

empresa
innovación
sociedad



CDTI

Centro para el
Desarrollo
Tecnológico
Industrial



Encuentro Nacional de Empresas Innovadoras

@CDTIoficial

CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

Madrid, 12 de diciembre de 2017

AMC JUICES

AMC Juices es uno de los dos holdings de AMC Group, empresa familiar fundada en 1931 y actualmente segunda empresa española de alimentación en ventas internacionales, con una facturación de 1.142M€ en 2016. Su actividad se centra en la investigación, desarrollo, producción y distribución de nuevas variedades patentadas de fruta, de zumos y bebidas saludables naturales, de flores y helados.

La división AMC Juices ha crecido al 20% acumulativo desde sus inicios en 2001 y está liderada por su CEO, Antonio Muñoz Beraza, Premio Nacional de Innovación 2017, modalidad Trayectoria Innovadora.

Entre las inversiones más estratégicas del grupo se encuentran:

- Centros propios de hibridación y desarrollo de nuevas variedades patentadas de fruta, cultivadas bajo producción propia en países como España, Estados Unidos, Israel, Sudáfrica o Chile.
- Centros de preparación y distribución de productos frescos repartidos entre España, Francia, Reino Unido, Holanda, Estados Unidos, Chile, Perú, Israel, Kenia y la República de Sudáfrica.
- Fábricas de exprimido de frutas y vegetales con tecnologías propietarias en España, Costa Rica, Alemania e India, para frutas de distintos climas, que llegan a través de sus centros de aplicaciones técnicas, a los cinco continentes.
- En España y Holanda, fábricas de última tecnología para el envasado de zumos y bebidas saludables bioactivas. Su planta de Vlissingen (Holanda), la fábrica más moderna de Europa, supuso una inversión de más de 100M€ y fue premio Cofides 2015 a la Mejor Inversión española en el extranjero.
- AMC Innova es la división científico-técnica de AMC Juices, donde trabajan más de 150 científicos en investigación, diseño y lanzamiento al mercado de bebidas saludables para los más modernos consumidores de Europa y Asia (*millenials, foodies, veggies, flexitarians, etc*). La innovación arranca estudiando las preferencias racionales y emocionales de los consumidores globales, con herramientas de *big data*, con una plataforma digital propia de innovación y testando en ensayos clínicos los más potentes bioactivos encontrados por su departamento científico. Lanzan cada año más de 400 nuevos productos en los más prestigiosos retailers europeos, pero sus innovaciones pueden también comprarse ya en Dubai, USA, Vietnam, Corea o Japón.
- AMC tiene oficinas comerciales en Gran Bretaña, Noruega, Suecia, Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos, Canadá, China y Dubái.

Excelente zumo de granada

En el año 2007, numerosas publicaciones científicas demostraban los beneficios que tiene para la salud la granada. A su vez, los clientes y consumidores de AMC Juices solicitaban bebidas más saludables y con excelente sabor.

Para conseguir el mejor zumo de granada posible, los ingenieros de AMC Juices proponían tecnologías y procesos propios que había que testar e implementar; los científicos de AMC Innova habían identificado los bioactivos más saludables y sabían cómo extraerlos de las frutas para que llegaran intactos al consumidor, pero les faltaba financiación para desarrollar el procedimiento exclusivo de exprimido y envasado que requerían para obtener un producto de excelente calidad y competitivo en el mercado.

Gracias al apoyo del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), esta compañía pudo desarrollar un zumo de granada de gran valor nutricional que, actualmente, ha ganado los más prestigiosos premios internacionales y se exporta a los cinco continentes.

“Aquel zumo de granada –asegura la empresa–, inicialmente impulsado por el CDTI, ha sido protagonista en muchas de nuestras más exitosas innovaciones. Su potencia macroantioxidante ha permitido –según la directora científica– desarrollar bebidas de alta eficacia, demostradas clínicamente, con las que podemos modular los marcadores de inflamación y, por tanto, disminuir los factores de riesgo de las enfermedades crónicas no transmisibles. Además, gracias a la colaboración técnica en consorcio con otras empresas de alimentación punteras en investigación y, por medio de nuestros ingredientes funcionales, se han conseguido galletas, yogures, mermeladas o pastas más saludables”.

