detalle de la mano de su fundador.



© Luis Cerdeira

¿Cómo podríamos resumir la trayectoria reciente del estudio?

En 2013 comenzó una tímida reactivación del sector residencial. Apoyándonos en la confianza que nuestros más fieles clientes nos transmitieron, empezamos a estudiar oportunidades para desarrollar nuestra actividad.

Como la recuperación del mercado se presentaba incierta, tuvimos que involucrarnos intensamente en el proceso de trabajo de la empresa promotora, lo que ha sido muy positivo para nosotros a la hora de entender cómo plantear el desarrollo de los proyectos y de las obras. A partir de entonces, encadenamos una serie de encargos muy interesantes, tanto de vivienda

pública como de protección oficial, que han afianzado la presencia del estudio en el sector inmobiliario.

¿Qué factor común destacaría en estos encargos?

Lo más interesante y también lo más difícil para el estudio ha sido trabajar para varios clientes en un mismo proyecto. Además de las necesidades del promotor principal, teníamos que tener en cuenta las de sus posibles socios, así como las de los usuarios finales.

Este trabajo para varios clientes al mismo tiempo dio como resultado algún edificio de viviendas con gran riqueza de usos y tipologías. Elegimos el co-

lor blanco como dominante y el juego de volúmenes resultante se reflejó en una imagen que resultó muy atractiva para el público y característica de nuestros proyectos. Buscamos siempre la excelencia en las distribuciones y en el uso de superficies.

¿Cómo afecta el desarrollo tecnológico al trabajo del estudio?

En nuestros días, el desarrollo tecnológico afecta de forma fundamental a cualquier actividad. Para el estudio, lo más importante es la posibilidad de incorporar en los proyectos los nuevos requerimientos de sostenibilidad y ahorro energético que demanda nuestra sociedad.

Las instalaciones en los edifi-

cios se han complicado mucho en estos últimos años, y sería imposible desarrollar los proyectos sin los medios adecuados. La implementación de la tecnología BIM (Building Information Modeling) resulta imprescindible; lo que supone que el equipo debe estar en un proceso de formación continua.

Por otro lado, las nuevas tecnologías permiten el fácil acceso a una información arquitectónica abrumadora. El equipo tiene que ser muy cuidadoso en su asimilación para no caer en un efectismo superficial.

Por último, ¿cuáles son sus expectativas de cara al futuro?

Esperamos que la obra públi-

ca se recupere, por lo que estaremos atentos a las convocatorias que permitan al estudio competir en ese sector. Ya lo hemos hecho con éxito recientemente.

Aun así, nuestro principal objetivo será perfeccionar los principios que hemos comentado para así consolidar la confianza de nuestros clientes en nuestro trabajo diario.

JCTEAM
JAVIER CASADO ARQUITECTOS

www.jcteam.es

Sr. Juan Manuel Manzanedo CEO y fundador de Logisfashion

"El 50% de nuestro negocio proviene de operaciones e-commerce"

LOGISFASHION es una multinacional de la Logística enfocada a la industria de la moda y lifestyle. Llevan más de 20 años ofreciendo un servicio integral en la gestión de la cadena de suministro a nivel internacional, y ofrecen una amplia gama de operaciones logísticas omnicanal para Retail & Ecommerce.

Con el auge que está viviendo el comercio electrónico en todo el mundo, ¿a qué retos deben hacer frente los operadores logísticos de cara a los próximos años?

La inmediatez es el reto fundamental al que nos enfrentamos. El servicio ya no se mide en días, sino en horas; para ello, no es sólo necesario tener una estructura ágil y mantener una comunicación en tiempo real con el cliente, sino estar cerca del cliente final

para poder realizar las entregas en plazos mucho menores.

¿Cómo se han convertido en un partner logístico de éxito internacional?

Trabajamos para los grandes players y hemos evolucionado junto a nuestros clientes. Empezamos especializados en retail y nuestros clientes evolucionaron desde el B2B al B2C, por lo que nuestra evolución lógica fue seguir por ese camino. Estábamos muy

acostumbrados a manejar muchas SKUs y "tocar la prenda" por lo que el paso hacia el e-commerce fue más sencillo. Actualmente, el 50% de nuestro negocio proviene de operaciones e-commerce de clientes de moda y lifestyle.

¿En qué diferentes puntos del mundo están situados los almacenes logísticos de Logisfashion?

Logisfashion cuenta con 21 centros equipados con la más alta tecnología en Europa (España, Alemania y Francia), América (USA, México, Panamá, Colombia y Chile) y Asia (China, Hong Kong y Vietnam). 260.000 metros cuadrados donde ofrecemos un servicio integral en la gestión de la cadena de suministro de la moda.

¿Qué ventajas obtienen sus clientes gracias a esta polaridad en los almacenes logísticos?

Con los Hubs de cercanía estamos cerca del cliente final, lo que se traduce en una ventaja competitiva importante en términos de plazos y optimización de costes.

Con los Cross Border Hubs en Panamá para LATAM, y en Hong Kong para Asia, servimos a todos los países de la zona con ventajas de exención arancelaria, reducción de costes de transporte y tiempos, facilitando el acceso a los mercados internacionales.

¿Qué diferentes servicios están ofreciendo?

Logisfashion se encarga desde el origen en Asia, del control de calidad, consolidación y 'forwarding', hasta los servicios de valor añadido que se necesitan en destino como planchados, etiquetados, embolsados, 'pick and pack' y la entrega final. Podemos encargarnos, en cualquier parte del mundo, de todas las operaciones necesarias desde que un producto se fa-



brica hasta la entrega al cliente final, sea B2B o B2C.

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

Estamos fortaleciendo nuestra presencia en Europa, enfocados en e-commerce, en Alemania y Francia. El objetivo es ofrecer a nuestros clientes (que sirven desde España) menores plazos de entrega, menores costes de transporte y gestión de las devoluciones que, en países como Alemania, suponen un coste importante ya que ascienden al 50% de las ventas.

