



LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y SU INFLUENCIA
EN EL ÉXITO EMPRESARIAL

VOLUMEN 2



Oficina Española
de Patentes y Marcas

Oficina Española de Patentes y Marcas, O.A.

NIPO (online): 088-18-003-1

NIPO (en papel): 088-18-002-6

Depósito Legal: M-4438-2018

Impresión:

CYAN, Proyectos Editoriales, S.A.



Desde el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, estamos convencidos de que es imprescindible gestionar una estrategia industrial adecuada que sitúe el apoyo a la pequeña y mediana empresa y a la innovación como puntos claves en el desarrollo de una economía sólida y competitiva.

En el tiempo que llevo como Presidente de esta Oficina he ido constatando la relevancia que adquiere la correcta protección de los activos intangibles de todo aquel, particular o empresa, que se integre en un contexto emprendedor o creativo. No podemos desarrollar nuevos productos o procedimientos si no podemos obtener de ellos un beneficio que redunde en el bien de nuestra sociedad y en el avance tecnológico de la misma. El esfuerzo a realizar para identificar y diferenciar nuestros bienes de otros no tiene cabida en el contexto internacional si no pasa por la adecuada utilización de los derechos de Propiedad Industrial.

La correcta gestión de la Propiedad Industrial está íntimamente relacionada con un posicionamiento privilegiado en un mercado global cada vez más competitivo. Hay tres elementos determinantes para la competitividad empresarial: el volumen de ventas, el precio de venta y el coste de producción. Y la Propiedad Industrial está esencialmente vinculada con cada uno de ellos ya que las patentes, marcas y diseños representan un activo empresarial con un peso específico cada vez mayor en el valor que nuestras empresas poseen en el mercado.

Por eso es tan importante que la oficina, nuestra Oficina, sea un punto de referencia para todo aquel que desarrolla un proceso de innovación y requiera de un trabajo de calidad y competitivo a la hora de posicionar sus intangibles.

Valga este libro como ejemplo de colaboración público-privada, de hermanamiento y de pequeño homenaje al esfuerzo realizado por aquellas empresas, y especialmente las pymes, que cada día llevan sus avances tecnológicos y la imagen país a lo largo de todo el mundo.

Pablo García-Manzano
Presidente de la OEPM



En una sociedad como la actual basada en el conocimiento, es tarea de todos concienciar sobre la Propiedad Industrial como factor primordial para mejorar nuestra competitividad en el marco nacional e internacional y así poder estar posicionados en una situación privilegiada en el sistema económico.

De todos es sabido que una correcta gestión de la innovación implica en primer lugar la protección a través de los derechos de Propiedad Industrial (PI) mediante el registro de patente, diseño industrial o marca. Una vez obtenido el registro, el titular de los derechos puede utilizar el objeto de los mismos bien directamente o bien a través de licencias o cesiones de derecho, proporcionando al titular seguridad en cuanto a la exclusividad de uso frente a terceros. De esta manera, mediante una buena gestión, puede llegar a convertirse en el activo intangible más importante para la empresa.

Es precisamente esta gestión estratégica de la PI lo que hemos intentado reflejar en esta publicación, pretendiendo con la misma ponerle cara al esfuerzo que cada una de las empresas aquí reflejadas ha realizado para hacer de su innovación un triunfo más allá de nuestras fronteras. Su historia de éxito, y a veces de fracaso, ha permitido que su apuesta por la I+D+i suponga un avance indudable de la ciencia y el conocimiento cuyos beneficios, no sólo de carácter individual, redunden en la totalidad de la sociedad.

Como Directora General de la Oficina Española de Patentes y Marcas puedo decir que me siento orgullosa de nuestras empresas que, aún teniendo un panorama económico adverso, han sabido arriesgar y apostar por la inversión en la innovación pero no sólo como mera inversión sino con visión de futuro, donde la protección mediante PI ha jugado un papel crucial. Orgullo entendido como puerta que abre muchas posibilidades de hacer, valorar y establecer una política de actuaciones público-privadas basada en el compromiso de un trabajo eficaz y compartido. Y por supuesto, orgullo también de poder contar con un equipo que, mediante su esfuerzo y su excelente trabajo, ha hecho posible la materialización de este proyecto compartido.

Confío en que esta obra sirva para destruir muchos mitos, abrir muchas puertas y tender muchos puentes.

Patricia García-Escudero
Directora General de la OEPM

COLABORACIONES

Leopoldo Belda Soriano

Mónica Castilla Baylos

Mariluz Contreras Beramendi

Mercedes Cumbreño Galindo

María José de Concepción Sánchez

Almudena Fernández Pérez

Luis García Aparicio

David Herrera Alados

Pablo López Unceta

Javier Sánchez de Pablos

Luis Sanz Tejedor

Patricia Sarasola Rubio



E

O

I

D

N

CASOS DE ÉXITO



10 ANDREU WORLD



14 DESIGUAL



20 EL GANSO



24 FICOSA



28 GANDIABLASCO



32 GRUPO
PREMO



36 HIPERBARIC



42 INDESMED



48 LÉKUÉ



52 MR.
WONDERFUL



56 OWL



60 QUALITYFRY



64 ROLSER



68 SIMON



72 STINGBYE



76 TALGO



80 TELEVES



84 TITAN TRACKER



88 UNO DE 50



92 VISCOFAN



98 ZUMEX

ANDREU WORLD

Showroom & Main office
C/ Los Sauces, 7, Urb. Olimar
Chiva 46370 (Valencia)
www.andreuworl.com



Showroom de New York.

Inaugurado en 2012 y ubicado en el "New York Design Center" espacio de referencia mundial en el sector.

La inicial empresa Curvados Andreu, se convirtió en el Grupo Andreu World cuyo objetivo y apuesta se centró ya desde el principio en las exportaciones

ANDREU WORLD

EXCELENCIA EN EL DISEÑO

Andreu World, firma internacional de mobiliario de diseño contemporáneo y de vanguardia, tiene su origen en la idea e inquietud de su fundador y presidente, Francisco Andreu Martí quién, allá por el año 1955, decidió recoger el testigo y experiencia de su familia en el trabajo de la madera para convertir un pequeño taller de ebanistería en una empresa dedicada a la fabricación de piezas de madera, curvados, montaje y barnizado de sillas.

En los años 70 el diseño hizo su entrada en la empresa. Llegaron los diseñadores industriales y también los gráficos, para actualizar la identidad corporativa y la comunicación de la empresa. La inicial empresa Curvados Andreu, se convirtió en el Grupo Andreu World cuyo objetivo y apuesta se centró ya desde el principio en las



Nuez Chair, diseñada por Patricia Urquiola, distinguida con el “Red Dot Design Award 2018”



exportaciones. La vocación internacional de la compañía se refleja en el creciente porcentaje de las exportaciones, que actualmente llegan hasta el 80% de la producción global cubriendo los mercados de Europa, Estados Unidos, Asia Pacífico e India.

Actualmente el Grupo Andreu World reúne a un equipo de profesionales altamente cualificado entre los que se encuentra un elenco de diseñadores de prestigio internacional, dando empleo a más de 300 personas, a partir de una premisa muy clara: diseño y calidad.

Andreu World es a día de hoy una marca perfectamente reconocible en el marco internacional del mueble de diseño. La empresa aporta de forma constante a la mejora de la imagen internacional de los productos y servicios españoles.

Dos claros indicativos de ello son por un lado la organización del Concurso Internacional de Diseño Andreu World y por otro los galardones obtenidos: Premio Nacional de Diseño 2007, Compasso d’Oro, Silver Delta Award, The National Design Award, Wallpaper Award, ASI Design Index, Best of Neo Con Awards y Red Dot Design Award.