La buena colaboración entre el CDTI y AMC Innova ha permitido desarrollar 18 proyectos tecnológicos de muy diversa índole, orientados, en algunos casos, a obtener bebidas bioactivas naturales para mejorar el rendimiento deportivo, a mejorar la calidad de vida en colectivos seniors o a diseñar alimentos de precisión que contribuyen a mejorar la salud de forma personalizada.

BODEGAS FAMILIARES MATARROMERA

Apasionado de la viña y de la tierra, Carlos Moro es el fundador y actual presidente de Bodegas Familiares Matarromera, una de las firmas bodegueras más exitosas y prestigiosas de la escena vitivinícola española, con presencia en seis Denominaciones de Origen a través de sus ocho bodegas. Sus antecedentes familiares siempre han estado vinculados a la viña y el vino desde hace más de 800 años. Nacido en Valladolid, en la añada del 53, este ingeniero agrónomo es, ante todo, un enamorado del vino español y tras una trayectoria formativa y profesional en Madrid, en 1988 puso la primera piedra de lo que hoy es Matarromera.

Este año el Gobierno de España, en manos del Rey Felipe VI, le ha concedido el Premio Nacional de Innovación 2016 en la categoría "Trayectoria Innovadora" que reconoce el trabajo de toda una carrera dedicada a la investigación.

Bodegas Familiares Matarromera es una empresa dedicada a la viticultura, elaboración de vino y aceite, con presencia en cinco de las Denominaciones de Origen más prestigiosas del país: Ribera del Duero, Rioja, Rueda, Cigales y Toro. En sus bodegas se elaboran vinos de alta gama y prestigio internacional. Cuenta con más de 500 Ha de viñedos propios con plantaciones superintensivas de alta calidad. Además de vinos, Matarromera elabora vinos sin alcohol (Win), destilados (Heredad de Aldor) y aceites de oliva virgen extra (Oliduro). La empresa también elabora Vinesenti, una gama de productos elaborados a partir de extracto polifenólico de uva diseñada para potenciar y enriquecer recetas de cocina, y ESDOR, cosméticos de alta gama elaborados en base a uvas.

Carlos Moro, Presidente de este grupo, asegura que: "Desde nuestro inicios, estamos comprometidos con el medio ambiente, la sostenibilidad, la investigación y la innovación como palancas del crecimiento empresarial. Creemos en la investigación como una inversión esencial para obtener el conocimiento adecuado que nos permite evolucionar y desarrollar productos más naturales, saludables y ecológicos. La I+D+i debe servirnos para mejorar y optimizar los procesos, aumentando, así, la productividad y la calidad de los productos. En este sentido, el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) ha sido pieza fundamental en el apoyo y estímulo a nuestro trabajo."

La compañía asegura que: "la I+D+i es una de nuestras apuestas clave, con una inversión anual que supone más del 15% de la facturación de la compañía. Somos la bodega del mundo que más porcentaje de sus ventas dedica a innovación (más de 45M€ en los últimos 10 años)".

"Fruto de la dedicación y el esfuerzo, hemos podido diseñar y crear en los últimos años 9 patentes propias a nivel mundial. Hemos creado vinos de los más diversos tipos y variedades buscando hacer los mejores y más saludables, además de múltiples productos: vinos sin alcohol, otros productos alimentarios funcionales, complementos alimenticios y cosméticos". En sus proyectos de investigación destaca la cooperación con más de 17 universidades, 15 centros tecnológicos y otras empresas punteras de toda Europa aunando proyectos colaborativos y transversales.

En el año 2016 Matarromera ocupó el primer puesto en el ranking de bodegas españolas con mayor presencia mediática en el campo de la tecnología e innovación, según se desprende del informe que publicó la consultora independiente especializada Castro Galiana. La empresa vallisoletana está consolidada como una de las firmas de referencia en el panorama de la innovación en el sector de la viticultura en la prensa española.