Por otro lado, seguimos con una apuesta clara por América, tanto las operaciones actuales en Chile, México, Panamá y Colombia, como Estados Unidos, donde tenemos expectativas importantes de crecimiento.



www.logisfashion.com

Raúl Sánchez Director de Operaciones de PayXpert en España

"Queremos ser el mejor compañero de viaje para cualquier e-commerce"

PayXpert es un Establecimiento de Pagos regulado, con licencia para actuar en toda Europa y parte de Asia. Presente en UK, Alemania, Francia, Italia, Asia y, desde finales de 2016, también en España con oficinas y equipo local, aporta la máxima transparencia y proximidad a sus partners y clientes.

¿Qué grado de desarrollo diría que tienen las tecnologías de pago en España?

España está experimentando una importante evolución en este apartado, sobre todo porque los e-commerce se están concienciando de la importancia del proceso de pago en el global de su operativa. Hasta hace poco, la pasarela de pagos era gestionada de forma masiva por los bancos, que han mostrado una cierta agresividad en precios, pero no siempre aportando las mejores soluciones debido a que no son empresas de base tecnológica. Actualmente, el crecimiento en ventas de los e-commerce españoles, la mayor sensibilidad respecto al funnel de ventas y un objetivo cada

vez más usual de internacionalización nos ponen en el centro de la ecuación. En ese contexto, PayXpert brinda a sus clientes todos sus conocimientos y experiencia en métodos de pago.

En ese marco ¿Qué aporta PayXpert?

Nos caracterizamos por tener alma innovadora y el objetivo de ser el mejor compañero de viaje posible para cualquier e-commerce que quiera monetizar. Nos centramos en mejorar la experiencia en el proceso de compra, mitigando riesgos y además ofreciendo el máximo de información posible respecto al pago, mediante nuestro Modulo de Business Intelligence. Nuestra función es ofrecer soluciones en función de



las necesidades de nuestros clientes, en base tanto a nuestro conocimiento de la industria como a nuestras conexiones internacionales.

En el mercado español, estamos entrando con fuerza. El objetivo es consolidar mercado consiguiendo cada vez mayor grado de penetración.

¿En qué consisten sus métodos de pago? ¿Cuáles son sus ventajas?

Integramos métodos de pagos locales. Podemos ofrecer más de 100 métodos de pago en cualquier parte del globo, enfocados a aquellos comercios que inician un proceso de expansión inter-

nacional y que tienen una clara sensibilidad hacia la mejora de experiencia de compra de sus usuarios. Y como cada país o región tiene un método de pagos con el que el usuario se siente más cómodo o seguro, proponemos la solución más indicada para cada mercado. Además, hemos creado una red de adquisición por Europa y Asia, de manera que si alguno de nuestros clientes aboca parte de sus ventas por ejemplo a Francia, Alemania, Italia o UK, le conectamos un TPV de banco local.

Nuestros clientes cuentan con un account manager experto que le asesora y acompaña en todo el proceso desde la



fase de decisión e implementación hasta el seguimiento de su actividad diaria.

PayXpert es partner oficial de WeChat Pay...

Sí, la herramienta de pago que permite a los usuarios chinos realizar sus pagos rápidamente desde el móvil. Contar con ella significa para un comercio ser atractivo para más de 900 millones de consumidores chinos y, por supuesto, para los que visitan España. Tener esta solución supone además entrar a formar parte del ecosistema de la red social WeChat, consiguiendo mayor visibilidad y potencialidad en ventas con respecto al comprador chino.

Para PayXpert es un orgullo formar parte de su plan de crecimiento en Europa y es un verdadero reto.



www.payxpert.com

David Malo Gerente de Goya Soluciones Informáticas

"Comprometidos con el desarrollo de tu negocio"

Goya Soluciones Informáticas nace en 2003, especializándose en soluciones tecnológicas para empresas y profesionales. Una empresa innovadora con capacidad para aportar las soluciones más adecuadas tanto a pequeñas empresas como a grandes corporaciones en los ámbitos de software de gestión, sistemas, seguridad informática, comunicaciones y negocio en Internet.



¿Qué soluciones tecnológicas ofrecen para el desarrollo del negocio?

Para nosotros el cliente es lo más importante: es el centro de nuestro negocio. Por ello, basamos nuestro portfolio de soluciones en aplicaciones estándares que se adaptan a todos y cada uno de sus procesos, centrándonos en aplicaciones con posibilidad de adaptación a las necesidades de nuestros clientes.

En Goya también tenemos acuerdos con fabricantes a nivel nacional/internacional, como es el caso de 'AHORA Freeware', fabricante valenciano de software propio en soluciones de negocio; 'McAfee'/'Sonicwall'/'Acronis'/'Microsoft' en la línea de la seguridad informática; y 'Zierzo Comunicaciones' en los servicios de telefonía IP en la nube, donde estamos compitiendo con los más grandes proveedores de telefonía, con grandes casos de éxito. Todas ellas son herramientas en las que nos apoyamos para dar a nuestros clientes la mejor respuesta a su demanda.

¿Cómo resumiría su aportación de valor al cliente?

Las empresas de nuestros clientes las forman personas, así que en Goya mantenemos una filosofía marcada por la colaboración, la confianza y la unión, como si de un solo equipo se tratara, pues creemos que es la única forma con la que se consiguen los mejores resultados. La tecnología es nuestra herramienta para alcanzarlos, sin embargo, necesitamos conocer bien el negocio del cliente, poniendo el máximo cariño, profesionalidad y transparencia en todo lo que hacemos.

"El asesoramiento personalizado es un factor clave en nuestra empresa"

¿El asesoramiento personalizado es clave?

Por supuesto, porque cada proyecto de nuestros clientes es único y

especial. Para ello contamos con un equipo joven, con mucha experiencia, lo que nos encamina hacia los resultados que perseguimos. Para Goya, las experiencias de usuario son tan importantes como los procesos en sí mismos, de ahí que el asesoramiento personalizado sea un factor clave en nuestra empresa. Igual que la calidad, que siempre ha sido un rasgo de nuestra identidad.

¿Para qué perfil de empresas trabajan?

Nuestro entorno habitual son las PYMEs, sin embargo, también prestamos servicio a determinadas empresas de más calado que buscan esa cercanía que no consiguen encontrar en las grandes corporaciones.

Son distribuidores oficiales de Ahora Freeware... ¿Qué objetivos marcan el rumbo de la relación entre ambas empresas?