APUESTA 100% POR LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Andreu World mantiene desde hace años un compromiso constante en materia de I+D+i que le ha llevado a proteger la labor creativa e industrial de todas sus colecciones. Por ello, todas las colecciones de Andreu World están protegidas por registros de derechos de Propiedad Industrial e intelectual en todo el mundo.

PROTECCIÓN DE LA MARCA

La marca Andreu World está registrada a nivel internacional en más de 30 países que incluyen los países de la Unión Europea, Hong Kong, Australia, Singapur, Malasia, república de Corea, Japón, Taiwan, Estados Unidos de América, México, Argentina, Brasil, Suiza, China, Noruega y Rusia.

PROTECCIÓN DE DISEÑOS INDUSTRIALES

En Andreu World se es consciente de la importancia de acogerse a la protección jurídica del diseño industrial, por lo que se registran todos los diseños industriales. Con ello además de asegurar el derecho a la explotación exclusiva de los productos en todo el mundo; es la mejor forma de proteger el esfuerzo, la reputación industrial, comercial y profesional de las empresas, que como Andreu World, tienen la innovación y el diseño como una cuestión estratégica de crecimiento y posicionamiento.

Andreu World tiene una cartera de 152 expedientes de diseños registrados a nivel internacional y comunitario con un total de 2.650 variantes de diseño protegidas a nivel internacional.



Sofá Grand Raglan diseñado por Piergiorgio Cazzaniga

La sólida apuesta por la I+D, unida al desarrollo constante de nuevos diseños de asientos y mesas contemporáneos —tanto para hogar como para instalaciones— da como resultado que la compañía haya sido la empresa española del sector del hábitat y el mobiliario de diseño con mayor número de diseños industriales registrados en 2017. La marca internacional de mobiliario de diseño contemporáneo se situó también en el segundo puesto del ranking de compañías innovadoras con mayor protección intelectual de sus diseños durante 2017 según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI).

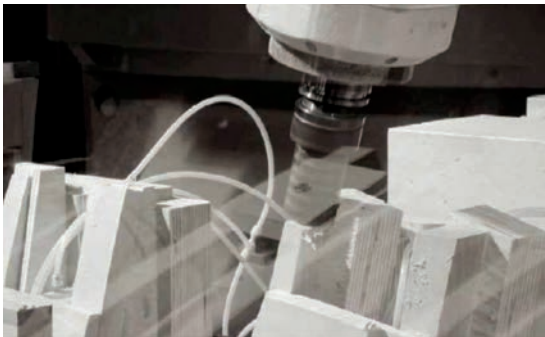
APORTACIONES TECNOLÓGICAS

El área de I+D de Andreu World está en continua investigación de mejoras tecnológicas aplicadas a sus productos que aportan valor a la marca en el marco internacional.

VIGILANCIA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Dentro de esta política de protección, Andreu World realiza un importante esfuerzo en la protección y vigilancia de sus diseños. Las acciones —llevadas a cabo tanto en España como en el extranjero— se han centrado en la denuncia de copias detectadas en algunos de los modelos más conocidos. El resultado de estas acciones ha permitido reforzar la protección y la originalidad del diseño y la retirada del mercado de las piezas infractoras.

De hecho, Andreu World es hasta hoy la única firma de diseño de mobiliario que integra el foro de marcas renombradas españolas, una iniciativa que reúne a las firmas nacionales líderes en implantación internacional con el objetivo de defender las marcas españolas en el extranjero, y que tiene como finalidad servir de motor del “Made in Spain”.



El área de I+D de Andreu World está en continua investigación de mejoras tecnológicas

DESIGUAL

Abasic, S.L. y DESIGUAL, S.L.U.
e INTS IT IS NOT THE SAME GmbH
Passeig Mare Nostrum, 15
08039 Barcelona
www.desigual.com



Nuestros diseños son diferentes y optimistas, inspirados en Barcelona, en el Mediterráneo, el sol, la luz y las ganas de vivir, porque en Desigual queremos vestir personas, no cuerpos. El nuestro es un universo de patchwork, texturas, motivos gráficos y handcraft

DESIGUAL

EL SUEÑO DE VESTIR A LAS PERSONAS DE UNA MANERA DIFERENTE SE CONVIRTIÓ EN REALIDAD

En 1984 Thomas Meyer imaginó un futuro en el que las personas pudieran vestirse de un modo diferente, con prendas que inspiraran emociones positivas y que estuvieran al alcance de todos. Es la esencia Desigual.

Nuestros diseños son diferentes y optimistas, inspirados en Barcelona, en el Mediterráneo, el sol, la luz y las ganas de vivir, porque en Desigual queremos vestir personas, no cuerpos. El nuestro es un universo de patchwork, texturas, motivos gráficos y handcraft.

Este universo lo plasmamos en nuestro modelo de negocio basado en nuestros diseños, nuestros valores y en nuestra capacidad de estar presentes en múltiples



Tenemos ocho categorías de producto: Woman, Man, Kids, Accesories, Shoes, Living, Sport y Beauty, que vendemos a través de 13 canales de distribución diferentes: retail, multimarca, department stores y digital, garantizando siempre una experiencia Desigual a nuestros clientes



geografías a través de múltiples canales y con gran diversidad de categorías de productos.

Nos caracteriza el “fun&profit” pues Desigual se ha construido sobre la idea de que goce y negocio no sólo son compatibles y complementarios; también son necesarios. Así, el equipo se forma a partir del trabajo diario, del aprendizaje conjunto y de las emociones compartidas. El trabajo y el goce han de estar unidos y así lo entendemos.

Tenemos ocho categorías de producto: Woman, Man, Kids, Accesories, Shoes, Living, Sport y Beauty, que vendemos a través de 13 canales de distribución diferentes: retail, multimarca, department stores y digital, garantizando siempre una experiencia Desigual a nuestros clientes.

Es por ello que, además de prendas, también ofrecemos emociones y con este objetivo nos movilizamos para que estar en contacto con nosotros sea siempre apasionante y diferente ya sea a través de nuestras novedosas campañas de marketing, nuestros desfiles en la New York Fashion Week, nuestra presencia en redes sociales, nuestro programa de fidelización o cualquier oportunidad que nos permita celebrar la autenticidad de todos los que nos siguen.

Nuestra actividad es una búsqueda constante para sorprender, estimular, emocionar y compartir nuestro universo. Con esta mentalidad trabajamos los más de 4.600 empleados en todo el mundo procedentes de más de 100 nacionalidades distintas.



**Actualmente el Grupo Desigual
tiene protegidas más de 450
marcas en más de 160 países**

Las oficinas centrales se encuentran en Barcelona, frente al mar. Además contamos con 2 centros logísticos situados cerca de las oficinas, fundamentales para que nuestras prendas lleguen a los casi 100 países en los que estamos presentes.

En 2016 vendimos casi 30 millones de prendas y facturamos 861 millones de euros.

JUSTIFICACIÓN: LA PROTECCIÓN MEDIANTE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Protegemos y defendemos nuestras marcas, entre ellas la marca insignia “Desigual”. Nuestro ADN es clave para nuestro negocio. Y nuestra identidad es mucho más que nuestro logo, son nuestros diseños, reconocidos y reconocibles por nuestros clientes. La marca “Desigual” expresa muy bien las características de nuestras prendas.



Diseño industrial español D0526671-16

La protección de las marcas Desigual data de 1986 cuando se protegió por primera vez la marca “Desigual” y el slogan “no es lo mismo” que ejemplificaban a la perfección ese universo diferente que nos caracteriza, para continuar con la famosa marca de los robots de Desigual que no dejó indiferente a nadie. Somos Atypical desde 1984. Atypical no es lo mismo: es nuestra vocación. Atypical es lo que nos sorprende porque rompe con lo típico: una filosofía para la vida.

