

# PREMIOS 1<sup>OS</sup> e-volución



De izquierda a derecha, abajo, Gonzalo Blázquez, Cristina García y Guillermo Vázquez. Arriba, Ignacio Lanao, Siro Ramírez, Sergio Barrio y Jesús Herreras.

:: GABRIELVILLAMIL

Patrocinan:



Colaborador:



Partner:



Organiza:





# Los revolucionarios de la era digital

**Representantes del ámbito empresarial e institucional de Castilla y León arrojaron anoche a los galardonados en los XI Premios e-volución de El Norte de Castilla**



ANDREA DIEZ

**E**n la época de las comunicaciones no está todo inventado. La imaginación no tiene límites y, por lo tanto, el ser humano continuará buscando la forma de materializar sus ideas para cumplir sueños personales, aportar mejoras a la sociedad o contribuir a la concienciación del respeto por un mundo más ecológico. Y así lo demostraron los ganadores de cada una de las categorías de los

Premios e-volución, de El Norte de Castilla en su décimo primera edición. Un reconocimiento que pone en valor los esfuerzos realizados a través de sus siete categorías: Negocio digital, para Cashless; Comunicación digital, para Profesor 10 mates; Movilidad, para Vaughan Radio; Usabilidad para The 42 Degrees; Mejor solución virtual para Entamar, y en la categoría Mejor proyecto educativo, el reconocimiento fue para Kirón

mientras que el Premio especial de la audiencia recayó en Tu comercio Vecino.

El humorista J. J. Vaquero fue el encargado de conducir la entrega de los galardones, en el Pabellón de Cristal del Museo de la Ciencia, en Valladolid, con un entregado público que respondió con aplausos a los, a ratos, irreverentes chistes que giraron sobre la tecnología, Valladolid, la gastronomía y la política.

La sesión arrancó con la in-

tervención del director de El Norte de Castilla, Ángel Ortiz, que destacó el compromiso con el «derecho a la buena información» gracias a un periodismo que ha mantenido a lo largo de los 165 años de historia del periódico «una alianza con la sociedad». Además, se refirió a la evolución de los medios en el entorno digital, como Leonoticias y Burgosconecta, que lideran la información 'online' en sus ámbitos pro-





vinciales. En este sentido, destacó el nuevo proyecto que ha estrenado El Norte de Castilla con el modelo On+. Una fórmula mixta que combina información pública y de pago. Un esfuerzo que servirá para que «los lectores tengan mayor seguridad frente a las noticias falsas e información útil para decisiones día a día», apuntó.

La directora de Zona Valladolid y Palencia de Laboral Kuxta, Eva Morón, fue la encargada de entregar el primero de los premios de la noche correspondiente a la categoría de Mejor Iniciativa de Negocio Digital. Cristina García y Juan Carlos Álvarez subieron al escenario, con un fuerte aplauso, y recogieron el trofeo por la creación y diseño de Cashless Band. Se trata de una pulsera inteligente pensada especialmente para el sector hotelero que facilita tanto el pago como el acceso

a instalaciones gracias a un chip de tecnología NFC. Y es que la base de los principales avances tecnológicos de hoy en día se asientan en materias troncales de ciencia como la física, la química y las matemáticas.

No sabemos si el siguiente galardonado sigue al pie de la letra aquello de que «todo es número», como apuntaba Pitágoras, pero con el proyecto 'Profesor 10 mates' Sergio Barrio Gómez convenció al jurado de los Premios e-evolución para ganar la categoría de Mejor Comunicación Digital. El director Comercial de El Norte de Castilla, Domingo Rodríguez, le entregó el trofeo, precedido por una gran ovación. Los originales tutoriales, a través de su canal de YouTube, cuentan con miles de alumnos virtuales de Secundaria, ESO, Bachiller y Universidad.

Y con la finalidad de for-

mar, y más concretamente de enseñar idiomas, pero a través de las ondas, sorprendió la aplicación para móvil que ha creado la empresa vallisoletana Solid Gear, premio a la Mejor solución de movilidad. Esta aplicación ha conseguido adaptar el método Vaughan a las necesidades de un usuario que demanda interactividad con el profesorado. Raquel Pérez y Gonzalo González recogieron el premio en nombre de todo el equipo, del que también forma parte Giro Ramírez, de manos de Oliver del Arco de ASPAMA.

Después fue el turno a la categoría de Mejor UX Web. La directora de Marketing de El Norte de Castilla, Charo López, dio la enhorabuena a Ignacio Lanao y Roberto González de YRG Comunicaciones. Responsables de la operatividad de la web The 42 Degrees Company, que producen latas autocalentables de

Organizadores, patrocinadores y premiados posan al final de la gala sobre el escenario.

bebidas y alimentos líquidos

Tras ellos, el quinto premio de la noche destinado a reconocer la Mejor Solución Virtual lo entregó Ignacio Antolín, responsable de Relaciones Institucionales de Iberdrola, al proyecto ENTAMAR. Subieron a recogerlo Guillermo Vázquez, Eduardo Sánchez y Julián Andújar, por una aplicación de realidad aumentada que consigue 'materializar' un mundo virtual pensada para mejorar la estancia de los niños hospitalizados.

A continuación, la entrega de la sexta categoría a Mejor Proyecto Educativo corrió a cargo de la Directora general de Telecomunicaciones de la Junta de Castilla y León, Victoria Seco. En esta ocasión fue para la iniciativa Kirón, que recogieron Gonzalo Blázquez, Miguel García y Elías Díez. Los tres han ideado un sistema para la sustitución de placas solares tradicionales por

otro de persianas solares pensado para empresas y hogares con energía verde.

La gala finalizó con la entrega del Premio de la Audiencia, que se otorga gracias a los votos de los internautas. En esta ocasión fue para 'Tu comercio vecino', una campaña publicitaria para incentivar las compras en el medio rural. Jesús Marcos Herreras, presidente de Fecosva y Roberto González, director creativo de la agencia YRG Comunicación, subieron al escenario, donde el director de El Norte de Castilla, Ángel Ortiz, le esperaba para entregarle este nuevo reconocimiento.

La XI Edición de los Premios e-evolución ha contado con el patrocinio de la Junta de Castilla y León, Laboral Kutxa y ASPAMA; Iberdrola, como colaborador digital, y el Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León, como partner.