Somos Socios Certificados de Ahora Freeware en la región de Aragón y cada día estamos más

"Somos Socios Certificados de Ahora Freeware en la región de Aragón"

contentos con esta elección. Es el perfil de fabricante que necesitábamos. Transparente, flexible, ágil, con un producto solvente y con un valor fundamental: un grupo de personas extraordinarias.

AHORA es fabricante de software de gestión y, bajo este parámetro, son muchos las soluciones que ofrece, bien a través de un ERP como canalizador y gestor de información, bien mediante un sistema SGA para la gestión de almacenes, un sistema de MES para lo que refiere a fabricantes, opción de TPV, PDA y otras muchas más.

¿A qué empresas se orientan estos productos?

Entre los clientes de AHORA hay empresas de todos los sectores, des-

de instaladores, alquiladores, cerámicos, agricultores a e-commerce, entre otros. AHORA Freeware cuenta con más de 25 años de experiencia como fabricante de software propio de gestión empresarial, adaptándose y ajustándose a las necesidades de cualquier cliente, independientemente del sector o del volumen de la empresa. Los productos que ofrecen se adaptan tanto a la Pyme, con Ahora Express, como a la gran empresa, con Ahora Enterprise. De hecho, para empezar a disfrutar de las ventajas del modelo 'Freeware', no es preciso no es preciso contratar la aplicación completa 'Ahora Enterprise'. Gracias a su nueva estructuración por componentes autónomos, este sistema permite entrar en empresas con una aplicación concreta e ir ampliando después. Además, trabajamos con una serie de verticales organizados por sectores para responder al que se dedique la empresa que lo solicite. Y, aun así, como cada empresa es diferente, también está la posibilidad de trabajar una solución a medida a través del Framework con Flexygo.

¿Qué ventajas aportan? ¿Por qué elegir Ahora Freeware?

La principal ventaja la encontramos en que AHORA es Freeware, lo que significa que no hay cobro de licencias. Son gratuitas y lo seguirán siendo, no es una promoción sino una filosofía de la empresa, que engloba muchas otras máximas como la seguridad, la funcionalidad y la escalabilidad del producto. Queremos atraer a las empresas a un modelo diferente de los existentes en el mercado: un modelo colaborativo.

El cliente solo paga por los servicios que necesita (instalación, mantenimiento, soporte, etc.) Durante la aprobación de un contrato, se fija con el cliente las condiciones tanto en plazo como en presupuesto.

Otra de sus principales ventajas es, como antes apuntaba, que sus soluciones de gestión son escalables, es decir, crecen con el negocio del cliente sin necesidad de hacer ningún tipo de migración ni cambiar el sistema de trabajo.

En AHORA se busca un trato cercano y una comunicación fluida entre fabricante, partners y cliente, tan cercana como la tienen con Goya Soluciones Informáticas, con la intención de tener la capacidad de anticiparse a las necesidades de la empresa y poder ser más eficientes. Objetivo que se lleva a cabo a través de metodologías ágiles en los diferentes procesos de trabajo como fabricante de software. Una agilidad que apuesta por la evolución, la mejora e innovación continua desde la tecnología hasta la propia organización.



GOYA
Soluciones Informáticas

www.goyasoluciones.com

Daniel González Senior Key Account Manager de MobileIron Iberia

“El dispositivo que más utilizamos es el que menos protegido tenemos”

¿Crees que la información confidencial de tu negocio está a salvo de ciberdelincuentes? En el ecosistema de dispositivos móviles y multiusos en el que nos encontramos, las antiguas soluciones de seguridad han quedado obsoletas. Con la plataforma especializada MobileIron, la información que generan las empresas está protegida, sin restringir los accesos y las funcionalidades.

Violación de privacidad, suplantación de identidad, robo de datos... ¿Qué es lo que más le preocuparía que le pasara?

Me preocuparía cualquiera de estas cuestiones. El móvil es un dispositivo tan potente como un PC moderno, con capacidad similar de almacenamiento de datos, pero que además está con nosotros en todo momento, conectado y equipado con micrófono, cámara, geo-posicionamiento, etc. Pensemos por un momento en todo lo que un ciberdelincuente podría hacer si obtuviera pleno control remoto de nuestro móvil.

El uso personal y laboral del móvil es casi simultáneo, pero en un 92% de los casos el dispositivo que más utilizamos es el que menos protegido tenemos. Y si piensa que usted no es uno de estos 92% de casos, comprobémoslo con unas sencillas preguntas: ¿se ha conectado alguna vez a una red WiFi pública? ¿Comprueba los permisos solicitados por las aplicaciones que se ha instalado? ¿Podrían acceder a sus cuentas de correo si pierde el móvil?

Entonces, ¿qué soluciones existen ante estas amenazas hacia nuestros dispositivos móviles?



Muchas personas piensan que instalando la “versión móvil” de un antivirus tradicional es suficiente. Pero la realidad es que las plataformas especializadas de seguridad y gestión de móviles son las únicas soluciones que puede garantizar la integridad del dispositivo móvil y sus datos.

¿Robo de datos o violación de la privacidad?

Normalmente nos encontramos

con directivos que nos dicen aquello de “mis empleados no llevan datos confidenciales en sus móviles”. Pero, al preguntarles “¿podría un empleado buscar desde su móvil los datos de contacto de cualquier empleado de la compañía?”, la respuesta es siempre afirmativa. Por lo tanto, cualquier ciberdelincuente podría obtener un listado completo de todos los empleados accediendo a un terminal cualquiera de la empresa.

Pero, ¿serían datos confidenciales los obtenidos de grabar conversaciones o reuniones a través de un móvil comprometido? Eso es, como poco, violación de la privacidad: accedo a tu móvil y grabo (en vídeo o audio) lo que está ocurriendo a su alrededor. Para un ciberdelincuente estas acciones son más sencillas de hacer de lo que parece.

Por último, ¿cómo y cuándo adquirir una estrategia de ciberseguridad para móviles y tabletas?