Cada nueva colección de ropa Desigual viene inspirada en un slogan que año tras año va labrando la historia de Desigual y que registramos como marcas de la Unión Europea: magic stories, happy, smile is better, Wow, hand made, me&you, dream, rainbow, sex, fun & love, all together, la vida es chula!, Global traveller, Extraordinary,...

Actualmente el Grupo Desigual tiene protegidas más de 450 marcas en más de 160 países.



Diseño industrial español D0526707-23

Como apuntábamos, tan importante como las marcas son las prendas de vestir y colecciones de moda Desigual que destacan por su originalidad, colorido, patrones, tejidos novedosos, patchworks, etc. Patchwork es la técnica que nos caracteriza. Superponemos texturas, colores, telas y grafismos. Combinamos estampados, bordados y aplicaciones. Patchwork es también una actitud: siempre es mejor sumar que restar.

La originalidad de los diseños Desigual ha comportado que sean considerados como obras artísticas protegidas por derechos de propiedad intelectual. Reconocimiento que hemos conseguido en numerosas sentencias judiciales, sobre todo de los tribunales franceses, pero también en los españoles, italianos y holandeses.

Igualmente, el carácter singular de cada una de las prendas, accesorios y en general de todos los productos Desigual ha comportado que se protejan como diseños industriales ante la OEPM, pasando a registrar una media de unos 3.000 productos Desigual al año en diseños industriales durante las dos temporadas existentes en el mundo de la moda, esto es, Primavera Verano y Otoño Invierno.

EL GANSO

El Ganso - Grupo Acturus

Impresores, 14

Polígono Industrial Prado el Espino

28660 Boadilla del Monte (Madrid)

www.elganso.com



EL GANSO

PERSEGUIMOS CREAR ALGO NUEVO, ALGO PROPIO

Una alternativa divertida de estilo británico despreocupado para personas espontáneas pero elegantes con un estilo único

En 2004, dos hermanos de veinte años con espíritu emprendedor y mente inquieta fundaron una marca única en el corazón de Madrid. La idea era sencilla: producir la ropa que buscaban a un precio razonable. Bajo el nombre de El Ganso, crearon una alternativa divertida de estilo británico despreocupado para personas espontáneas pero elegantes con un estilo único.

En un viaje a Budapest, encontraron un modelo de zapatillas del ejército esloveno que les inspiró una nueva línea de calzado que cubrió las calles de Madrid de colores, geometrías y rayas. Rápidamente su gama de producto se amplió introduciendo prendas y accesorios.

Gracias a sus apariciones en diversos medios prestigiosos a nivel nacional e internacional, El Ganso es una marca reconocida internacionalmente



Así empezó todo, y su particular atención a los detalles se volvió un sello de identidad para quienes desde la sencillez buscan algo “más”.

LA MARCA Y EL DISEÑO

El look, clásico desenfadado, convertido en su mayor emblema, queda reflejado en la marca “El ganso” actualmente registrada como marca de la Unión Europea y en los siguientes países: Argentina, Bahréin, Brasil, Colombia, Egipto, Estados Unidos, Japón, Marruecos, México, Omán y Turquía,

La marca consigue transmitir al consumidor el optimismo de sus prendas, calzado y accesorios, así como un alto nivel de calidad y garantía, reduciendo así el riesgo inherente asociado a la compra y generando un plus de confianza.

La originalidad y fuerza de sus diseños son fácilmente reconocibles a través del cuidado en los detalles y materiales seleccionados, protegiendo aquellos más susceptibles de ser copiados como muestran sus treinta registros de diseños comunitarios.

Dentro de nuestra estrategia tiene mucha importancia la sostenibilidad, realizando campañas como “El ganso se suma al verde” en colaboración con Veraleza por la cual un porcentaje de las ventas en un periodo se destina a la reforestación de árboles en los bosques. También están planificadas colaboraciones relacionadas con las sostenibilidad con las empresas “Nacho Dean”, “Textil Santanderina” o Ecoembes.





Diseño comunitario EM 001920471-0001



EXPANSIÓN INTERNACIONAL

El Ganso ha crecido hasta alcanzar casi 200 puntos de venta en 10 países incluidos Chile, México, Kuwait, Portugal, Italia, Alemania, Bélgica, Francia y UK.

COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE MARCA

La web (www.elganso.com) y las redes sociales de El Ganso son las principales plataformas del plan de comunicación: transmiten los valores de la marca y las colecciones, mientras sirven de herramientas de marketing directo abriendo un canal de comunicación con el público objetivo.

Gracias a sus apariciones en diversos medios prestigiosos a nivel nacional e internacional, El Ganso es una marca reconocida internacionalmente.

El Ganso colabora activamente con *start-ups* en línea con su espíritu de emprendimiento. Por ejemplo, en colaboración con Factoría Cultural, se ha lanzado el primer programa de innovación para proyectos emergentes en la industria textil: "Granja de Gansos".

ASOCIACIONES CON OTRAS MARCAS (COBRANDING)

Desarrollamos acciones de cobranding para incrementar el alcance de la marca y crear venta. Además de aportarnos alcance nos relaciona con los valores de la marca colaboradora. Como ejemplos de colaboraciones con otras marcas podemos mencionar: Iberia Express, Auara, BQ, o Melboss.

FICOSA

FICOSA

P.I. Can Mitjans s/n

E08232 Viladecavalls (Barcelona)

Tel.: +34 93 700 85 00

www.ficosa.com

corporate@ficosa.com



Nuestro compromiso con la tecnología y la innovación nos ha llevado a ser pioneros en sistemas de seguridad, conectividad y eficiencia para la automoción, a través de la investigación, el desarrollo y la producción

FICOSA

COMMITTED TO INNOVATION. CONNECTED TO THE FUTURE

Ficosa es una compañía global dedicada a la creación de soluciones de visión, seguridad, eficiencia y conectividad de alto contenido tecnológico para la industria de la automoción y la movilidad, con vocación de contribuir a la sociedad a través de nuestro compromiso con la innovación tecnológica, los valores humanos y la eficiencia energética.

Nuestra compañía se fundó en 1949. Nuestra sede central está situada en Barcelona (España) y estamos presentes con centros productivos, centros de ingeniería y oficinas comerciales en 19 países en Europa, América del Norte y del Sur, África y Asia. Actualmente contamos con más de 10.500 trabajadores.

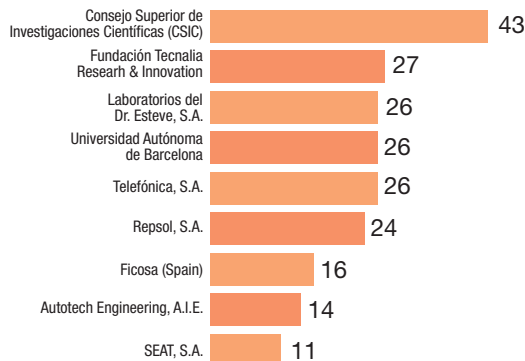


Actualmente, la compañía cuenta con cerca de 1.200 ingenieros a nivel global, de los cuales más de 750 trabajan en su sede de Viladecavalls, donde en 2017 se contrataron a 160 ingenieros. La compañía también ha doblado su inversión en I+D hasta destinar en la actualidad aproximadamente el 6,9% de su facturación.

SOCIOS GLOBALES CON PANASONIC

Desde 2015 Ficosa mantiene una alianza con Panasonic, que cuenta con una participación del 69% en la compañía, para acelerar el desarrollo de tecnologías clave para el futuro de la automoción en los campos de visión, conectividad, coche autónomo, la seguridad y e-movilidad. Además de impulsar el intercambio tecnológico y de producto, esta alianza responde a la voluntad de potenciar las sinergias regionales y a nivel de clientes, que aportan un extraordinario valor al negocio de ambas compañías.