Textos de LAURA  
MARTÍN SANTAMARÍAFotografías de  
GABRIEL VILLAMIL

# Una pulsera como medio de pago

**Cashless Band es una pulsera inteligente, diseñada por Algarsys con tecnología NFC, para ser utilizada en hoteles como medio de pago y de control de accesos**

**C**ristina García y Juan Carlos Álvarez son el alma de Algarsys, una joven empresa vallisoletana con un alto componente innovador que se demuestra con su amplia cartera de proyectos. Ofrece soluciones de negocio de última generación y está especializada en el uso de tecnologías NFC en el ámbito deportivo. Su proyecto Cashless Band ha resultado ganador del premio E-volución a la mejor iniciativa de negocio digital. **–De nuevo e-volución premia uno de vuestros trabajos...**

–Es toda una alegría. En 2011 recibimos el premio a la web más innovadora y el premio del público por [www.reservadeportes.com](http://www.reservadeportes.com), un software de gestión de pistas deportivas. Acabábamos de poner en marcha la empresa y su-

puso un gran impulso. Ocho años más tarde, mantenemos la misma ilusión. **–¿Cómo surge la idea?**

–Somos especialistas en desarrollo de software y en tecnología NFC, que imple-

mentamos en pulseras o tarjetas para el control de acceso a distintos tipos de recintos. La empresa Padword, que es nuestra actual socia, confió en nuestra experiencia y nos encargó una

solución a medida con la que completar su cartera de servicios para hoteles. La aplicación está disponible desde principios de 2019. **–¿Cuáles son las aplicaciones de Cashless Band?**



Eva Morón, directora Zona Valladolid y Palencia de Laboral Kutxa, entrega el premio a Juan Carlos Álvarez y Cristina García.

–Es una pulsera inteligente con chip NFC que ha sido diseñada para el sector hotelero. Se le entrega al huésped cuando este hace el check-in, y con ella puede realizar todo tipo de pagos en el hotel. Puede tener un saldo preestablecido o acumular gastos que se abonarán al final de la estancia. Para el hotel, su implantación y uso son muy sencillos y prácticamente no tiene que hacer ningún desembolso, y como los saldos son descontados al momento, se evitan muchos fraudes. También integra una función de control de accesos, de forma que se puede saber en todo momento si un usuario está haciendo uso indebido de las instalaciones. Ya se ha implantado en varios hoteles de Canarias y estamos presentándola en establecimientos de la Riviera Maya en México.

**–¿En qué otros proyectos están trabajando?**

–Acabamos de lanzar una edición del software especializada en la gestión de eventos y festivales. Comparte funciones con la versión Cashless Band Hoteles, pero permite, además, gestionar la venta de entradas 'on line', la validación en la entrada y asignación de pulseras, entre otros servicios.

# Un profesor de matemáticas a golpe de clic

**Profesor 10 de Mates** es el docente ideal de matemáticas, física y química a través de plataformas multimedia como YouTube

**S**ergio Barrio es un profesor ponferradino que lleva más de 15 años manteniendo viva en el aula la pasión por las matemáticas. Desde 2013 lo hace también en el entorno digital. Él es Profesor 10 de Mates. Un docente y youtuber cuyos vídeos arrasan en la red, ya que, de forma divertida, amena y didáctica explica los problemas que sus alumnos le plantean en materia de matemáticas, física y química.

**–Lo suyo tiene mérito. Tiene en su haber 300.000 alumnos.**

–Así es. Tengo más de 300.000 seguidores entre todas las redes sociales,



Domingo Rodríguez, director Comercial de El Norte de Castilla, entrega el premio a Sergio Barrio.

1 millón de visitas en la web y 2 millones de reproducciones mensuales en Youtube. No me imaginaba esto cuando empecé con este proyecto.

**–¿Cómo fueron esos inicios?**

–Profesor 10 de Mates surgió con la idea de ayudar a mis alumnos de ESO y Bachiller. Muchos, al ir a la

universidad, me pedían de forma recurrente que les echara una mano con determinados ejercicios. Empecé a crear tutoriales que a ellos les resultaban muy útiles, pero pronto los usuarios empezaron a pedir más y más temas y así el canal fue creciendo.

**–¿En qué se ha convertido el proyecto?**

–En una herramienta fundamental para los chavales. Un complemento vitamínico de las clases. En un clic, tienen las derivadas o la resolución de ecuaciones por Ruffini, sin tener que buscarlas en los apuntes. Me adapto a sus necesidades y subo ejercicios que les ayuden a preparar sus exámenes. Esto les ha

hecho perder el miedo a las matemáticas. Tengo la suerte de trabajar en lo que me gusta e intento que se note en cada vídeo, haciendo que se diviertan mientras aprenden.

**–Premio e-volución a la Mejor Comunicación Digital. ¿Qué más le ha aportado este proyecto?**

–Todo lo que me ha pasado en estos años ha sido increíble. Los seguidores son muy fieles y el apoyo en estos premios e-volución ha sido total. Mantener este proyecto requiere mucho trabajo y que te lo reconozcan de esta manera es estupendo. Los usuarios me escriben y me cuentan sus historias personales. Alguno me ha dicho que, tras una hospitalización, gracias a los tutoriales ha conseguido remontar el curso. Eso me satisface por completo. Lo mejor de todo es la retroalimentación. Los comentarios y las críticas de los usuarios son fundamentales y hacen que sea un canal muy vivo. Ahora mi intención es ir un paso más allá haciendo divulgación científica.

## Aprender idiomas sintonizando la radio

**Solid Gear ha creado una aplicación para Vaughan Radio, una radio educativa e interactiva que permite aprender un idioma desde cualquier lugar**

**L**a radio tiene un encanto especial. Informa y hace compañía. Sus locutores son parte de nuestra vida, y ahora también son los mejores profesores de idiomas. Vaughan Radio cuenta con una aplicación móvil con sello vallisoletano para que sus oyentes aprendan idiomas mientras interactúan con los locutores. La empresa creadora de esta app es Solid Gear, con amplia experiencia en transformación digital y desarrollo de aplicaciones móviles. Según su CEO, Raquel Pérez, el premio e-evolución a la Mejor Solución de Movilidad, ha sido gracias al esfuerzo de los 27 profesionales que forman su plantilla.



Oliver del Arco, de Aspama, entrega el premio a Raquel Pérez y Gonzalo González.

**–Vaya por delante nuestra enhorabuena.**

–Muchas gracias. El hecho de haber sido finalistas ya es una gran satisfacción. Estos premios son un excepcional escaparate que pone en valor el buen hacer de muchas empresas.

Que reconozcan así nuestro trabajo es estupendo.

**–Han formado un gran equipo con Vaughan Radio.**

–Así es. Estamos orgullosos de mantener la confianza de esta compañía líder de su sector desde el año

2014. Desde el principio supimos entender cuáles eran sus necesidades. Vaughan Systems quería crecer en sus canales de comunicación con sus clientes. Uno de sus productos estrella es Vaughan Radio, una radio educativa que emite en

inglés. La compañía busca convertir ese medio unidireccional en bidireccional, para que los locutores pudieran interactuar en tiempo real con los oyentes, mejorando y personalizando la experiencia de usuario. La forma de lograrlo era a través de una app móvil.

**–¿Cuál fue su propuesta?**  
–Propusimos explorar las posibilidades de los smartphones y su integración con redes sociales, notificaciones y también con la gamificación, gracias a la cual explotamos la motivación intrínseca y extrínseca de aprender inglés con el método Vaughan y generamos compromiso con la marca. Las apps, Android e iOS han destacado por el número de descargas, por los registros de usuarios y por su repercusión en redes sociales.