La movilidad es un entorno dinámico, ágil y cambiante. Entran en juego muchos fabricantes, tanto de dispositivos, como de sistemas operativos y de aplicaciones. Plataformas especializadas como MobileIron garantizan que todos estos factores se tengan en cuenta. Pese a la complejidad del entorno de los dispositivos móviles, la especialización de esta plataforma nos permite implementar una solución completa en poco tiempo y teniendo en cuenta modelos de movilidad empresarial de uso de terminales tanto BYOD como COBO, CYOD, o COPE. Y por supuesto, sin perder de vista el cumplimiento del GDPR europeo.



Javier Asensio Consejero Delegado de Vector Cuatro

Los inversores y bancos confían en nuestra experiencia técnica, financiera y legal en energías renovables para invertir o financiar en un sector lleno de incertidumbres

Vector Cuatro es una empresa española de servicios en el sector de las energías renovables que se ha convertido en referencia internacional para gestión de activos, consultoría técnica y asesoría financiera de proyectos solares y eólicos. Para conocer las razones de su éxito global hablamos con su Consejero Delegado, Javier Asensio, quien cogió las riendas de la sociedad en Julio de 2017.

Lleva apenas un año en el puesto ¿qué destacaría de Vector Cuatro?

Sin duda, nuestro equipo de profesionales, y lo que han conseguido con su experiencia y dedicación desde que se fundó la empresa en 2007. Es una sociedad muy dinámica y diversa gracias a las 200 personas que la componen, en once países: España, Italia, Francia, Reino Unido, Japón, México, Bulgaria, Dubai, Chile, Australia y Estados Unidos.

¿Cuál es “la receta” de su crecimiento internacional?

Los inversores y bancos confían en nuestra expe-

riencia técnica, financiera y legal en energías renovables para invertir o financiar en un sector lleno de incertidumbres. Las cifras globales nos avalan: actualmente gestionamos 2.4 GW en 9

países, uno de los mayores portfolios en manos de un proveedor independiente; hemos participado en transacciones financieras de proyectos que suman 5GW y hemos asesorado técnicamente 25GW de potencia instalada en más de 20 países. Por ejemplo, Vector Cuatro ha conseguido entrar como asesor técnico de referencia de los grandes bancos Japoneses, lo que ha costado 4 años de trabajo duro por parte de nuestro equipo en Tokio.

Sus servicios cubren aspectos tanto técnicos como financieros y legales...

Tenemos cuatro líneas



Managers de Vector Cuatro. De izda a derecha: arriba Hugo Álvarez, Javier Asensio, Carlos Moro y Vittorio Grande. Abajo: Matías Gallego, Beatriz Llorente, Olga Barroso y Miguel Pérez



taicos y las turbinas eólicas; este conocimiento se comparte con el equipo de consultoría técnica y se refleja en nuestros informes a clientes.

Acaban de adquirir una empresa en Italia ¿Van a continuar con las adquisiciones?

Las adquisiciones son parte de nuestra estrategia de crecimiento, gracias al apoyo del Grupo Falck, y a su apuesta por Vector Cuatro. La primera adquisición que hemos realizado es Windfor, una empresa italiana de consultoría técnica en el sector eólico que nos permitirá potenciar nuestra presencia como consultores en el país vecino, donde ya somos muy conocidos en gestión de activos. En los próximos años seguiremos uniendo fuerzas con empresas complementarias con las que podamos consolidar mercados y servicios a nivel global.



Harald Ortner Director gerente de OVB en España

¿Evolución o revolución en el sector financiero?

OVB responde desde su visión europea a esta pregunta.

OVB Allfinanz España S.A., especialista en la protección y planificación financiera de clientes privados, analiza a través de su director gerente en España, Harald Ortner, la actualidad financiera que más preocupa a los ciudadanos y profesionales del sector.

Entre evolución o revolución, ¿qué término define mejor la situación que vive el sector financiero en nuestros días?

Difícil dar una única respuesta. El sector financiero es una industria tan amplia que genera tantas novedades constantemente que nos afectan, como los cambios de normativas, la situación de las pensiones, el mercado laboral o la transformación digital.

Entonces, vayamos por partes. ¿Cómo ve la situación de las pensiones?

La insostenibilidad de los sistemas de pensiones en los países desarrollados debido al cambio demográfico es conocida desde hace décadas. Sin embargo, la información y conciencia del ciudadano español en la última década ha evolucionado radicalmente. La opinión de "desconozco el tema porque se ocupará el Estado" ha dado paso a una postura de alerta máxima. Según un reciente estudio del instituto de pensiones del BBVA, un 83% de los españoles entre 18 y 65 años está preocupado por su pensión. Esta realidad significa una revolución (positiva) en los clientes. Mientras la tarea principal de OVB en 2003, año de su fundación en España, era explicar al cliente esta problemática, hoy este se muestra más sensibilizado y dispuesto a organizarse de una manera eficaz para su jubilación.

¿Y el Gobierno ha revolucionado el sistema con sus reformas?

No, únicamente podemos hablar de una evolución en la sistemática de cálculo. Es evidente que existe una falta de atrevimiento enorme en realizar reformas profundas, por las consecuencias electorales que pudiera tener. Esto finalmente nos llevará a una 'revolución' impuesta por la Unión Europea como ocurre a menudo últimamente.

Evidentemente no se trata de una tarea apetecible, pero es absolutamente ineludible. Modelos a tener en cuenta pueden ser el de Holanda, donde los planes de pensiones empresariales son semiobligatorios o el de Suecia, en el que las cotizaciones de cada trabajador se depositan en cuentas virtuales individuales o el de Alemania en el que existen los "Planes Riester" en los que el Estado premia las aportaciones que hace ca-

da ciudadano añadiendo otra aportación directa al ahorro.

Sin embargo, lo realmente preocupante, desde mi punto de vista, es que el Gobierno con sus decisiones ni siquiera consigue dar un mensaje claro y en la dirección correcta.

Cada partido en el gobierno cambia constantemente la fiscalidad de ahorro. Incluso se ha llegado a crear un nuevo producto en 2014 con beneficios fiscales tras 5 años denominándolo "erróneamente" SIALP (Seguro Individual de Ahorro a Largo Plazo). Aunque el producto pueda tener sus virtudes – que no es la cuestión aquí – no es el producto y el mensaje que empuje a la sociedad española a ahorrar a largo plazo para la jubilación.