TOP SPANISH EUROPEAN PATENT APPLICANTS 2017



Ficosa es una División de Negocio Global de AIS Automotive Business de Panasonic. De este modo, el centro de I+D de Ficosa en Viladecavalls es el centro tecnológico en sistemas de conectividad, e-movilidad y ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) para la alianza con Panasonic.

INNOVACIÓN Y PATENTES

Ficosa apuesta fuertemente por la innovación destinando anualmente el 6,9% de su cifra de negocio a I+D. Además, la compañía ha creado recientemente una nueva unidad de negocio, Onboard Ventures, destinada a dar soporte a start-ups en el desarrollo de sus proyectos para convertirlos en negocios relevantes.

PATENTES ACTIVAS POR DIFERENTES UNIDADES DE NEGOCIO

ADVANCED COMMUNICATIONS	30%
REAR VIEW SYSTEMS	29%
COMMAND & CONTROL	15%
UNDERHOOD SYSTEMS	8%
ADAS	7%
DOOR & SEAT SYSTEMS	6%
eMOBILITY	4%
COMMERCIAL VEHICLES	1%

Ficosa (las compañías que forman el grupo) presentó un total de 29 solicitudes de patente para nuevas invenciones en 2017, de las que 17 fueron solicitudes de patente europea y 16 de ellas eran de compañías de origen español (Fico Triad (8), Ficomirrors (3), Advance Automotive Antennas (3) y Ficosa ADAS (2)). Con estos números, Ficosa aparecería a nivel general como séptimo mayor solicitante de origen español por detrás de importantes compañías como el CSIC, Tecnalia, Laboratorios Dr. Esteve, la UAB y Telefónica, y a nivel del campo del transporte aparecería como primer solicitante de patentes europeas de origen español.

La compañía prevé incrementar en 2018 un 30% el número de patentes solicitadas respecto al año pasado y, en la actualidad, el grupo cuenta con un total de 677 patentes activas en su portfolio repartidas de tal forma por las diferentes unidades de negocio.

PRODUCTOS

El Grupo Ficosa comprende diferentes líneas de producto que quedan englobadas en las siguientes unidades de negocio:

<h4>REAR VIEW SYSTEMS</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Exterior Mirrors • Interior Mirrors 	<h4>UNDERHOOD SYSTEMS</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Washer Systems • Sensor Cleaning System 	<h4>ADVANCED COMMUNICATIONS</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Communication Modules • Integrated Antennas • Smart Connectivity Modules
<h4>COMMAND & CONTROL</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Shifter systems • Parking Brake Systems 	<h4>COMMERCIAL VEHICLES</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Exterior Mirrors • Interior Mirrors • Camera Monitoring Systems • Communication Modules 	<h4>eMOBILITY</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Battery Management Systems • On board charger
<h4>DOOR & SEAT SYSTEMS</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Comfort • Light Cables 	<h4>ADAS</h4>  <ul style="list-style-type: none"> • Cameras • Camera Monitoring Systems • Surround View System 	

GANDIABLASCO

C/ Músico Vert, 4
46870 Onteniente (Valencia)
Tel.: +34 654 35 23 63
www.gandiablasco.com



Colección de mobiliario de exterior DNA, diseño de José Gandía-Blasco para Gandiablasco

Sus colecciones de mobiliario de exterior sedujeron a personas de todo el mundo, al ofrecer estándares de calidad y diseño que no existían

GANDIABLASCO

MUCHO MÁS QUE UN MUEBLE...

La empresa familiar GANDIABLASCO es una empresa de diseño de muebles y creación de espacios exteriores que fue fundada por José Gandía Blasco en los años 40. Reinventada por su hijo José A. Gandía-Blasco, actual Presidente de la compañía, junto a su equipo dirigido por Sergio Pastor, Director General, cumple 77 años sin olvidar sus raíces: un largo viaje que partió de la industria textil valenciana en 1941, al diseño de muebles y espacios de exterior a mediados de los 90.

GANDIABLASCO ha crecido en los últimos años. Sus colecciones de mobiliario de exterior sedujeron a personas de todo el mundo, al ofrecer estándares de calidad y diseño que no existían. Actualmente, las tiendas y showrooms de la marca están



77 años después, 2 generaciones continúan en el equipo GANDIABLASCO, José y sus hijos Álvaro, Director Comercial y Vicepresidente de la empresa, y Alejandra, Subdirectora Creativa y de Comunicación, que siguen manteniendo la filosofía de la empresa intacta: Evolución, Modelo de negocio , Internacionalización

presentes en más de 90 países de los 5 continentes: Nueva York, Hong Kong, Madrid, Oporto, Los Ángeles, Barcelona, Miami...

77 años después, 2 generaciones continúan en el equipo GANDIABLASCO, José y sus hijos Álvaro, Director Comercial y Vicepresidente de la empresa, y Alejandra, Subdirectora Creativa y de Comunicación, que siguen manteniendo la filosofía de la empresa intacta: Evolución, Modelo de negocio e Internacionalización.

En los años 80, Jose A. Gandia-Blasco redefinió la estrategia empresarial y creativa de la compañía introduciendo el diseño y la innovación como hilo conductor. El estilo característico de GANDIABLASCO lo marcó su personalidad y sus raíces mediterráneas que, poco a poco, se convirtieron en el valor diferencial de la empresa. La tradición textil de la firma continuó con la creación de la marca GAN, bajo la dirección de Mapi Millet: la marca de diseño handmade de GANDIABLASCO que sigue creciendo en todo el mundo. El paso a la arquitectura fue la división de Espacios Exteriores, módulos y pérgolas en estrecha relación con la arquitectura contemporánea, que ampliaron el nicho de mercado.

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL COMO VALOR DIFERENCIAL EN EL MERCADO

GANDIABLASCO es una empresa de diseño, y como tal, ha apostado desde sus orígenes por el valor que la protección mediante la Propiedad Industrial les otorga ya que ese valor diferencial es esencial para mantener una posición de liderazgo en el mercado. En este proceso de liderazgo, es fundamental conservar y hacer valer frente a imitadores esos derechos que tienen sus marcas y diseños para hacerles ser diferentes. Ello queda avalado por los 109 diseños industriales en vigor con los que cuenta y las 34 marcas activas con las que se diferencian en el mercado.

GANDIABLASCO: EMPRESA DE ÉXITO RECONOCIDO Y PREMIADO

Desde que el diseño es el ADN de GANDIABLASCO y el valor añadido de la empresa, los estándares de calidad de sus colecciones han sido reconocidos con 36 premios y menciones entre los que cabe destacar: los premios BOY AWARDS en varias categorías, Premio FUERA DE SERIE DISEÑO E INNOVACIÓN, Premio ARCHIPRODUCTS DESIGN AWARDS, Premio ADCV ORO categoría Diseño Mobiliario Interior, Premio NYCxDDESIGN, Premio XIII Bienal española de Arquitectura y Urbanismo 2016 o el Premio Red Dot Design en 2016 entre otros muchos.

UNA EMPRESA ESPAÑOLA CON “PROYECTOS CONTRACT” POR TODO EL MUNDO

Los productos de la marca GANDIABLASCO están elaborados en empresas valencianas contribuyendo con ello a apoyar la economía local. La empresa la conforman jóvenes emprendedores, perseverantes, con convicción en su trabajo, que aportan lo fundamental para la consecución del éxito: la ilusión de un equipo que cree en un proyecto.