**–¿Es este un proyecto vivo?**

–Es un proceso interactivo de mejora constante. Permanentemente incorporamos funcionalidades gracias al feedback de los usuarios, como preguntas en diferido, posibilidad de envío de feedback o soporte para la resolución de problemas. En todos nuestros desarrollos, los usuarios juegan un rol importante, y en este proyecto muy especialmente.

## Una web que ofrece café caliente en cualquier momento y lugar

**YRG Comunicación ha creado la web de The 42 Degrees Company, una empresa vallisoletana con proyección internacional dedicada a la venta de bebidas autocalentables**

**L**os consumidores demandan nuevos alimentos, bebidas e incluso nuevos formatos y envases que satisfagan sus necesidades. La empresa vallisoletana The 42 Degrees Company ha desarrollado una gama de bebidas en lata autocalentables, muy útil para gente que está viajando o para casos de catástrofes. YRG Comunicación es la responsable del diseño de su web. Esta agencia de comunicación, ha realizado un gran trabajo de diseño y desarrollo que la ha hecho merecedora del Premio e-evolución a la Mejor UX Web. Un galardón que su director creativo, Roberto González, recibió con satisfacción.

**–Enhorabuena por el doblete. Mejor UX Web y**

**premio de la audiencia por otro proyecto. ¿Qué se siente?**

–Siempre es satisfactorio que reconozcan tu trabajo. Más por partida doble.

Decidimos presentar esta web a los premios e-evolución, porque nos parecía un proyecto muy fresco, muy visual y muy diferente a lo que se hace habi-

tualmente. Estamos orgullosos de que una empresa vallisoletana, con una proyección internacional tan marcada, haya apostado por una agencia local como la nuestra.

**–¿Cómo ha sido el trabajo creativo?**

–The 42 Degrees Company es una empresa innovadora, altruista y con una marcada conciencia ecológica. Trabaja con organizaciones humanitarias y civiles y ofrece un producto muy especial. Se trata de bebidas autocalentables, pensadas para el

mercado internacional, ya que puede ser utilizadas como refrigerio caliente en campos de refugiados o en casos de catástrofes. Por todos estos factores, teníamos claro que queríamos hacer una web diferente, que generara una perfecta experiencia de usuario. Presentamos una propuesta arriesgada con la que ganamos el concurso de agencias y que se basaba en transmitir una imagen de empresa internacional. Por eso, invertimos mucho tiempo y esfuerzo en cuidar la estética de las imágenes, que son muy poderosas y conceptuales.

**–¿Cómo es la experiencia de usuario que han logrado generar en esta web?**

–La experiencia de navegación es perfecta. Es una web muy intuitiva, con un slider muy envolvente, es multidioma y muy visual. Tiene gran velocidad de carga y la información aparece de primera mano, sin necesidad de hacer clics. El trabajo se completa con un vídeo explicativo sobre el proceso de fabricación, varias infografías demostrativas y un mapa interactivo.



Charo López, directora de Marketing de El Norte de Castilla, entrega el premio a Ignacio Lanao y Roberto González.

# Realidad aumentada para mejorar la estancia de los niños hospitalizados

**EntamAR** es una aplicación de Realidad Aumentada diseñada para ser usada por niños beneficiarios del proyecto de Infancia Hospitalizada de Cruz Roja Juventud

**E**ntamAR es una app de realidad aumentada que ha supuesto todo un revulsivo para los niños hospitalizados, ya que desarrolla su imaginación, creatividad y aprendizaje dentro de un entorno hospitalario. Este proyecto, liderado por Cruz Roja Juventud, cuenta con el asesoramiento de la Fundación Tecso y el apoyo de la Fundación Vodafone. Rocío Saavedra, coordinadora estatal de Cruz Roja Juventud, explica en esta entrevista las ventajas de la aplicación, reconocida por el jurado de e-*volución*,



Ignacio Antolín, responsable de Relaciones Institucionales de Iberdrola, entrega el premio a Guillermo Vázquez, Eduardo Sánchez y Julián Andújar.

como la Mejor Solución Virtual.

–**EntamAR es fruto de la labor de muchos. ¿Cómo surgió?**

–El programa Infancia Hospitalizada de Cruz Roja Juventud cuenta con la colaboración de 2.000 voluntarios en toda España, de entre 16 y 30 años, que reali-

zan actividades educativas y lúdicas con niños en hospitales. Buscábamos fórmulas de ocio para hacer más divertido este entorno tan árido y limitado. La idea final salió de un ‘hackathón’ social que celebramos en diciembre de 2017, en el que participaron voluntarios de Cruz Roja Juventud, repre-

sentantes de la Fundación Vodafone y estudiantes de ramas tecnológicas y sanitarias. La Fundación Tecso, que siempre ha apoyado a Cruz Roja en materia de desarrollo tecnológico, hizo realidad la idea de una app de realidad aumentada.

–**¿Qué funcionalidades tiene?**

–La aplicación permite que los niños personalicen y decoren su habitación con aquello que más les gusta. Otras funciones son la creación de juegos y el diseño de escape rooms. EntamAR ha conseguido que la estancia de los niños en el hospital sea mucho más alegre y llevadera. Son capaces de generar juegos y se sienten como agentes activos de lo que está pasando a su alrededor.

–**¿Dónde se ha implantado?**

–Se implantó en noviembre de 2018 en Oviedo, en el Hospital Universitario Central de Asturias. Se está implantando también en Valencia y pronto estará disponible en 80 hospitales de toda España. Las próximas comunidades en disfrutar de sus ventajas serán Canarias, Castilla y León, Madrid y Cataluña.

–**¿Qué les llevó a presentarla a los Premios E-*volución*?**

–Nuestros compañeros de la Fundación Tecso nos animaron a participar. Participar en iniciativas que esta nos ayuda a dar visibilidad a este proyecto, que ha salido adelante con muy pocos recursos y con la colaboración de un gran número de voluntarios.

MEJOR SOLUCIÓN  
VIRTUAL

## Una idea brillante para aprovechar la luz del sol

**Kirón** propone la sustitución de placas solares tradicionales por un sistema de persianas solares para alimentar con energía verde las empresas y los hogares

**T**ienen talento, conciencia social y pasión por la empresa. Cursan primero del Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en el IES Condesa Eylo Alfonso de Valladolid y van a por todas en materia de emprendimiento. Gonzalo Blázquez, Miguel García y Elías Díez son los creadores de Kirón, un proyecto con gran potencial que les ha valido el premio E-*volución* al Mejor Proyecto Educativo.

–**Esta no es la primera alegría que les da este proyecto nacido en el aula.**

–Así es. Lo preparamos para participar en STARTInnova, un programa pedagógico que trata de fomentar el espíritu emprendedor

entre los estudiantes. Fueron meses de trabajo y el resultado ha sido mejor de lo que nos imaginábamos. Fuimos finalistas en nuestra categoría, lo que nos hizo confiar aún más en el potencial de nuestra idea. Por ello decidimos presentarlo a los premios e-*volución*, cuya filosofía compartimos por ir encaminada a poner la tecnología al servicio de la sociedad.