GMV

GMV es una multinacional tecnológica española, de capital 100% privado. Fundada en 1984, esta compañía ofrece soluciones, servicios y productos en muy diversos sectores: Aeronáutica, Banca y Finanzas, Espacio, Defensa, Sanidad, Seguridad, Sistemas Inteligentes de Transporte, Automoción, Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información para Administraciones Públicas y gran empresa.

La posición de liderazgo alcanzada por GMV en estos sectores se basa en un conocimiento profundo de las necesidades de sus clientes, lo que le permite entregar soluciones adaptadas a la medida específica de sus necesidades singulares.

Jesús Serrano –Director General– asegura que: “el CDTI desempeña un importante papel como financiador e impulsor de empresas innovadoras y de base tecnológica. GMV nació hace 33 años con la ayuda de un préstamo que nos concedió este organismo por un importe de 500.000 pesetas. Hoy en día facturamos, cada año, 180 millones de euros y operamos en más de 70 países de los cinco continentes. Además, contamos con una plantilla integrada por 1.600 profesionales. Todo ello, gracias a aquel pequeño préstamo inicial”.

El Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial dispone de un portafolio completo de ayudas que cubre cada una de las fases de desarrollo de las compañías –desde su nacimiento hasta el crecimiento competitivo–, y abarca todo el proceso innovador –investigación industrial, desarrollo experimental, innovación y adaptación tecnológica–.

A través de la financiación otorgada por este Centro, GMV ha tenido su apoyo en el desarrollo de tecnologías y productos de centros de control para satélites: “Hoy en día, GMV es el proveedor número 1, a nivel mundial, de centros de control de satélites comerciales de telecomunicaciones. Además, actualmente estamos desarrollando, para la compañía OneWeb, el centro de control para la mayor constelación, jamás diseñada, compuesta por más de 900 satélites. También hemos sido seleccionados para formar parte del consorcio para el desarrollo del vehículo aéreo no tripulado táctico Atlante que impulsó el CDTI, y gracias a la tecnología y equipos que desarrollamos, hemos sido capaces de jugar un papel relevante en diferentes programas aeronáuticos de Airbus, como son el de repostaje en vuelo o el avión de transporte A400M, así como mejorar el posicionamiento en programas europeos de vehículos aéreos no tripulados (UAVs) y de tecnologías de la aviación del futuro”.

“Además del papel en el ámbito nacional, –prosigue Jesús Serrano– este organismo es un agente clave en el ámbito internacional y proporciona un gran apoyo a la actividad empresarial en su papel de representante español en diversos organismos multilaterales. Todos ustedes conocerán su enorme labor en los programas de la Unión Europea, pero quizás sea menos conocido su papel en organismos más sectoriales, como es el caso de la Agencia Espacial Europea (ESA). Gracias a la gestión del CDTI, España juega un papel muy importante en la ESA y, en el caso de GMV, esto nos ha permitido ser líderes en el desarrollo de los sistemas de navegación por satélite, no solo en el ámbito europeo, como los sistemas EGNOS y Galileo, sino también en sistemas operacionales en Asia y pre-operacionales en Sudamérica y Oceanía”.

COSENTINO

Cosentino es una empresa española que produce superficies tecnológicamente avanzadas para el mundo de la arquitectura.

Actualmente, distribuye sus productos y marcas en más de 70 países. Esta multinacional dispone de varias fábricas de producción; numerosas fábricas de elaboración de encimeras de cocina y más de 120 Cosentino Centers repartidos por los 5 continentes.

Con una clara visión internacional, la innovación y la tecnología han sido dos constantes esenciales para su crecimiento empresarial.

Álvaro de la Haza, Vicepresidente Ejecutivo del grupo Cosentino, asegura que: “El Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) es un enérgico dinamizador de los proyectos empresariales españoles. En su 40 aniversario, hay buenos motivos para desear que el CDTI continúe en esta línea y pueda seguir impactando en el ámbito empresarial y en la sociedad española”.