La geométrica elemental y arquitectónica de la primera colección de la empresa, trascendió fronteras por su capacidad de respuesta a cánones de atemporalidad y



Proyecto Contract de Gandiablasco en Hotel D-Maris Turquía



Diabla, la nueva marca de Gandiablasco

universalidad. Su diseño depurado, puramente arquitectónico, elaborado con perfilaría de aluminio combinada con polietileno, abrió nichos de mercado hasta entonces inexistentes, confirmando la expansión de la empresa en los 5 continentes.

De la costa del Mediterráneo a la Francia de la *bohème* europea, cruzando el Atlántico desde Asia hasta la neurálgica Nueva York, llegan a las casas y a los proyectos “contract” de miles de personas y culturas de todo el mundo.

Han sabido incidir en el diseño y conformación del mueble contract: mueble que está pensado para que tenga mayor durabilidad en el tiempo debido a su uso reiterado, como el destinado al sector hotelero, la hostelería, oficinas, o el que se encuentra en los parques de nuestras ciudades. Al igual que sus muebles de diseño outdoor, que visten hoteles y casas residenciales de cualquier lugar, entre los que destacan: el Hotel Ritz Carlton de Manama, el Hotel Mandarin Oriental de México, D-Hotel Maris en Turquía, Hotel Vidago Palace en Portugal, Aka Central Park en Nueva York... así como en instalaciones realizadas en los espacios exteriores de Aneda Airport en Tokio, BMW beach lounge en Bélgica y muchos más.

El diseño esencial de líneas arquitectónicas define la personalidad de las colecciones GANDIABLASCO. Más que muebles son productos frescos y elegantes, que se complementan entre sí para generar ambientes donde disfrutar del exterior al más puro estilo mediterráneo.

GRUPO PREMO

Severo Ochoa, 47
Parque Tecnológico de Andalucía
29590 Campanillas (Málaga)
Tel.: +34 951 231 320
Fax: +34 951 231 321
info@grupopremo.com
www.grupopremo.com



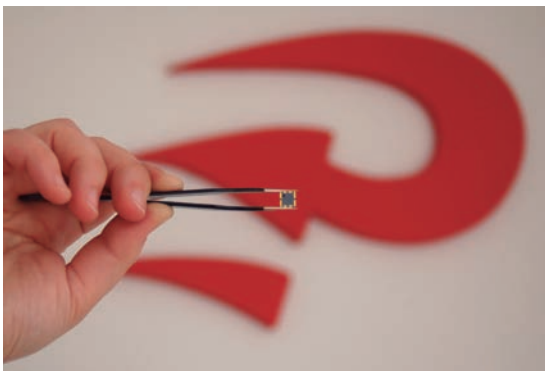
La empresa española
innovadora por
definición: siempre
adelantándose a los
tiempos

GRUPO PREMO

LÍDERES DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

PREMO es una empresa innovadora con base en Málaga cuya máxima es visualizar y afrontar lo que va a llegar al mundo de la tecnología del mañana: la robótica, las comunicaciones entre máquinas, el coche eléctrico, híbrido o autónomo, el internet de las cosas, la realidad virtual, la inteligencia artificial, el Big Data etc. Todo este tipo de tecnologías, que están transformando la economía y la sociedad, necesitan una enorme cantidad de sensores y de información conectada a Internet de manera inalámbrica

Es allí donde PREMO se adelanta a su competencia ofreciendo **soluciones tecnológicas basadas en el magnetismo** que puedan ser usadas en ese tipo de tecnologías. Una vez diseñadas estas soluciones tecnológicas, las



A día de hoy el GRUPO PREMO cuenta con una cuota de exportación que alcanza el 98%, estando presente en 57 países y siendo China su principal mercado de venta; Alemania y Estados Unidos el 2º y 3º respectivamente

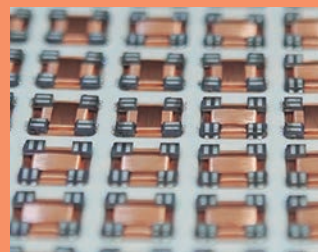
venden a las mayores compañías del mundo en cada campo o aquellas que son pioneras. Es por ello que las principales marcas internacionales de automóviles como Mercedes, Audi, BMW, Toyota, Tesla, Ford, Renault y un largo etcétera confían en las piezas elaboradas por esta empresa andaluza para muchos de sus modelos más innovadores. En el caso concreto de Tesla, PREMO es uno de los escasos proveedores de Europa con los que trabaja la compañía.

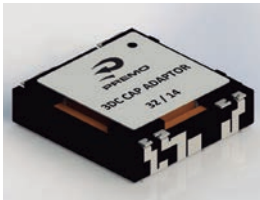
PREMO comienza su andadura en 1962 con el desarrollo y la fabricación de componentes inductivos y electrónicos para el sector de la radio y de la televisión, aplicando el magnetismo en una España que contaba con una situación de autarquía y donde la importación de la tecnología era muy complicada. La empresa fue creciendo exponencialmente en sus diferentes fases de desarrollo, reinventándose con cada una de las crisis existentes y con cada cambio tecnológico sufrido gracias a que siempre ha apostado por fomentar su faceta exportadora, uno de los pilares en el cual se fundó. A día de hoy el GRUPO PREMO cuenta con una **cuota de exportación que alcanza el 98%, estando presente en 57 países y siendo China su principal mercado de venta**; Alemania y Estados Unidos el 2º y 3º respectivamente.

Actualmente cuenta con más de 1.100 empleados trabajando por crear un mundo sensorizado conectado de manera inalámbrica a la red mediante una tecnología barata, para facilitar la accesibilidad a todo el mundo, con la máxima de utilizar una energía muy eficiente que no necesite baterías.

De los 47 millones de euros de facturación del GRUPO PREMO, más del 10% se invierte en I+D+i lo que se traduce en un equipo sobre el 8-9% del personal de la compañía (de unas 1.100 personas, 90-100 se dedican a la I+D+i desde el proceso hasta el producto). El jefe de innovación cuenta con un presupuesto de unos 3 millones de euros anuales para proyectos de I+D+i que lo gestiona junto con el ecosistema de Centros Tecnológicos Españoles, CSIC, Universidades Españolas etc.

Pero para que este sistema de negocio basado en la I+D+i sea rentable y revierta en valor para la empresa, PREMO lleva una política de **protección basada en la**





Los resultados tecnológicos de la estrategia de innovación se protegen por medio de patentes, siempre apostando por una unificada estrategia de marca y donde la expansión comercial es la clave del éxito

Propiedad Industrial donde los resultados tecnológicos de la estrategia de innovación se protegen por medio de patentes, siempre apostando por una unificada estrategia de marca y donde la expansión comercial es la clave del éxito. Todas estas estrategias están siempre alineadas y su gestión es indelegable fuera de la empresa. Es por ello que la innovación tecnológica de la empresa queda avalada por las más de **40 patentes**, tanto patentes europeas como patentes tramitadas vía PCT (Tratado de Cooperación de Patentes), como por la vigilancia tecnológica que realizan de sus activos intangibles.

Como puede comprobarse, PREMO está invirtiendo gran cantidad de recursos y esfuerzo en innovación, ya no sólo en tecnología de nuevos materiales y de nuevos procesos de fabricación sino en crear un verdadero **“sistema de gestión basado en la innovación”** donde todo el personal es participe de los desarrollos tecnológicos que la empresa genera; esto ha hecho que PREMO pase de ser una empresa originalmente industrial a ser una empresa cuyo centro es la innovación y la industria es una consecuencia.