–**¿Cómo surge la idea de Kirón?**

–Diariamente en nuestro trayecto al instituto pasamos ante un edificio totalmente acristalado. Se nos ocurrió la idea de amortizar estos espacios aprovechando la energía solar mediante un sistema de persianas. Investigamos muchísimo y consultamos



Victoria Seco, directora general de Telecomunicaciones, entrega el premio a Gonzalo Blázquez, Miguel García y Elías Díez.

con empresas del sector para ver si era factible equipar las persianas con placas solares. Nos pareció una idea innovadora que combina la protección solar con la generación de electricidad.

–**¿Qué necesidades puede resolver?**

–La idea se basa en quitar las placas solares que tanto ocupan en los tejados de las viviendas e instalarlas en las ventanas a

modo de persianas mallorquinas. Estas son controladas mediante una aplicación desde cualquier dispositivo conectado a Internet. Esto permite que los edificios sean energéticamente eficientes y ahorren en su factura de la luz. Es un sistema de persiana inteligente que convierte la energía para que el cliente la utilice como mejor desee. Se trata de una fuente de ener-

gía alternativa y respetuosa con el medio ambiente.

–**¿Sería factible llevarlo a cabo?**

–Al principio nos parecía imposible hacerlo realidad, pero la búsqueda de proveedores, de materias primas y de información sobre financiación nos ha hecho ver su viabilidad. Nuestra intención es continuar formándonos, pero no descartamos desarrollarlo en el futuro.

MEJOR PROYECTO  
EDUCATIVO

# Tecnología, creatividad e innovación al servicio del comercio rural

**La plataforma Tu Comercio Vecino, impulsada por la Diputación de Valladolid y Fecosva y diseñada por YRG Comunicación, promociona los negocios asentados en la provincia**

**D**esarrollar una plataforma tecnológica implica numerosos procesos que requieren de la labor de grandes profesionales, como los que integran YRG Comunicación. Esta es una agencia de publicidad y comunicación vallisoletana que cumple 20 años, y lo hace recibiendo el premio e-evolución de la audiencia, por su trabajo con la plataforma Tu Comercio Vecino. Su director creativo, Roberto González, apuesta la creatividad y la reinención en cada proyecto.

—¿Qué es Tu Comercio Vecino?  
—Es una campaña promo-

vida por la Diputación Provincial de Valladolid y Fecosva, que YRG Comunicación ha ejecutado. Nació con el objetivo de fomentar el comercio rural, reforzar la actividad económica de los municipios y su habitabilidad. Es una acción dirigida a comercios de todos los sectores en municipios de menos de 20.000 habitantes.

—¿Ha logrado la campaña alcanzar todos sus objetivos?  
—Sí. Se ha logrado concienciar a los comerciantes y a los habitantes del medio rural sobre la importancia de comprar en la tienda de toda la vida. Queríamos crear un soporte que sirvie-



Ángel Ortiz, director de El Norte de Castilla, entrega el premio a Jesús Herreras y Roberto González.

ra de vínculo entre establecimientos y consumidores, que reflejara la dedicación, cercanía, amabilidad y los excelentes productos que ofrecen estos comercios. Todo esto se ha conseguido.

—¿Cómo ha sido el trabajo desde la agencia?

**«Hubo un gran trabajo previo de investigación y actualización de bases de datos»**

—Ha sido un trabajo intenso. Para fomentar la suscripción gratuita de los comerciantes, se creó una web que es el punto de referencia del proyecto. Alimentamos la campaña a través de redes sociales y comunicación en prensa, radio y cartelería. Hubo un gran trabajo previo de investigación y actualización de bases de datos para establecer contacto con más de 800 establecimientos, de los cuales, hay adscritos 654. El alcance de la campaña ha llegado a 1.595.555 personas y ha generado más de 30.000 interacciones en Facebook. La plataforma web es muy visual, intuitiva y de fácil de acceso, en la que se puede filtrar por localidad y por sector de actividad.

—¿Qué supone para ustedes este premio?  
—Estamos orgullosos del trabajo realizado. Somos una agencia de creativos, y eso es lo que nos hace fuertes. Trabajamos de forma diferente y generamos ideas que convencen. El premio de la audiencia es un gran reconocimiento a todo ese trabajo, pero sobre todo, un reconocimiento al buen hacer y al buen servicio del comercio rural.

**PREMIO ESPECIAL DEL LA AUDIENCIA**



Todo para recargar tu coche eléctrico en casa...



y allá dondequiera que vayas.

**Sal**  
800 AÑOS  
UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
1218 - 2018

**SMART MOBILITY**

Lo haces por ti, lo haces por el planeta.

En casa...

- Te instalamos el punto de recarga.
- Hasta un 90% de ahorro en tu consumo frente a un vehículo diésel o gasolina.

Y allá dondequiera que vayas...

- Localiza en nuestra app el punto de recarga más cercano.
- Y todo con energía 100% renovable.

Infórmate en: 900 24 24 24 | [iberdrola.es](http://iberdrola.es)  
Energía 100% renovable con garantía de origen.

**IBERDROLA**

ASISTENTES A LA GALA



Jaime Fernández, Eduardo Fernández, Luis Santos, Pablo Rodríguez y Jorge Sambade.



Carlos Callejo.



Borja Sánchez, Daniel Coloma, Jorge Valles y Lucía de Castro.



Ismael Bosch, Domingo Rodríguez y Roberto González.



Luis Gervas, Jorge García y Darío López.



Nieves Alonso y Carlos Pardo.



Juan Carlos Álvarez, Mónica Caramazana, Monstse Izquierdo y Valentín Álvarez.



Roberto González, Marta Serna y Emilio García.



Clara López y Yolanda Carrillo.



Cristina García y Juan Carlos Álvarez.



Jesús de Prado y Yolanda Solla.



Fermín Ramos, Ximo Reig y Jonatan Gallego.



Isabel Clavero, Manuel Fernández y María Ángeles Martín.



Carlos Martínez y Borja García.



Daniel Arroyo, Eloísa Martín, Belén Martín, Estela Gómez, Fernando Gómez y Talita Pereira.



Virgilio Benito y Yolanda Martínez.

Textos de RUTH RODERO Y JESÚS DOMÍNGUEZ

Fotografías de ALBERTO MINGUEZA Y RODRIGO JIMÉNEZ



Raúl Sánchez, Fernando Posadas y Luis Ángel Galindo.



Óliver del Arco, María Victoria Seco, Eva Morón, Jaime Díez, Silvia Herrero e Ignacio Antolín.



Mercedes García y Juan Carlos Nieto.



Ángel Miguel, Ángel Blanco y Emilio Álvarez.



Jesús Herreras, Virginia García y Óscar Cuéllar.



Luisa Concejo y Javier Vicente.



Guzmán Gómez, Vicente Gonzalez y Pedro Herrero.



María Armendia y Ángel Carbayo.



Judith Giner.