“Hace poco más de 40 años nuestra empresa contaba con 17 empleados. Hoy somos 4.000 en todo el mundo. La nuestra es una historia de crecimiento. Este crecimiento ha sido posible gracias a una rara mezcla de ambición y humildad que está en nuestro ADN. Desde siempre, hemos estado convencidos de la necesidad de investigar e innovar para ser mejores, para ser diferentes, para ser competitivos. Así es, competimos a nivel mundial y llevamos, con orgullo, nuestro origen en Almería, España. Pero esa capacidad de competir tiene muchos acreedores: nuestros empleados, que han hecho suyo el proyecto, poniendo todo su esfuerzo y talento; nuestros clientes que han confiado en la empresa, en momentos buenos y no tan buenos y que son verdaderos socios de negocio; igual que nuestros proveedores con los que mantenemos una relación de lealtad, en muchos casos, desde hace décadas y, de forma muy destacada, también nuestros financiadores, bancos de la casa y, de forma crucial, nuestros financiadores del sector público”.

“Cosentino –prosigue Álvaro de la Haza– ha basado su desarrollo en la inversión y en la I+D+i. Solo de esta forma ha sido posible alumbrar Silestone y, después, Dekton; crear aglomerados de cuarzo en 3 dimensiones, o crear una superficie de cocina antibacteriana, por citar algunos hitos. Todo ello hubiera sido muy difícil de no contar con el apoyo de la Administración y, en este capítulo, el CDTI ha tenido un protagonismo extraordinario. Durante muchos años de apoyo, tras más de 30 proyectos, podemos decir que el CDTI ha sido un incomparable compañero de viaje: siempre riguroso, exigente, sincero, pero también cercano y favorable a la empresa”.

“Más importante que todo lo anterior –concluye– es el futuro que tenemos por delante. La tarea de mejorar una empresa no acaba nunca. Tenemos que seguir ganando tamaño, capacidades, conocimientos, habilidades... tenemos que seguir siendo competitivos en el mercado global. Nosotros, que vendemos en 70 países y mantenemos filiales propias en más de 30, sabemos bien que los españoles somos muy capaces de competir con cualquiera. La sana colaboración de la Administración y las empresas debe seguir siendo una de las claves para tener éxito en este objetivo. Una colaboración basada en el respeto, la transparencia y la honestidad”.

NATURA BISSÉ

En 1979 nace, en Barcelona, Natura Bissé por iniciativa de Ricardo Fisas. En aquella época su fundador observaba cómo los hidrolizados de proteínas de la elastina y del colágeno mejoraban la apariencia y la textura de la piel. Con el transcurso de los años, esta empresa familiar, dedicada a la fabricación y venta de productos cosméticos de alta gama, ha desarrollado una amplia selección de artículos clasificados, principalmente, en tres líneas: facial, corporal y productos solares.

Hoy, 38 años después, Natura Bissé es líder internacional en el tratamiento y cuidado de la piel y ha obtenido reconocimiento por algunos de sus productos anti-edad que se han convertido en las principales señas de identidad y prestigio de esta marca.

José Borrell, Consejero del grupo Naturá Bissé, asegura que: “nuestra misión es desarrollar, con creatividad y pasión, productos de tratamiento facial y corporal así como experiencias de belleza innovadoras por medio de tecnología muy vanguardista. Sin duda, uno de los pilares de nuestro éxito es la innovación. Nuestra estrategia empresarial se apoya en un modelo de innovación abierto y singular que nos permite dar respuesta a la individualidad de la piel a través de una investigación constante y la creación de productos, altamente eficaces, que incluyen nuevos ingredientes, máximas concentraciones de principios activos y sensoriales, texturas, emulsiones y aplicaciones cosméticas”.

“Tenemos una gran ventaja, –asegura–, un gran tesoro: nuestras esteticistas profesionales, una fuente incomparable de conocimiento, gracias a su contacto directo con el cliente, nos permiten comprender que la piel de cada persona es única y tiene su propia voz. Nosotros escuchamos esas necesidades y fusionamos la tecnología más avanzada con el delicado poder del tacto para darles respuesta”.