Para poder desarrollar este sistema de gestión tan característico y fundamental para la empresa se ha creado un centro tecnológico de innovación en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) en Málaga que está conectado en red con el resto de centros de I+D que PREMO tiene en Barcelona, Corea, Francia y América. En Málaga está el equipo técnico que diseña, no sólo productos o componentes como hace la competencia, sino también las máquinas y los procesos que conforman dichos productos; es por ello que desde allí, desde Málaga, salen máquinas que viajan a las 3 fábricas ubicadas en Marruecos, China y Vietnam.

Este modelo de negocio les permite que de una idea, generada en cualquier equipo de ingeniería de la empresa, pueda salir un prototipo tan sólo en 24h por lo que cualquier cambio sugerido por el cliente se puede integrar en el proceso de creación y en pocas semanas, se tiene un producto final para producción masiva.

Uno de los productos estrella del GRUPO PREMO son las aplicaciones RFID (Radio Frequency IDentification), es decir, tecnología de identificación por radio frecuencia que tiene usos tan diversos como son el acceso inalámbrico a un aparcamiento, el forfait de las estaciones de ski o las tarjetas del autobús, y que en el sector de la automoción se utiliza para acceder al vehículo sin llave (KES, Keyless Entry System) y en la transmisión de la presión de los neumáticos al ordenador de a bordo (TPMS, Transmisión de presión de Neumático). Estas dos últimas herramientas fabricadas por PREMO tienen importantes cuotas de mercado llegando a fabricar alrededor de 150 millones de dispositivos, lo que hace que **uno de cada tres coches que se fabrican en el mundo lleve un componente PREMO.**

PREMO nació con espíritu visionario, abierto al mundo y con la máxima de mejorar nuestra realidad. **Se puede decir que con PREMO el futuro se hace PRESENTE.**

HIPERBARIC

Polígono Industrial Villalonquéjar
C/ Condado de Treviño, 6
09001 Burgos
Tel.: +34 947 473 874



La tecnología HPP, es un proceso físico, respetuoso con el medioambiente, que garantiza la seguridad alimentaria y consigue un aumento de la vida útil de los alimentos conservando las características del producto fresco

HIPERBARIC

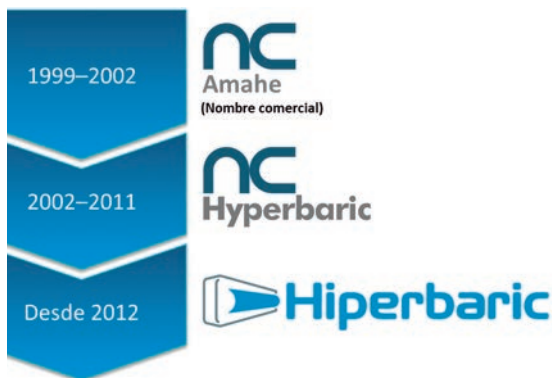
FIABILIDAD, SERVICIO E INNOVACIÓN

Hiperbaric es una empresa burgalesa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de equipos de procesado por altas presiones (*High Pressure Processing*, HPP) para el sector alimentario. Las actuales instalaciones fueron inauguradas en 2009, y es el único centro de producción de la empresa. Desde 2012 cuenta además con una oficina comercial en Miami y una delegación técnica en Nueva Zelanda, y pronto abrirá otra en Hong Kong, lo que le permite ofrecer una mejor cobertura comercial y de servicio postventa en todo el mundo.

La tecnología HPP, es un proceso físico, respetuoso con el medioambiente, que garantiza la seguridad alimentaria y consigue un aumento de la vida útil de los



Principales efectos y ventajas de la tecnología HPP.



Histórico de nombres comerciales y marcas registradas por la empresa Hiperbaric a lo largo de su trayectoria.

alimentos conservando las características del producto fresco. Representa una alternativa a los tratamientos tradicionales térmicos y/o químicos. Actualmente se utiliza para el procesamiento de todo tipo de productos alimenticios refrigerados: cárnicos, pescados y mariscos, vegetales, lácteos y zumos.

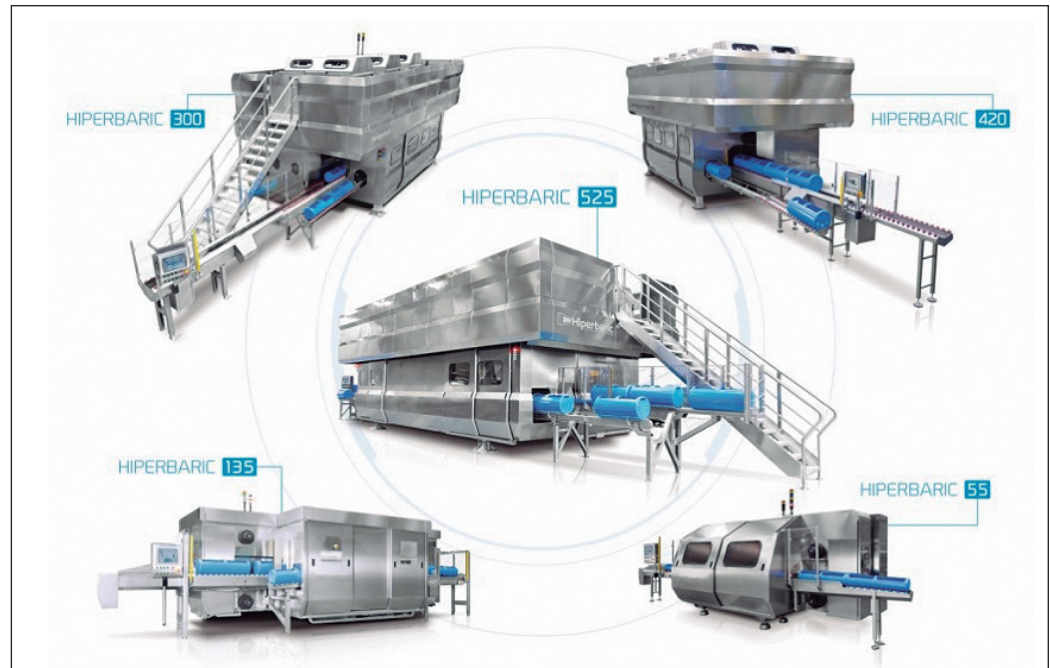
Hiperbaric ha instalado alrededor de 250 equipos en cerca de 40 países de los cinco continentes, exportando más del 90% de los equipos que produce.

Los estudios de mercado más recientes estiman que el mercado mundial de máquinas HPP crecerá en los próximos años a un ritmo medio del 15-17% anual, lo que permitiría a la empresa duplicar nuevamente su facturación e incrementar significativamente el tamaño de la plantilla en los próximos cinco años.

MARCA HIPERBARIC

Hiperbaric se constituyó en 1976 con la denominación social de Amahe, S.A., como un taller mecánico con medios convencionales. En 1999 pasó a pertenecer al Grupo Nicolás Correa, S.A., modificando su denominación social por NC Amahe, S.A (que se registró como nombre comercial). En ese momento la empresa hizo una gran apuesta por la diversificación de producto, iniciando un proyecto de investigación para el desarrollo de un equipo de procesamiento de alimentos por altas presiones. Proyecto exitoso, cofinanciado por ADE y CDTI, a raíz del cual comenzaron a fabricarse los que hoy se conocen como equipos HPP de Hiperbaric.

Gama actual de equipos HPP fabricados por Hiperbaric, S.A.