Silvia Orellano, Sheila Martín, Elisabet Martín, Eduardo Moreno, Elena García, Marifé Blanco.



Jorge Valentín, Elena Ortega y Jorge Caballero.



Caterina Veronelli y Cristina Martín.



Julio Benavente y Patricio Valles.



Elías Díez, Inma Caballero, Cristina Díez y Javier Cantón.



Yolanda Carrillo, Raquel Pérez, Gonzalo González, Daniel Hompanera y Siro Ramírez.



Julián Andújar, María de Diego, Manuel Castellanos, Guillermo Vázquez y David Martínez.



David Domínguez, Fernando Domínguez y Asunción Segovia.



Carmen Rodríguez y Sergio Barrio.



Pablo José de Andrés, Francisco José García, Miguel Ángel Díaz y José Carreña.



Álvaro Herreras, Carlos Cazurro y María Vicente.



José Miguel Ortega y Mercedes del Río.



Rocío Domínguez, Oliver del Arco, Beatriz del Arco y Héctor Barajas.



Diego Domínguez.



Tino Hernández, María José Vicente e Inés Rodríguez.



Eduardo Moreno, Francisco Hernández y Luis Campa.



José María Cancer y Noé Rodríguez.



Raquel Duránte, Julio Ortega, Miguel García, Gonzalo Blázquez, Elías Díez, Sergio Peña, Susana Arranz y Daniel Martínez.



Equipo del Departamento de Marketing de El Norte de Castilla con Jesús de Prado (segundo por la izquierda).



Rafael Cuadrado, Marisa de la Fuente y Herminio Fernández.



Equipo de Laboral Kutxa.



Erika López, Luis Ángel Galindo, Paloma Rodríguez, Sandra Falagán y Mario González.



Marta Mozo y Carmen Rodríguez.



Andrés Martín, Esther Alfonso y Fernando Vidal.



Patricia García y Gustavo Prieto.



Javier Fernández, Mayte Zamorano y Esteban Mucientes.



Enrique de Antonio, Eva Merino, Blanca López, Jaime Díez y Juan Jambrina.



Mónica Buena.



Iván Pérez, David Blanco y Cristóbal Cerezales.



Eduardo Sánchez, María Asunción Tejero y Manolo Ramos.



Eva Fernández y Manuel de la Fuente.



Benjamín Sahelices, Carlos Pardo, María Victoria Seco, Carlos Cerezuelo, Antonio Ferreras y Laura Martín.



Elena García y Frederic Barna.



Manuel Fernández, Marta Arranz y Roberto Lozano.



Raúl de la Hoz, portavoz del PP en las Cortes; el director de El Norte, Ángel Ortiz, y el presidente de la Diputación de Valladolid, Jesús Julio Carnero.



Víctor Palacios, Miguel Ángel Pérez y Rubén Bugeda.



Yolanda Llorente y Ángel del Pozo.



Lisandro Caravaca y María Jesús Martín.



Fernando García y María Pérez.



Jessica Gómez y Carolina Gómez.



Óscar de Rivera.



Integrantes del equipo técnico de la gala, de Aventos.



Jaime Rojas y Félix Blanco.



Diego Fernández y Víctor Rodríguez.



Yolanda Alba y Mónica Muro.



Diego Lázaro y José Bustamante.



## CONTROL DE PLAGAS

# SALUD AMBIENTAL La higiene a su servicio

TRATAMIENTOS CERTIFICADOS SEGÚN NORMA UNE 16636



## Control de Plagas



Legionela  
Desratización  
Desinsectación  
Tratamiento de jardines

Termitas y carcoma  
Desinfección  
Ambientación y UHS  
Control de aves



983 290 864  
629 960 300

[www.aspama.com](http://www.aspama.com)  
[administración@aspama.com](mailto:administración@aspama.com)  
especialistas en comunidades de propietarios

# «Está bien tener autocensura, pero sin llegar a ciertos límites»

J. J. Vaquero condujo la gala de los Premios e- evolución



ALVARO GÓMEZ

**E**s de sobra conocido en Valladolid, su ciudad, y podría decirse que lidera la cantera de buenos cómicos locales que se han convertido en estrellas nacionales. José Juan Vaquero presentó anoche el acto de los Premios e- evolución 2019 y lo hizo de la forma que mejor sabe: haciendo reír a los asistentes.

**–Presenta la entrega de Premios e- evolución 2019 con la comedia como hilo conductor. ¿Es difícil hacer chistes relacionados con el mundo digital?**

–No es que sea difícil, pero es más fácil sacar chistes de las cosas que han evolucionado mal que de las cosas que han evolucionado bien. Pero bueno, podría ir a temas que no se van a tratar en la gala, más genéricos, como la comida o la evolución de las tazas del wáter, y no habría problema.

**–Ha dirigido la gala, pero también podemos verle en la televisión, sobre los escenarios o en la radio. ¿Dónde está más cómodo?**

–En la radio. Primero, porque mi estética no es agradecida. Cuando pareces un jabalí puesto de pie... No es que tenga una gran voz, pero aún así es mucho mejor que mi cara. Luego, aparte de eso, creo que en la radio las ideas duran más. Cuando escuchas que en la radio se ríen, te sientes parte de ese grupo. Si lo ves en la televisión te preguntas que de qué se ríen esos. El humor interno en la radio funciona mucho mejor.

**–También es activo en redes sociales. ¿Cree que Twitter puede ser el nuevo teatro para los cómicos?**

–No, de hecho yo a Twitter no le veo ningún futuro. Ahí acabará quedándose la gente que insulta, y el resto encontraremos redes sociales más agradables donde vivir. Dicho esto, yo creo que las redes sociales han venido para quedarse y está claro que el teatro lo hizo hace miles de años. El teatro es imposible cambiarlo por nada porque es gente viva diciendo cosas en ese momento. Si alguien del público dice

algo, le contestas en el momento. En Twitter, tienes tiempo para pensar.

**–En las últimas semanas, los cómicos Iggy Rubin y David Suárez se han visto perjudica-**

**«Al final, con los chistes va a llegar un momento en el que vas a decir 'buenas noches' y te van a criticar los de los días»**

**«Es más fácil sacar chistes de las cosas que han evolucionado mal que de las que lo han hecho bien»**

**dos por hacer ciertos chistes. ¿Hay que censurar algún tipo de humor?**

–Que a la gente no le gusten esos chistes me parece bien. Si alguien me dice que uno no le ha hecho gracia, me parece superrespetable. Cuando dicen 'no tiene gracia', ya es creerse en poder de la razón. En esos dos casos trabajaban para marcas y, al final, la marca decide. Iggy hizo el monólogo directamente en Movistar y David usó su cuenta de Twitter, pero al final es una cara muy visible de Vodafone. Dicho esto, que no nos vayan quitando los chistes, porque al final yo tengo miedo de escribir. El otro día estaba haciendo un chiste de que olía mal, había un bebé en mi casa y mi mujer pensó que había sido el bebé. Vio que no y me preguntó si había sido yo. Contesté: 'Si hubieras pensado que he sido yo, no dirías que el bebé se ha cagado, sino que se ha muerto'. Ella me dijo que cambiase bebé por gato.