Colaboración con el CDTI

Desde sus inicios, la innovación ha sido, sin duda, uno de los pilares del éxito de Natura Bissé. En esta larga trayectoria innovadora, el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) ha financiado proyectos de I+D+i que han posibilitado el lanzamiento de líneas cosméticas muy novedosas que han tenido un gran éxito en el mercado. Entre ellas, cabría destacar el desarrollo de Diamond Life Infusion, un serum rejuvenecedor de última generación que incorpora el uso de una revolucionaria magnetita natural y Bio-Magnet Nanosome, la primera patente de Natura Bissé, desarrollada en colaboración con la Universidad de Munich, capaz de emular la acción del retinol, sin producir sus efectos adversos.

“Además, explica, José Borrell, la colaboración con el CDTI nos ha permitido crear una de nuestras líneas de productos más preciada: INHIBIT Collection, nuestra alternativa o complemento a las microinyecciones, que usa activos de última generación para ayudar a atenuar, visiblemente, las arrugas y líneas de expresión. Esta línea, que ha sido un auténtico éxito internacional, incluye productos tan innovadores como unos parches transepidérmicos capaces de penetrar hasta las capas más profundas de piel”.

APLICACIONES DE METALES SINTERIZADOS

Situada en San Feliu de Llobregat (Barcelona), desde 1951 Aplicaciones de Metales Sinterizados (AMES), se dedica a la fabricación de componentes metálicos sinterizados mediante la tecnología de la pulvimetalurgia. Esta tecnología permite producir piezas metálicas a partir de polvos de metales.

Con una larga trayectoria innovadora, AMES es uno de los líderes mundiales en la fabricación de componentes industriales para grandes series. Entre sus principales productos cabe destacar: piezas mecánicas de alta precisión, componentes magnéticos dulces, cojinetes autolubricados y filtros metálicos, principalmente, para el sector de la automoción.

El sinterizado se emplea para fabricar un elevado número de componentes estructurales, tanto de carácter mecánico como hidráulico. Existe una gran diversidad de materiales, formas, acabados, tratamientos, y recubrimientos, que hacen posible conseguir componentes de elevada precisión y prestaciones.

Los sectores que más demandan componentes sinterizados son la industria automotriz, los electrodomésticos, maquinaria portátil y algunos segmentos industriales de elevado volumen. En el caso de la industria de bienes de equipo, en Europa cada automóvil utiliza unos 12 kg de sinterizado. Si como media, cada pieza pesa unos 20 gramos, se puede deducir que cada automóvil contiene unos 600 componentes sinterizados.

Desde 1986 esta compañía ha mantenido una estrecha colaboración con el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). Desde entonces, ha desarrollado 35 proyectos de I+D con este organismo y 9 Líneas Directas de Innovación.

La colaboración con el CDTI se ha realizado en cuatro ámbitos:

- Innovación en materiales: obtención de bronce de cojinetes autolubricados de baja fricción y elevada durabilidad; materiales magnéticos compuesto para su uso a alta frecuencia y titanio poroso para prótesis biomédicas.
- Innovación en procesos de fabricación: diseño y construcción de nuevas prensas híbridas CNC, tecnología de sinterización, robótica, procesos de acabado o calidad y fiabilidad de procesos.
- Modernización del Centro Tecnológico de la compañía y adquisición de instrumentos de caracterización con la última tecnología.
- Gestión de proyectos de investigación, implementación de la innovación y gestión del conocimiento.

César Molins, Director General del Grupo AMES, asegura que: “las innovaciones desarrolladas en los proyectos CDTI nos han permitido ser competitivos mundialmente frente a grupos industriales mucho más grandes que nosotros y obtener el reconocimiento de nuestros clientes”.

Actualmente, esta compañía dispone de 1.100 profesionales repartidos en 17 plantas y oficinas ubicadas en Europa, América y Asia.