Esta falta de incentivación es lo que afirmó también Emmy Labovitch, asesora de la Unidad de Pensiones Privadas de la OCDE, en un seminario organizado por INVERCO: "En España el incentivo fiscal en instrumentos de ahorro para pensiones es del 10% mientras que en Francia o Reino Unido alcanza el 30%".

En resumen, necesitaremos una revolución en el sistema de pensiones para avanzar hacia un sistema sostenible y un gobierno comprometido en la incentivación de productos de ahorro para la jubilación.

MIFID, PRIIPS, IDD, KID... ¿Tantas nuevas normativas y siglas para aprender?

En cuanto a normativas y exigencias legales, podemos afirmar que el sector financiero está viviendo una época de muchas y exigentes novedades. Pero me quedaría con evolución y no con revolución. Evolución positiva ya que realmente se pretende mejorar en todos los aspectos en beneficio del cliente.

En este sentido, en OVB tenemos la ventaja de haber actuado muy en la línea de las exigencias de la nueva regulación desde siempre, analizando con detalle su situación financiera, sus conocimientos, sus objetivos y buscando soluciones acordes a ello. Recientemente, OVB se ha adelantado a la entrada en vigor de la ley de distribución de seguros en España cuyo borrador aún está en fase parlamentaria, incluyendo el test de idoneidad según la Directiva (UE) 2016/97 para determinar la oferta idónea para nuestros clientes.

Desde enero de 2018 es obligatoria la entrega del KID a los clien-

tes de productos de inversión basados en seguros que mejora sustancialmente la posibilidad de comparar entre productos parecidos.

La dificultad para el distribuidor consiste en trasladar toda la información exigida por ley de forma clara y concisa al cliente para que pueda decidir correctamente. Por este motivo seguimos creyendo en un servicio personalizado, de tú a tú con el cliente. No debemos caer en el error de compararlo con la compra de un libro en amazon.

No significa que no sepamos que vivimos en la era de la revolución digital y nuestro cliente quiere una comunicación moderna con respuesta inmediata y en un lenguaje amigable y sencillo. Para nosotros, como para muchas compañías, representa el mayor reto en la actualidad y más cuando parece que el legislador pide justo lo contrario, un sin fin de documentación.

Las exigencias de formación también aumentan ¿Cómo los afronta OVB?

En OVB ofrecemos un sistema de formación excelente, que combina la formación propia con la de las compañías partner y por supuesto toda la formación legalmente exigida a través de instituciones externas de gran prestigio. A todo ello añadimos recientemente la iniciativa Campus Carrera, un plan de formación trimestral y presencial. Los consultores financieros son nuestro mayor valor y por tanto invertir en mejorar diariamente sus habilidades y conocimientos es la mejor inversión para el futuro de OVB.

¿Qué análisis hace del mercado laboral del sector financiero?

Si preguntamos a la banca, la respuesta es clara: revolución.

La banca reduce plantilla desde hace años y lo tendrá que seguir haciendo debido a las fusiones y la mencionada digitalización. Los empleados de banca que "sobreviven" no son los empleados de caja de antaño, sino que se les exige iniciativa propia para acercarse al cliente y ofrecerle un servicio más personalizado que requiere más formación y responsabilidad, pero sin o con muy poco margen de crecimiento dentro de la empresa. Una situación que hace buscar a muchos profesionales de banca otras alternativas.



Esta tendencia negativa en la banca, sin embargo, no afecta al resto de profesionales del sector sino todo lo contrario. Todo lo comentado anteriormente indica que la sociedad necesitará más asesoramiento y cultura financiera. Me permito mencionar nuevamente el estudio realizado por el BBVA: a pesar del alto porcentaje de preocupación por las pensiones solo un 28% de las personas ahorran para su jubilación.

El concepto de OVB es totalmente diferente a la banca. OVB ofrece a sus colaboradores la mejor plataforma para emprender en el sector financiero.

Nuestra propuesta diferenciadora es un plan de carrera único que garantiza la objetividad para la carrera de cada uno desde el primer día y en todo momento. Combina lo mejor de ser emprendedor – como la libertad de horarios e ingre-

sos en función de tus logros - con el know how y la estabilidad financiera de un grupo con casi 50 años de experiencia en Europa.

¿Entonces OVB está preparado para este futuro exigente?

Estamos bien preparados, aunque conscientes de los retos actuales, hasta tal punto que nuestro plan estratégico para los próximos 5 años se denomina "Evolution 2022".

¿Y para el sector financiero español podemos resumir que el sistema de pensiones está en "estado crítico" y se acerca una revolución, pero el propio sector "evoluciona favorablemente"?

Un resumen excelente al que solo añadiría... y ofrece excelentes oportunidades para todas las compañías y profesionales del sector.

Silvia Dancausa Responsable de gestión de Coseba 1986

"Coseba se ha convertido en estos años en una Correduría Industrializada"

Silvia Dancausa, licenciada en Administración y Dirección de Empresas, así como en Investigación y Técnicas de Mercado, cuenta con el Curso Superior de Seguros "grupo A" y ha superado el programa de Desarrollo Directivo Adeconse – Madrid de la Universidad Europea Madrid. Actualmente es la responsable de gestión de Coseba 1986, una correduría de seguros que cuenta ya con más de 30 años de experiencia en el sector y que ha sabido adaptarse a los cambios que requiere el mundo actual y aprovecharlos para mantenerse como líder en España.

¿Cómo ha sido ese largo recorrido?

Coseba 1986 nace en Córdoba de la mano de José Clavellinas, máxima cabeza de esta empresa. Nuestro recorrido en el mercado ha venido determinado principalmente por nuestra visión empresarial. Desde el principio hemos buscado posicionarnos como correduría de seguros líder y de referencia en el sector, aplicando así una política de expansión y crecimiento a través de redes de distribución. Hemos hecho nuestro el slogan "SIEMPRE" los mejores resultados."

Ha habido además una evolución.