**–Al final hay cierta autocensura.**

–De repente tenemos tanta fobia de que nos pueda pasar factura el chiste que mi mujer por protegerme se fue a la autocensura. Está bien tenerla, pero que no llegue a ciertos límites. Al final, vas a decir 'buenas noches' y te van a criticar los de los días.

**–¿Es más especial actuar en Valladolid?**

–Tiene muchas ventajas. Por ejemplo, hace diez minutos [antes de comenzar la gala] estaba con mi hija en el sofá, y cuando actué en Murcia, no es así. Luego, conozco muy bien al público. Si voy a Galicia, puedo decir que llueve; si viene un humorista de fuera, puede decir que aquí hace frío. Pero yo sé que el Yovilant está abierto hasta las cuatro de la mañana. Puedo localizar en pequeño y eso a la gente le gusta mucho. La gente puede pensar que es guay que ese tío que está ahí arriba me está contando al bar que iba yo después de salir cuando tenía 20 años. Eso es mágico, a mí me encanta.

**–¿Qué es lo más gracioso que le ha pasado en una actuación?**

–Siempre cuento una que me hicieron actuar en un remolque que iba cayendo, pero poco a poco. Entonces yo sabía que no se iba tanto el remolque como para parar, pero que a la media hora iba a estar muy lejos del público. Otra vez, actuando en Isla Cristina, en un bar muy pequeño, estaba hablando y conté un chiste de mi perro y justo entró un cocker y se sentó en la banqueta. La gente aplaudiéndome y pensando que tenía amaestrado al perro.

EL CONDUCTOR DE LA GALA



J. J. Vaquero, anoche, en plena actuación en los Premios e- evolución. :: GABRIEL VILLAMIL

# Descubre El Norte de Castilla **on+**

La mejor forma de disfrutar de la **lectura digital**



**Acceso ilimitado**  
a toda la información  
de [elnortedecastilla.es](http://elnortedecastilla.es)



**Newsletters de autor**  
con los análisis,  
de las mejores firmas



**Lectura más amable**  
y con una mejor experiencia  
de navegación



**App para móvil y tableta**  
solo para suscriptores  
y sin publicidad



**Interactúa con  
los periodistas** en los  
comentarios de las noticias



**Nuevos y mejores  
contenidos.** Y noticias  
exclusivas para los suscriptores



**Contenidos exclusivos para  
suscriptores**



Accede en exclusiva a **eventos,  
catas, cursos, tertulias  
semanales** hechas para ti

Susíbete  
y disfruta  
**2 MESES  
GRATIS**

si te suscribes antes  
del 10 de junio

Más información  
en [elnortedecastilla.es](http://elnortedecastilla.es)

El Norte de Castilla **16** años

# «LABORAL Kutxa seguirá manteniendo una relación honesta y duradera con sus clientes»

**Eva Morón** Directora Zona Valladolid y Palencia de LABORAL Kutxa

Los logros del pasado nunca garantizan el futuro, y menos en banca, pero sí permiten afrontar nuevos retos con una mayor tranquilidad. LABORAL Kutxa obtuvo un beneficio neto de 133,7 millones de euros en 2018, un muy buen ejercicio en un entorno de máxima exigencia. Además, la rentabilidad sobre fondos propios que tanto preocupa en nuestro sector se elevó hasta un ROE del 7,97%, muy por encima de la media del conjunto de la banca.

La consecución de estos óptimos resultados ha sido, sobre todo, fruto de una intensa actividad comercial, tanto en el ámbito de particulares como en empresas, donde destaca el incremento de las formalizaciones de créditos: las nuevas concesiones de préstamos hipotecarios han aumentado un 18,7%; los créditos a las pymes, un 18,8%, y los importes concedidos para autónomos y pequeños negocios han crecido un 14,5% respecto al ejercicio anterior.

Este impulso de la red de ventas ha seguido apoyándose en nuestras tradicionales fortalezas. En primer lugar destaca el nivel de solvencia total, 18,76%, compuesta en su totalidad por recursos propios de primera calidad (CET1). El segundo punto fuerte lo constituye nuestra cómoda posición de liquidez estructural. La ratio LTD que mide la relación entre los créditos y los depósitos se ha situado en el 73,75%, lo que significa que contamos con los recursos líquidos más que suficientes para abordar los crecimientos de negocio sin necesidad de recurrir a emisiones en mercados mayoristas. Y, como tercera fortaleza, quiero subrayar la excelente calidad de nuestros activos, que nos ha permitido seguir reduciendo nuestra tasa de morosidad hasta el 4,51% a cierre de 2018, más de un punto por debajo del sector (5,8%).

Con todo, tal y como apuntaba al principio, los éxitos de



LABORAL KUTXA

**LABORAL Kutxa obtuvo un beneficio neto de 133,7 millones de euros en 2018, «un muy buen ejercicio en un entorno de máxima exigencia»**

**«El impulso de la red de ventas ha seguido apoyándose en nuestras tradicionales fortalezas»**

ayer no garantizan el mañana. Centrándonos en el presente que nos ocupa, nos enfrentamos a un escenario macroeconómico complejo y no exento de incertidumbres, donde previsiblemente se confirmará el proceso de desaceleración tanto a nivel

mundial como en la zona euro. El entorno bancario continuará presionado por los tipos de interés negativos, si bien se esperan algunas noticias positivas, como el tan esperado fin del proceso de reducción del crédito y descensos adicionales en los ni-

**«Nos enfrentamos a un escenario macroeconómico complejo y no exento de incertidumbres»**

**«La transformación digital seguirá ocupando una de las primeras páginas de nuestra hoja de ruta durante los próximos años»**

mercionalización de figuras fuera de balance, el incremento de los niveles de concesión de crédito en todas sus modalidades y, como tercer vector, el negocio de seguros, donde LABORAL Kutxa seguirá siendo una entidad de referencia como modelo de integración de banca y seguros.

### Transformación

En el plano cualitativo, la transformación digital seguirá ocupando una de las primeras páginas de nuestra hoja de ruta, ya que constituirá el principal foco de transformación de la entidad durante los próximos años. Compaginaremos objetivos que tengan un alto impacto en la rentabilidad a corto plazo con una visión estratégica de largo alcance. Como ejemplo ilustrativo de futuro, debo mencionar el proyecto Zabaltek, que pretende transformar nuestra base de arquitectura tecnológica en un entorno abierto que mejorará los desarrollos, incrementará las capacidades y permitirá optimizar la interconexión entre la plataforma bancaria y los nuevos ecosistemas y empresas. Con todo ello, proyectamos asimismo diferentes soluciones para sus clientes en el ámbito del denominado Open Banking. Además, la integración tecnológica será clave para poder desarrollar un ambicioso plan de productos y servicios digitales, donde el apartado de seguros asumirá un papel protagonista.