“Debo –puntualiza César Molins– agradecer al CDTI especialmente su apoyo por la financiación de proyectos durante la última crisis en la que la mayoría de los bancos redujeron, dramáticamente, la financiación a la industria. En este sentido, me gustaría destacar que el CDTI tuvo un papel estratégico en la continuidad del tejido industrial español. Estoy convencido de que pocos entes públicos, como este organismo, han realizado una labor tan eficiente para la promoción de la actividad industrial y económica en España.

THYSSENKRUPP ELEVATOR

La compañía **Thyssenkrupp Elevator** ofrece productos y servicios inteligentes que se han diseñado para satisfacer los requisitos particulares de cada cliente. Su gama de productos incluye ascensores, montacargas, escaleras mecánicas, pasillos rodantes, pasarelas de embarque para aeropuertos, salvaescaleras y plataformas elevadoras, así como soluciones de servicio a medida. Como innovaciones: iwalk, ACCEL, MULTI, MAX.

Con unas ventas de 7.500 millones de euros y clientes en 150 países, Thyssenkrupp Elevator es una de las empresas líderes de elevación del mundo al aplicar sus singulares capacidades en la ingeniería a la tecnología. Con más de 50.000 empleados altamente cualificados en todo el mundo, dispone de 5.000 de ellos en España, donde están presentes desde 1984.

Javier Sesma –Director General de Thyssenkrupp Elevator Innovation Center– asegura que: “estamos transformando la industria de la elevación convirtiendo las ciudades en lugares mejores para vivir. Nuestros expertos desarrollan soluciones avanzadas aplicando las tecnologías existentes para abordar las necesidades de los clientes, lo que significa: conseguir máxima capacidad y eficiencia del transporte; utilización más eficiente del terreno edificable; menor consumo energético y mayor disponibilidad de soluciones en el sector del transporte para pasajeros. Asistimos a nuestros clientes de todo el mundo durante todas las fases de su proyecto, desde el diseño hasta el final de su vida útil. Nos centramos en entender sus necesidades y en proporcionarles, constantemente, las soluciones más adecuadas”.

Considerada por el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) como una de las 50 compañías más inteligentes del mundo, su apuesta por la innovación le ha permitido desarrollar numerosos proyectos que están teniendo un gran impacto en la sociedad.

“No hay que olvidar –asegura Javier Sesma– que, por primera vez en la historia de la humanidad, el 50% de la población mundial vive en ciudades. En 2050 este porcentaje llegará al 70%. Es evidente que las ciudades están experimentando un continuo crecimiento y, por tanto, será muy importante saber gestionar este crecimiento de una forma sostenible”.

“Por otra parte, hoy se construyen tres veces más rascacielos que en el año 2000. Estos edificios se convierten en ciudades verticales donde los huecos del ascensor ocupan hasta el 50% de la superficie construida”.

Consciente de los cambios que están experimentando las ciudades, todos los proyectos tecnológicos desarrollados por esta empresa tienen un claro componente social: “en Thyssenkrupp Elevator –explica su Director General– movemos personas por medio de ascensores, escaleras mecánicas, pasarelas de embarque para aeropuertos y sistemas de accesibilidad para discapacitados. Hace 15 años empezamos a diseñar pasillos de aceleración para mover a más de 7.000 personas, por hora, de forma continua. En 2009 pusimos en marcha, en el aeropuerto de Toronto, el primer pasillo de aceleración del mundo y, posteriormente, han surgido otros proyectos muy innovadores que hemos desarrollado con la ayuda financiera del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)”.

Pasillo de aceleración ACCEL

El pasillo de aceleración ACCEL utiliza la tecnología empleada en el tren de levitación magnética transrapid que permite al usuario caminar a una velocidad media similar a la que alcanza un autobús en la ciudad.

Además, Thyssenkrupp Elevator también promueve la instalación de múltiples cabinas en un mismo hueco de un edificio, con un diseño muy versátil y adaptable a las necesidades de cada edificio.