Coseba se ha convertido en estos

años en lo que denominamos una correduría industrializada, que es aquella capaz de aplicar técnicas de gestión empresarial en todas y cada una de las áreas y procesos de la empresa, lo que nos comienza a aportar beneficios gracias a las economías de escala. Tenemos implantado un modelo de negocio que nos proporciona la oportunidad de poder predecir los resultados dentro de un plazo determinado, lo cual se traduce en una importante ventaja competitiva.

¿Por qué optar por una correduría en vez de elegir otras figuras del mismo sector?

Una correduría de seguros es una

empresa libre e independiente cuya actividad principal es la de trabajar para conseguir las mejores condiciones que se adapten a las necesidades de sus clientes, realizando su tarea mediante un asesoramiento y un estudio objetivo entre las distintas entidades aseguradoras.

¿Qué productos ofrece y a qué tipo de clientes está enfocada?

Contamos con un equipo especializado en el asesoramiento para empresas y profesionales que según la actividad a la que se dediquen necesitan tener cobertura frente a riesgos muy específicos. En los últimos tiempos observamos que, cada vez más, nuestros



clientes profesionales se están enfrentando a nuevos retos como puede ser la amplitud de sus fronteras hacia el extranjero, el cambio de divisa, los riesgos políticos e incluso el tan nombrado ciberriesgo. Coseba es una correduría dinámica, en continuo cambio y análisis del mercado, lo que nos aporta velocidad de respuesta ante los nuevos riesgos que se van generando

y, por supuesto, soluciones integrales para nuestros clientes.

Apuestan además por la tecnología. ¿Qué es eCorredor 86?

En un sector cada vez más regulado por normativas legales y donde la competencia se dibuja cada vez más agresiva, los factores tecnológicos son de vital importancia. Aseguradora, correduría y cliente coexisten en un entorno basado en la transparencia y en la eficacia de las comunicaciones. eCorredor 86 nos aporta los instrumentos básicos para desempeñar con éxito nuestra actividad empresarial, asesorar y ayudar a nuestros clientes, a la vez que nos permite obtener el mayor rendimiento al sistema EIAC.

En este año, la investigación y el estudio nos han hecho ser capaces de incorporar a eCorredor 86 nuestra app gratuita para clientes, CosebaAPP, a través de la cual, nuestros clientes, pueden realizar consultas, modificaciones e incluso contactar con nuestras oficinas desde cualquier punto y a cualquier hora.



Antonio Corpas CEO de OneLife

"Queremos hacer de España uno de nuestros mercados prioritarios"

Antonio Corpas ocupa desde el mes de abril el cargo de CEO de OneLife, una compañía luxemburguesa de seguros de vida activa desde hace más de 25 años.

¿Qué objetivos se ha marcado al frente de la compañía?

El reto principal es la búsqueda de una estrategia de crecimiento sostenible para OneLife y, por otro lado, seguir posicionando la marca como especialista en el desarrollo de soluciones de planificación financiera/ patrimonial y transfronteriza a través de seguros de vida en nuestros mercados clave. Además, en el futuro promocionaremos las sinergias con el Grupo APICIL para acompañar nuestra estrategia a largo plazo en Francia y lograr un liderazgo que ya tenemos en Bélgica y Dinamarca. En este mismo sentido, tenemos ante nosotros el desafío de hacer de España uno de nuestros mercados prioritarios.

¿Cuáles son los valores de The OneLife Company que atraen la confianza de sus clientes?

La atención, la excelencia y la confianza son nuestros valores corporativos a los cuales prestamos especial atención de cara a nuestros socios y clientes.

¿Qué importancia tiene para la compañía el mercado español?

El mercado español se ha impuesto como un mercado con un alto potencial de crecimiento. Estamos aquí desde 2017 y hemos invertido notablemente en el desarrollo de nuestra oferta y nuestros equipos: varios expertos en el mercado español se unieron a OneLife y nos aportaron un conocimiento excelente de la red de distribución local y del marco legal y fiscal del país. Hablo de profesionales como Luis de la Infiesta Rollán (Director, Iberia & Latam), José Manuel Tara (Director,

Iberia & Latam) o Gonzalo García Pérez (Gerente del Equipo de Planificación Patrimonial).

¿A qué perfil de cliente se dirigen aquí?

A dos grupos diferenciados: por un lado, a españoles que residen en España; por otro, a expatriados que se han asentado en España para trabajar o disfrutar de su jubilación.

¿Cuáles son los productos que más pueden interesar a esos clientes?

Los dos grupos tienen un objetivo común: el desarrollo de su patrimonio y la planificación de la sucesión, a menudo en un contexto internacional. Nuestros contratos de seguro de vida cubren estas necesidades combinando la protección de los activos y la flexibilidad de las inversiones ofrecidas por el marco de Luxemburgo. El contrato Wealth Spain, destinado a los residentes españoles, es un contrato de seguro de vida para personas físicas y es plena-

mente conforme con el marco legal y fiscal local. Permite a los clientes invertir en fondos UCITS tradicionales seleccionados y administrados por gestores de renombre internacional para primas relativamente bajas.

¿En qué otro tipo de activos se pueden invertir las primas de los tomadores?

Además de fondos tradicionales, las primas de los tomadores se pueden invertir en otro tipo de activos como participaciones en Fondos Private Equity, Hedge Fund o acciones de sociedades no cotizadas. En este sentido, OneLife ha constituido un equipo de expertos en activos no tradicionales cuyo cometido es administrar y analizar dichos activos en conformidad con las reglas de inversión luxemburguesas y los perfiles de inversión de los clientes.

¿Siempre reciben un servicio personalizado y directo?



Así es. Además, las posiciones financieras de la póliza se pueden consultar en todo momento a través de la web de OneLife y con la aplicación OneLife OneApp.



www.onelife.eu.com

Francisco Ramos Socio y director general de Futureplus Capital Investment

"Impulsamos la innovación tecnológica en España"

Futureplus surge como iniciativa empresarial en 2010, perfilada como una sociedad gestora de Capital Riesgo especializada en inversiones en proyectos de innovación tecnológica en empresas españolas. Conocemos de primera mano sus fondos y dónde orientan sus inversiones.

¿Con qué objetivos se crea Futureplus Capital Investment?