No quiero dejar pasar otro aspecto que seguirá siendo máxima prioridad en el proceso de digitalización, la ciberseguridad. LABORAL Kutxa culminará en breve su Plan de Seguridad Integral -PDSI- y, seguidamente, ya tiene previsto implementar un nuevo plan con el que seguirá minimizando al máximo los nuevos riesgos derivados de un modelo de negocio en el que los datos, su gestión y custodia son críticos.

Para concluir, me gustaría subrayar la idea de que es importante un buen desempeño en la consecución de los objetivos, pero tan importante como alcanzar las metas son los medios que se emplean. LABORAL Kutxa seguirá ejerciendo una banca responsable y buscando una relación honesta y duradera con sus clientes, porque los crecimientos deben ser sostenibles en el tiempo y servir para el bienestar presente y futuro de las personas y de la comunidad en la que desarrollamos nuestra actividad.

veles de morosidad del sector, que se acercará al 5% a finales de 2019.

En estas circunstancias, las cuentas de resultados de las entidades financieras serán especialmente sensibles a los ingresos procedentes de un mayor volumen de negocio fuera de balance, así como al éxito en la optimización de los gastos de explotación.

Respecto a la inversión crediticia, las previsiones para el conjunto de las entidades anticipan un ligero aumento del saldo vivo interanual, hecho que no ocurriría desde el año 2008. En concreto, se estima que la masa crediticia total crezca un 0,2% respecto a 2018.

En consecuencia, se presume que el positivo comportamiento de la suma de margen de intereses y comisiones, ayudado por la contención en gastos de explotación y en el coste de dotaciones y deterioros, permitirá una ligera mejora de los resultados del sector en 2019, si bien sin alcanzar todavía rentabilidades que cubran el coste del capital. El ROE esperado para 2019 se sitúa en el entorno del 6,6% para el conjunto de la banca española.

A nivel de entidad, aumentar la rentabilidad constituye un elemento crucial para LABORAL Kutxa en 2019. Partimos de uno de los mejores ROE del mercado, e incrementar los resultados de 2018 será un objetivo de primer orden. Asimismo, se prevé seguir elevando los niveles actuales de solvencia, ya que la solvencia es la primera de nuestras fortalezas y una ventaja competitiva para afrontar las incertidumbres. Y, cómo no, también seguiremos preservando nuestra ratio de morosidad en niveles inferiores al sector, y lo llevaremos a cabo de manera orgánica, sin realizar ventas de paquetes de activos no productivos.

Desde el punto de vista puramente comercial, tres serán asimismo los ejes prioritarios de la actividad comercial de LABORAL Kutxa durante el ejercicio 2019: la diversificación de los saldos de pasivo a través de la co-



# Nuevos retos para la electricidad

## Iberdrola apuesta de forma decidida por la digitalización



La innovación es una variable estratégica para Iberdrola y constituye la principal herramienta para garantizar la sostenibilidad, la eficiencia y la competitividad de la compañía. La integración de tecnologías e iniciativas digitales están permitiendo a las compañías eléctricas afrontar los retos del sector, facilitando el desarrollo de las 'smart grids', el incremento de las renovables en el mix energético, la generación descentrali-

zada y la eficiencia energética, así como cubrir las necesidades del nuevo perfil de consumidor.

El Plan de Innovación 2018-2022 de Iberdrola busca soluciones para estos nuevos retos: la descarbonización, los avances tecnológicos y la mayor conectividad del consumidor. En 2018, la compañía invirtió 267 millones de euros en I+D+i, un 8,5% más que en 2017. En los últimos diez años, este volumen de recursos ha crecido cerca de un

240%. Este hecho ha permitido a la compañía, además, convertirse en la energética española más innovadora y la tercera de Europa, según la Comisión Europea.

Las inversiones han ido dirigidas a la mejora de la (1) eficiencia y de los costes de operación y mantenimiento en parques eólicos; (2) a avanzar en la integración de las renovables mediante el desarrollo de baterías, como el plan ESS2GRID; e innovar en las nuevas instalaciones eólicas marinas. En el área de redes, las inversiones han ido dirigidas a la implantación de (3) redes inteligentes y la digitalización del sistema y en el negocio comercial, al (4) diseño de soluciones inteligentes para el cliente. Además, se han desarrollado nuevos productos para clientes basados en data analytics (Energy Wallet y Planes a tu medida) y nuevas apps.

En transformación digital, Iberdrola prevé invertir 4.800 millones de euros, entre 2018 y 2022, en 75 proyectos de innovación al año y centrará su esfuerzo inversor en mejorar la operación y el mantenimiento de sus activos, apoyado en analítica de datos y la inteligencia artificial, y en incrementar la disponibilidad de sus plantas de generación.

Los principales ejes de Iberdrola para llevar a cabo la digitalización son: La gestión de los activos mediante el control remoto y en tiempo real de las instalaciones mediante el uso de drones, aplicaciones de realidad aumentada y el uso de la analítica avanzada; la optimización de redes con el impulso de redes inteligentes y la integración de fuentes renovables; las propuestas innovadoras orientadas al cliente como nuevos productos energéticos abordando nuevas demandas surgidas del hogar conectado y el vehículo eléctrico; y la cultura digital potenciando el equipamiento y la capacitación de los empleados mediante una cultura de innovación, transferencia de conocimien-

to y atracción del talento.

Iberdrola está aplicando big data y la analítica avanzada con el objetivo de ofrecer servicios personalizados a sus clientes y otras posibilidades innovadoras, como el control remoto de la calefacción, alternativas de autoconsumo y gestión de la energía. Estas tecnologías permiten realizar el mantenimiento predictivo de todos los parques eólicos, centralizando los millones de datos de sensores en tiempo real y la visualización digital de las pérdidas técnicas. Con big data, es posible también gestionar en mejor medida la demanda energética y el almacenamiento.

Iberdrola también emplea la tecnología blockchain para la creación de una plataforma de trading mayorista, la identificación de consumo con activos renovables y su aplicación en las redes de distribución. Entre sus principales ventajas están la reducción de los costes de transacción al eliminar los intermediarios.

Iberdrola apuesta por la innovación con 'start ups', emprendedores y proveedores con el objetivo de desarrollar nuevos modelos de negocio disruptivos, que le permitan garantizar su sostenibilidad a largo plazo, favorecer el intercambio de conocimiento y ejercer un efecto tractor entre nuestros colaboradores. La compañía continúa apostando por ideas disruptivas en el sector energético, a través de su Programa de Start Ups-Perseo, dotado con 70 millones de euros. El objetivo de esta iniciativa es acceder a las tecnologías del futuro y fomentar la creación y desarrollo de un ecosistema global y dinámico de empresas tecnológicas y de emprendedores en el sector eléctrico.

Desde 2008, Perseo ha incorporado a más de 2.000 empresas emergentes a su ecosistema, desarrollado proyectos piloto con más de 30 y habiendo invertido en otras 10 empresas emergentes como el almacenamiento de energía, la robótica, las tecnologías digitales (big data, inteligencia artificial, etc.), la sensorística avanzada (IoT), etc.

En 2018, fue nombrada por segundo año consecutivo por parte de la Comisión Europea entre las doce corporaciones europeas que mejor trabajan con 'start ups'.

**«Iberdrola prevé invertir 4.800 millones de euros en transformación digital hasta 2022»**

# El aliado contra las plagas

## Oliver del Arco San Pablo

Gerente de Aspama Control de Plagas S. L.

**U**n empresario de éxito no nace, se hace. Oliver del Arco es buena muestra de ello.

Reunía las cualidades necesarias: actitud, iniciativa y talento. A ello le añadió ilusión, cariño, vocación y un toque de locura, como él mismo reconoce. ¿El resultado final? Aspama Control de Plagas. Una empresa que este año cumple sus bodas de plata ofreciendo servicios de probada calidad que van desde la desratización, hasta la desinsectación, sin olvidar otros como el control de aves y de la madera. Su hoja de ruta apunta a seguir en línea ascendente. Eso sí, siempre fieles a su férreo compromiso con el medioambiente.

**–Convertir una idea en proyecto y transformarlo en negocio es el sueño de muchos. Usted lo ha logrado**

–Así es. Da vértigo echar la vista atrás. Tengo 41 años y empecé a trabajar muy duro desde muy joven. Por necesidad, conocí este sector, identifiqué una oportunidad y la confianza en mis capacidades hizo el resto. Siempre he tenido mentalidad de empresario y eso conlleva tener grandes inquietudes y algo de locura, sin las cuales nada hubiera sido posible.

**–¿Como ha evolucionado la em-**

**presa desde sus inicios?**

–Arranqué en el año 1994, con tan solo 18. Deseaba crear una gran empresa, en la que poder crear empleo, y en el año 2001 ya se constituyó la sociedad Aspama Control de Plagas S.L. Con mucho esfuerzo hemos crecido y hemos formado un equipo de 19 profesionales, que sienten pasión por su trabajo y que constantemente buscan la perfección en cada proyecto. La evolución en este tiempo ha sido enorme. Empezamos controlando cucarachas y ratas, y a día de hoy, ofrecemos una amplísima carta de servicios. Antes, las aplicaciones se hacían de forma indiscriminada y eran muy perjudiciales para el medioambiente. Ahora los tratamientos son más específicos. La evolución de los productos, sobre todo en materia de nocividad, ha contribuido para que el sistema de trabajo haya evolucionado de forma notable. Así, por ejemplo, antes se trabajaba principalmente de noche, porque los productos tenían un plazo de seguridad de 24/48 horas. Ahora, en cambio ese plazo de seguridad es de 0 horas, con lo cual, el cliente puede ocupar el espacio de forma inmediata.

**–¿Los clientes también han cambiado?**

–Muchísimo. Empecé trabajan-

do para pequeños clientes en Valladolid, sobre todo hogares, tiendas y bares. Actualmente, nuestras soluciones cubren las demandas de particulares, negocios, grandes empresas y también de la administración pública de todos los rincones de la geografía española.

**–Háblenos de su política ambiental**

–Nuestro sector está sometido a normativas europeas que restringen el uso de determinados productos. En Aspama siempre nos hemos caracterizado por ser sensibles con el medioambiente y por nuestro compromiso con su protección y conservación. Es lo más importante para nosotros. Minimizamos el impacto de nuestras actividades, protegiendo a aquellas especies que son beneficiosas y actuando solo con las que se convierten en plaga y son peligrosas para la salud y calidad de vida. Siempre utilizamos productos con mínima nocividad para crear un entorno sano y en la medida de lo posi-

**«Hemos diversificado los servicios para que el cliente encuentre en nosotros todo lo que necesita»**

ble, recomendamos utilizar medidas físicas de control, como puede ser la limpieza, el control de las basuras o el sellado de rendijas, entre otros.

**–¿Qué servicios ofrece?**

–Al crecer, hemos diversificado los servicios para que el cliente encuentre en nosotros, todo lo que necesita, siempre con la máxima confianza y con profesionales altamente cualificados. Ofrecemos servicios de desratización y desinsectación, con productos específicos para el control de plagas. Hacemos desinfecciones de quirófanos, salas de esterilización y de conductos de aire acondicionado. Realizamos tratamientos en jardines, en los cuales aplicamos herbicidas totales o selectivos para el control de enfermedades de plantas y árboles. También control de aves utilizando sistemas disuasorios, antiposamiento y redes. Otros servicios muy solicitados son el control de madera, el tratamiento de legionela y el mantenimiento de fincas. Además, contamos con un departamento de higiene y ambientación de espacios públicos, como baños, vestuarios, salas de fumadores, salas de espera y aseos femeninos.

**–¿Cuáles son las plagas más habituales en Castilla y León?**

–Las más comunes son las cucarachas y los roedores. En el campo, la más frecuente es la procesionaria del pino. También las termitas y avispas que, por cierto, ya estamos tratando casos de avispa asiática. Cada día aparecen nuevas especies que se pueden convertir en plaga. Mi recomendación es que, para un control eficaz, se debe confiar siempre en profesionales. La automedicación es contraproducente. Existen insecticidas y rodenticidas de ámbito doméstico, pero usarlos sin los conocimientos pertinentes puede tener efectos contrarios al deseado. Lo mejor es la prevención, y siempre que se pueda, aplicar medidas físicas de control.

**–¿Qué busca Aspama apoyando los Premios E-evolución?**

–Aspama es una empresa solucionadora de problemas, un rol que conlleva la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras y eficaces. El del control de plagas es un sector joven que ha experimentado un fuerte crecimiento gracias a la innovación. Nosotros la aplicamos controlando el uso del biocida a todas nuestras soluciones. Teniendo en cuenta esta filosofía, siempre apoyamos todos aquellos proyectos emergentes que destacan por la creatividad y por contribuir a crear cultura de innovación, ya que consideramos que es la manera de alcanzar el progreso social. Estos premios fomentan la innovación y por eso, Aspama no duda en apoyarlos.



Oliver del Arco San Pablo. :: LAURA NEGRO

ASPAMA

# EMPATÍA

por LABORAL Kutxa

Dicen que la empatía es la capacidad de ponerse en el lugar del otro.  
En LABORAL Kutxa creemos que también es **dar soluciones a tus necesidades.**

## HIPOTECA FLEXIBLE

- Decides el día de pago
- Modificas la cuota
- Tienes la Cuota Desahogo



**LABORAL**  
kutxa

**Hay otra forma**

Cuota desahogo: con carencia de capital inicial. Opción de pagar solo intereses durante 12 meses, es decir, no pagar capital durante un año. Y carencias de capital intermedias: posibilidad de solicitar dos nuevas carencias de capital de 6 meses cada una, siempre que entre ellas medie al menos un año. Modificas la cuota: Posibilidad de reducción de cuota si ha sido adelantada previamente y sin posibilidad de superación de plazo inicial. Decides el día de pago: con posibilidad de elección del día del mes en que se quieren pagar las cuotas.