Con el de lanzar diferentes fondos que permitan transformar los tejidos productivos españoles hacia sectores tecnológicos y de alto valor añadido, contribuyendo así a reducir el gap existente con los países más desarrollados. En este sentido, tenemos un componente de responsabilidad social, puesto que aportamos nuestro expertise para impulsar el tejido productivo que España necesita para coger el tren de la innovación.

¿De dónde procede ese expertise?

Los 10 socios de Futureplus aglutinamos un extenso know how adquirido como empresarios y altos directivos en los sectores tecnológi-

cos, telecomunicaciones e innovación industrial a nivel nacional e internacional. La singularidad del equipo gestor de Futureplus es la dualidad: tenemos una base ingenieril-tecnológica, combinada con un alto componente de gestión y dirección empresarial, involucrados en la generación de valor añadido, la internacionalización de las empresas y el crecimiento.

¿Con qué fondos se ha creado Futureplus?

Futureplus iniciaba su trayectoria cogestionando y coinvertiendo en el fondo Ambar, de €20 Millones, desde donde se realizaron inversiones en empresas como Mas-móvil (hoy 4º operador de telecomunicaciones de España). Poste-

riormente, junto con la Junta de Extremadura, desarrollamos Avaticex, con €6 Millones, un vehículo inversor creado para fomentar el tejido tecnológico en la región extremeña. Actualmente, estamos en fase de levantamiento de un nuevo fondo de €50 Millones: Futureplus Capital Expansión I, FCR.

¿A qué tipo de empresas va dirigido?

La estrategia inversora de este nuevo fondo se centra en empresas ya con cierto recorrido (estadios Early Stage, Late Stage y Capital Crecimiento del Venture Capital), no capital semilla ni startups incipientes. Buscamos empresas que, por una parte, tengan un equipo equilibrado que cubra todas las fa-



"Se está en fase de levantamiento del nuevo fondo Futureplus Capital Expansión I FCR"

etas de la dirección y el desarrollo de negocio y, por otra, tengan un producto refinado, esto es, empresas que tengan una madurez tecnológica sostenible y que ya cuenten con una cartera de clientes, pero que sufran un estancamiento empresarial o presenten ineficiencias de gestión, casos en los que noso-

tros podemos ayudar, así como a abrirse a nuevos mercados exteriores. Serían empresas con ingresos ya recurrentes, EBITDA cero o positivo pero con alto potencial de crecimiento.

¿Qué tipo de operaciones buscan con este fondo?

Buscamos operaciones en las que entramos en capital con minoría cualificada (máximo un 40%). Desde el nuevo fondo se realizarán un máximo de 10 inversiones, con rango de inversión entre los €2M y los €10M por operación, mientras que la duración total del fondo es de 8 años más 2 años de extensión.

Centramos el foco en sectores tecnológicos, telecomunicaciones e innovación disruptiva, por ejemplo el Internet de las Cosas, inteligencia artificial, automatización, sistemas de telecomunicaciones 5G, aplicaciones y protocolos IP, soluciones en Cloud, Big Data y Data Analytics, ciberseguridad y, en el terreno industrial, en vehículos autómatas, sensores inalámbricos y sus aplicaciones transversales.



www.futureplus.es

Eduard Gulyan CEO de ACIR

Nueva plataforma de negocios para las pymes españolas y rusas

La Alianza de Comercio Euroasiática, encabezada por el empresario Eduard Gulyan, se posiciona entre el empresariado europeo y el euroasiático como la alternativa definitiva para romper las barreras que encuentran las pymes al abordar su internacionalización.

¿Qué es la Alianza de Comercio Euroasiática?

Es una plataforma de negocios que da a las pymes de ambos continentes la posibilidad de encontrar, en un solo lugar, todos los instrumentos necesarios para realizar actividades comerciales con total seguridad, con socios verificados y financiación real. En la práctica, vemos que muchas de las relaciones comerciales no llegan a concretarse por prejuicios y por falta de información. Es justo en ese punto donde desarrollamos uno de nuestros trabajos, que es informar de manera correcta y a tiempo sobre las inmejorables condiciones que existen en los mercados europeos, específicamente en España y Portugal, así como en los países de la Unión Económica Euroasiática (UEE).

¿Es realmente rentable hacer negocios en la UEE?

Es muy rentable. Más allá de las grandes ciudades como Moscú, Minsk o San Petersburgo, existe un mercado de cerca de 200 millones de consumidores que ofrece facilidades a las empresas,

ses como Vietnam e Irán han acordado ya zonas de libre comercio y otros están negociando acuerdos similares. El potencial y la posibilidad existen, sólo faltaban los instrumentos necesarios para



ansioso de mercancías de calidad. Países para ejecutarlos.

¿Y ustedes los proveen?

La plataforma de negocios comprende un abanico de instrumentos y posibilidades que harán de la realización de negocios entre Europa y Asia un procedimiento simple, seguro y de mutuo beneficio. Contamos con una plataforma electrónica que ofrece de manera virtual los pilares para el desarrollo de los negocios. De esta manera, intentamos cubrir el gran vacío que existe.

¿Cómo se trabaja con la Alianza de Comercio Euroasiática?

Como empresarios que somos, hemos tratado de simplificar al máximo los pasos para interactuar con nuestros potenciales socios. Nuestra plataforma no es un servicio de consultoría, sino un espacio de desarrollo de proyectos. Nosotros mismos actuamos como inversionistas en cada uno de los emprendimientos que apoyamos. El estilo de trabajo es muy similar en todas las áreas del desarrollo comercial: 30% de capital nuestro, 30% de capital gubernamental y 40% de capital del socio o entidad fi-



nciadora. Una vez que nos presentan el proyecto, lo ubicamos en el mercado más rentable dentro de la UEE, encontramos la financiación estatal si es necesario y desarrollamos una estrategia de negocios. Este esquema no sólo respalda nuestro trabajo, toda vez que corremos de manera conjunta con los posibles riesgos, sino que también optimiza los recursos de todos los participantes al tener clara desde el inicio la metodología de trabajo. En lo que va de año y producto de nuestras actividades en España y Rusia, estamos realizando diez proyectos en sectores tan diversos como la industria farmacéutica, cosmología, medios técnicos de rehabilitación, medicina, productos agrícolas, centros cívicos y moda.

aci-r.com/es

Joan Brossa Director área de movilidad eléctrica de Circutor

"Circutor está trabajando en el desarrollo de cargadores de hasta 150 kW de potencia"

Los coches 100 % eléctricos van siendo cada vez más numerosos en nuestras carreteras. El hecho de que las baterías tengan cada vez mayor capacidad de carga y por tanto de autonomía, llegando incluso a los 500 kilómetros, es el rebulso que el sector necesitaba. En esta entrevista hablamos con la empresa Circutor, pionera en el desarrollo de equipos de recarga, cada vez más potentes y cada vez más rápidos..

Circutor se ha centrado siempre en el mundo de la eficiencia energética eléctrica. ¿Cuándo decidieron apostar por el mundo del vehículo eléctrico?

Circutor, en estrecha colaboración con Circontrol, empresa del grupo, decidió desarrollar equipos de recarga del vehículo eléctrico (VE) hace ya más de diez años, cuando prácticamente no existían este tipo de coches. La apuesta por este tipo de producto no ha supuesto un cambio de estrategia con respecto a la eficiencia energética, sino todo lo contrario, ya que tiene como objetivo tanto la reducción de la contaminación, como la búsqueda de una alternativa a los combustibles fósiles.

Hace diez años fueron ustedes pioneros, ahora el tiempo les ha dado la razón...

Efectivamente durante los últimos diez años hemos hecho una ardua labor de promoción de un producto sobre el que prácticamente no había demanda. Pero este esfuerzo nos ha permitido posicionarnos como un referente en el mercado español y también a nivel mundial, y estar presentes con nuestras soluciones en la mayoría de ciudades españolas.

La evolución tecnológica de las baterías ha hecho que el número de vehículos dotados con motor eléctrico haya incrementado exponencialmente. ¿Qué parte de culpa tiene Circutor?

Está claro que el impulso del vehículo eléctrico ha estado supeditado a la evolución tecnológica de las bate-

rias. Las primeras versiones que aparecieron en el mercado, hace ya algunos años, tenían una capacidad muy reducida, inferior a 15 kWh, lo que suponía una autonomía muy limitada. En la actualidad, podemos hablar de potencias de más de 60 kWh que nos permiten recorrer distancias superiores a los 500 km. Toda esta evolución de las baterías ha ido acompañada del desarrollo de sistemas de recarga que permitan reponer su energía de la forma más eficiente y en el menor tiempo posible.

¿Qué gama de equipos de recarga ofrece Circutor actualmente?

Circutor ofrece toda la gama de cargadores: las soluciones para la recarga doméstica, que permiten realizar una carga en la propia casa o en parking en el que se estaciona el vehículo, y los de vía pública, semirrápidos y rápidos, que suponen la solución cuando estamos realizando un recorrido superior a la autonomía de la batería.

¿Ya es posible recargar la batería en poco tiempo?

Precisamente cuando un usuario de vehículo eléctrico planifica una ruta, tiene la necesidad de poder acceder a una red de puntos de recarga que le permita en poco tiempo, aproximadamente en quince minutos, poder cargar la batería. Estamos hablando de las electrolineras, que supondrán la evolución de los puntos de suministro de gasolina para los coches de combustión, a la recarga de las baterías de los coches eléctricos que en un futuro circularán por



nuestras carreteras. El tiempo de recarga depende de la capacidad de la batería del VE y esta no deja de crecer llegando actualmente (en algunos modelos de coches) a más de 100 kWh.

¿Qué garantías ofrece el amplio expertise y el know how de Circutor?

Circutor, a lo largo de los últimos diez años, ha desarrollado tres generaciones de sistemas de recarga, tanto en alterna como en continua. La familia de cargadores que actualmente se comercializan, la eNEXT para la recarga doméstica, la URBAN para la semirápida en la vía pública y el RAPTION 50 como solución a la carga rápida, son el resultado de la experiencia acumulada a lo largo de los últimos años, que dan como resultado un interface muy amigable con el usuario, la introducción de anclajes en las mangueras de recarga de forma que se eviten actos vandálicos, el máximo rendimiento de la electrónica de potencia que se integra en los equipos y un largo etcétera de nuevas prestaciones que se adaptan a las actuales necesidades.

Además en estos equipos se incorpora toda la experiencia acumulada de Circutor en toda su gama de productos, integrando, por ejemplo, los contadores de energía con su correspondiente certificación MID y las distintas soluciones para la protección diferencial.

¿Cuáles son los próximos objetivos de Circutor en la división de movilidad eléctrica?

Actualmente Circutor está traba-



jando en el desarrollo de cargadores de mayor potencia. Hasta ahora disponíamos de un modelo de carga rápida, en continua, de 50 kW, pero el incremento de la capacidad de las baterías y la necesidad de buscar soluciones para la carga de las flotas de vehículos de transporte público nos han motivado a desarrollar cargadores de 150 kW, que en breve ya estarán disponibles en el mercado.

¿La instalación de sistemas de recarga ha de suponer el incremento de la potencia contratada?

Una de las situaciones asociadas a la instalación de sistemas de recarga es la necesidad de aumentar la potencia contratada. Para evitar que en la mayoría de los casos esto sea un requisito, Circutor ha desarrollado sistemas de control, que permiten repartir de forma inteligente la potencia contratada entre los vehículos a cargar, pudiendo gestionar prioridades y teniendo siempre como objetivo no superar el límite de la potencia contratada.

Todo parece indicar que el vehículo eléctrico es el futuro, pero todavía hay usuarios que no acaban de apostar por él y se quedan en el modelo híbrido. ¿Qué les diría?

Los modelos híbridos, sobre todo los que permiten la recarga, han supuesto una buena solución para la transición hacia el vehículo eléctrico puro, pero estos últimos serán los que se acabarán implantando, ya que mecánicamente son mucho más sencillos, por lo tanto, los costes acabarán siendo mucho más competitivos cuando su fabricación ya se realice de forma masiva. Además, desde el punto de vista de la contaminación tanto atmosférica como acústica, son la solución de futuro, no es fácil imaginar dentro de unos años las ciudades sin contaminación y sin ruido, pero la realidad es que cada vez estamos más cerca.



CIRCUTOR

<http://circutor.es/es>