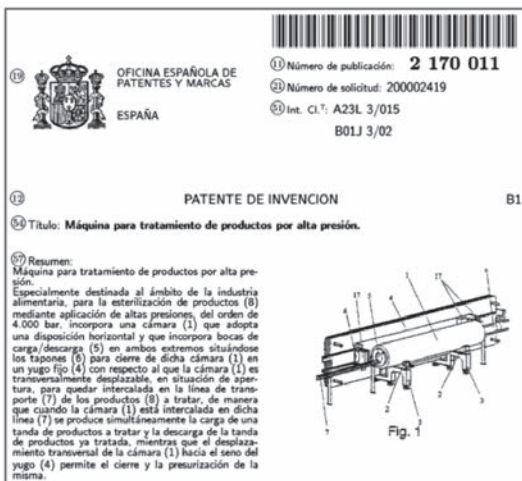


Desde la instalación del primer equipo en 2002 en Campofrío (Burgos), la empresa cambió su nombre por el de NC Hyperbaric, S.A., más acorde con el núcleo del negocio a partir de ese momento: la fabricación de equipos de altas presiones. Esta marca fue registrada a nivel nacional e internacional en 2004, coincidiendo con la obtención de la certificación “ASME VIII Division 3”, requisito necesario para fabricar equipos para Norte América, y la instalación del primer equipo en Canadá.

En 2006, tras un proceso de reestructuración del Grupo Nicolás Correa, NC Hyperbaric pasó a formar parte del Grupo Inmobiopres, saliendo del Grupo NC y posteriormente, en 2012, y tras dos años de crecimiento significativo de la facturación, se realizó el último cambio en la denominación social de la empresa: Hiperbaric, S.A. Ese mismo año se inauguró una oficina comercial en Miami (Estados Unidos).

A finales de 2017 la compañía se pone en venta aprovechando el alto valor adquirido en el mercado por esta industria. El proceso culmina en abril de 2018 con la adquisición de la empresa, valorada en 135 millones de euros, por parte de Andrés Hernando, actualmente Presidente y Consejero Delegado, contado con el respaldo mayoritario del fondo de inversión de origen español (Alantra) y la aportación minoritaria de otros fondos nacionales. Durante este proceso los activos intangibles de





Portada de dos de las patentes que Hiperbaric tiene concedidas.

Propiedad Industrial que posee Hiperbaric, como su marca internacionalmente reconocida, las diferentes patentes en vigor y solicitadas y los procesos industriales protegidos bajo secreto industrial, han sido reconocidos a la hora de valorar económicamente la empresa. De hecho, en esta nueva etapa Hiperbaric conservará su valiosa marca dado que es ampliamente reconocida en su sector de HPP.

PATENTES

En una empresa de base tecnológica como es Hiperbaric es necesario contar con una estrategia de Propiedad Industrial que permita por una parte obtener valor del conocimiento adquirido y de la tecnología desarrollada y por otra protegerlos (frente a su uso por terceros), para garantizar la explotación de los resultados con total seguridad.

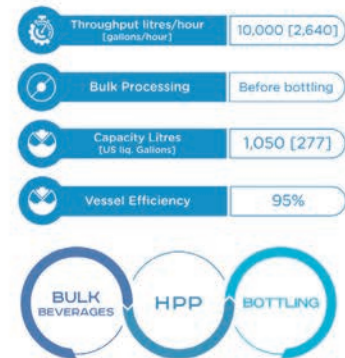
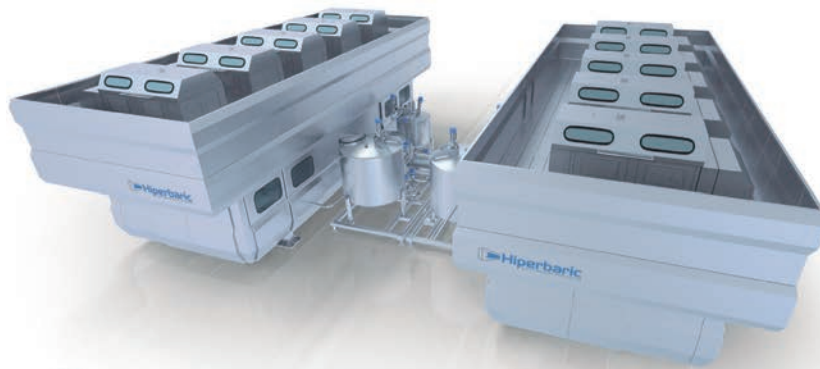
En el entorno de aplicaciones industriales en el que se encuentra la empresa, en ocasiones es recomendable proteger ciertos desarrollos mediante el secreto industrial. Así, la estrategia de la empresa consiste en evaluar para cada desarrollo tecnológico que se alcanza, la posibilidad de patentarlo o la conveniencia de mantenerlo bajo secreto industrial. Por ejemplo, algunas etapas de la fabricación de equipos son críticas y patentarlas supondría poner al alcance de otros fabricantes un conocimiento muy valioso, que es realmente un factor diferenciador de la tecnología de Hiperbaric frente a sus competidores. Este es el motivo por el que la empresa no posee ninguna patente de proceso, sino que se trabaja bajo secreto industrial.

Sin embargo, la empresa patenta todos aquellos desarrollos para los que no puede garantizarse el secreto industrial. En concreto Hiperbaric cuenta con dos familias de patentes, para algunas soluciones o partes de las máquinas que son visibles y que, por tanto, son susceptibles de ser reproducidas por terceros:

- Patente nacional: ES 2170011B1 – Máquina para el tratamiento de productos por alta presión.
- Patente PCT: WO2013107915A1 – Anillo de sellado para recipiente. Patente actualmente ya concedida en Europa (EP2806191B1), China (CN104024705B) y Estados Unidos (US9752680B2).

Dado el marcado carácter exportador de Hiperbaric, la estrategia está orientada a obtener protección no sólo en España sino en los países que constituyen mercados importantes para la empresa como EE.UU., Europa, Canadá o China, entre otros, en los que alguna de estas patentes se encuentra concedida.

Hiperbaric ha anunciado el lanzamiento de una innovación a nivel mundial, el equipo Hiperbaric 1050 Bulk, desarrollado en el marco del proyecto europeo BEVSTREAM, financiado a través de la línea SME Instrument – H2020. Se trata de un concepto totalmente nuevo de procesado por altas presiones de grandes

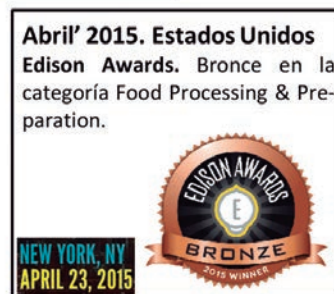


Innovación a nivel mundial para el procesado de líquidos a granel por alta presión o HPP (Hiperbaric 1050 Bulk).

Hiperbaric ha anunciado el lanzamiento de una innovación a nivel mundial, el equipo Hiperbaric 1050 Bulk

volúmenes de líquidos a granel (antes de su embotellado), de forma prácticamente continua, alcanzando una productividad de hasta 10.000 L/h.

Para este desarrollo se han realizado ya un estudio de libertad de operación y de patentabilidad y se han registrado dos solicitudes de patentes internacionales, que garantizarán su protección a nivel mundial. La importante inversión en actividades de I+D que realiza Hiperbaric anualmente, junto con las patentes concedidas que le permiten explotar en exclusiva los desarrollos alcanzados, han supuesto una importante ventaja competitiva para la empresa. Se trata de un activo que da valor a la empresa y es objeto de reconocimiento empresarial tanto a nivel de clientes o competidores, como a nivel de otras instituciones que pudieran interesarse por la actividad de la empresa. Es así mismo una herramienta comercial, como se desprende del hecho de que los derechos de Propiedad Industrial han permitido a Hiperbaric alcanzar acuerdos de transferencia tecnológica, licenciando sus propias patentes a cambio de obtener licencias de patentes externas de interés para la empresa.



RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

La trayectoria innovadora de la empresa ha sido reconocida internacionalmente desde que en 2008 recibiera el Institute of Food Technologists (IFT) Innovation Award por el desarrollo del equipo HPP más grande y productivo del mercado en aquel momento, el Hiperbaric 420 (equipo que fue diseñado en el marco de Futural, un proyecto CENIT). En 2015 Hiperbaric recibió el galardón de bronce en los Edison Awards, los premios más prestigiosos a nivel internacional en el campo de "la innovación tecnológica que cambia la vida de los usuarios", convirtiéndose así en la primera empresa española que ha obtenido este reconocimiento. A lo largo del mismo año la empresa recibió también el Premio Innovadores 2015 al mejor proyecto en Burgos (Organizado por Diario de Castilla y León El Mundo) y el premio CEPYME, a nivel nacional, en la categoría de Desarrollo Internacional.

INDESmed

Principal, 11
28815 Serracines (Madrid)
www.indesmed.com/es



INDESmed
Improving the Future

Sus principales áreas de desarrollo son los productos médicos para la rehabilitación y la salud

INDESmed: LA EMPRESA

IMPROVING THE FUTURE

INDESmed es una empresa 100% española, fundada en 2011 por Rafael Vidal y Miguel Capiello, dos ingenieros con experiencia en el sector médico.

INDESmed se ha especializado, a través de la ingeniería, en el desarrollo de nuevos y revolucionarios conceptos enfocados hacia el cuidado de la salud. Sus principales áreas de desarrollo son los productos médicos para la rehabilitación y la salud.

EL MODELO DE NEGOCIO

Para los fundadores de INDESmed, los pilares esenciales de su compañía son diseño, calidad, funcionalidad y bienestar del paciente, basándose en el uso de las últimas tecnologías disponibles.



La estética es el otro punto fuerte de esta compañía, que está logrando en poco tiempo posicionarse como líder en el mercado de las ayudas técnicas

Sus procesos se inician con el análisis de las necesidades del mercado al que deciden dirigirse, factor clave para el posterior diseño de los productos, donde ponen especial énfasis en la selección de materiales, generalmente utilizados en sectores diferentes del médico y adaptados a este campo como eje principal de su innovación.

La estética es el otro punto fuerte de esta compañía, que está logrando en poco tiempo posicionarse como líder en el mercado de las ayudas técnicas.

Una vez diseñado el producto y realizadas las pertinentes pruebas de funcionamiento y adaptabilidad, la fabricación, el ensamblado y el acabado final de sus productos, incluyendo los controles de calidad establecidos para asegurar el cumplimiento del producto con los requisitos establecidos, son realizados en instalaciones propias.

EL ORIGEN

El punto de partida de esta innovadora empresa fue una adversa experiencia sufrida por uno de los socios fundadores de INDESmed. Tras un largo tiempo dependiendo de muletas para moverse, Rafael detectó la necesidad de mejorar este tipo de apoyo. Comprobó que los modelos existentes en el mercado no cumplían con algunos de los requisitos principales para el usuario de muletas, especialmente para los que deben pasar largo tiempo utilizándolas.

En primer lugar, el uso prolongado de las muletas clásicas genera en el usuario tendinitis y dolores articulares debido a la forma en que se coloca la mano para agarrar la muleta. Por otro lado, el peso de las muletas, especialmente para personas mayores, supone una carga adicional considerable. Y por último, pero no por ello con menor importancia, el clásico aspecto gris de las muletas tiene un claro componente psicológico negativo.

Se plantearon así dos ejes de mejora:

- **Aspecto técnico:** dotar a las muletas de ergonomía y ligereza
- **Aspecto estético:** conseguir un diseño atractivo

Logrando estos dos propósitos se conseguiría, por un lado, mejorar la movilidad de los usuarios de muletas al rebajarles su peso y eliminarles los efectos secundarios en forma de dolores, y por otro, mejorar psicológicamente su dependencia de una ayuda técnica para caminar.

EL CAMINO

Sentadas las bases de lo que pretendían conseguir, estos dos ingenieros se dieron cuenta de que el punto central de la mejora del producto existente en el mercado,



pasaba por un cambio en el material junto con el rediseño de la estructura de la muleta.

Basándose en su experiencia anterior en el campo aeroespacial, pensaron que la fibra de carbono era el material más adecuado para su producto. Daría a la muleta la ligereza buscada sin restarle resistencia, una de las principales propiedades requeridas en este tipo de apoyo. Para redefinir la estructura necesitaron realizar simulaciones por elementos finitos, fabricación de prototipos, construcción de moldes, ensayos de caracterización y pruebas de carga.

EL RESULTADO: MULETAS ULTRALIGERAS

En 2012 el trabajo de estos ingenieros vio su fruto: unas muletas ultraligeras, resistentes y atractivas. Las muletas de INDESmed aúnan diseño y ergonomía: coloridas, ligeras y diseñadas para no causar tendinitis.

Fabricadas a partir de tubos de carbono que se confeccionan sobre moldes metálicos de aluminio, utilizan pre-impregnados de carbono y epoxi a alta temperatura, que son curados en autoclave.

Cada muleta es una sola pieza curva de sección oval, a lo largo de la cual se regula un asa que incorpora una correa para facilitar su sujeción. Tanto el mango como la abrazadera se pueden regular a lo largo de su curvatura. La empuñadura es acolchada y se puede ajustar al juego articular de la muñeca de cada persona.

A pesar de que sólo pesan 220 gramos, sus muletas de carbono están certificadas hasta 200 Kg de carga cada una, siendo esta característica, junto con el diseño ergonómico, el mayor valor añadido del producto.

AVANZANDO HACIA LA DIVERSIFICACION DE PRODUCTOS

Una vez comprobado el éxito comercial, tecnológico y, sobre todo, social, de su primer producto, Rafael y Miguel decidieron continuar por la senda de la innovación que habían iniciado.

Así, lanzaron al mercado muletas de aluminio y bastones de carbono, andadores y medias de compresión, destinados también a personas con problemas de movilidad o de circulación. Y todos ellos con la seña de identidad de INDESmed: diseño atractivo, calidad y ergonomía.

Los vistosos colores de los productos en aluminio (azul zen, morado Júpiter, naranja eléctrico y gris titanio) dan a la muleta y al bastón un aire elegante, atrevido o deportivo.





Bamboo SmarTec

En el campo de la ropa y complementos personales, INDESmed diseña y fabrica medias de compresión gradual con el tejido BAMBOO SmarTec®, tejido que destaca por su gran capacidad de absorción y evaporación de la humedad, estando especialmente indicado para uso deportivo y para el tratamiento y la prevención de las varices

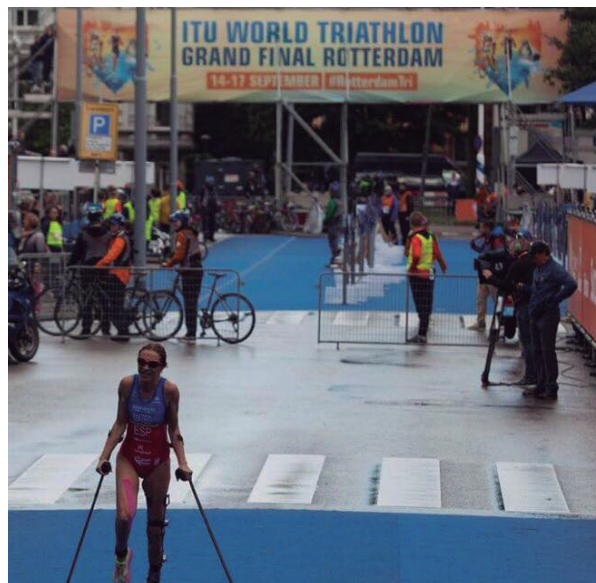
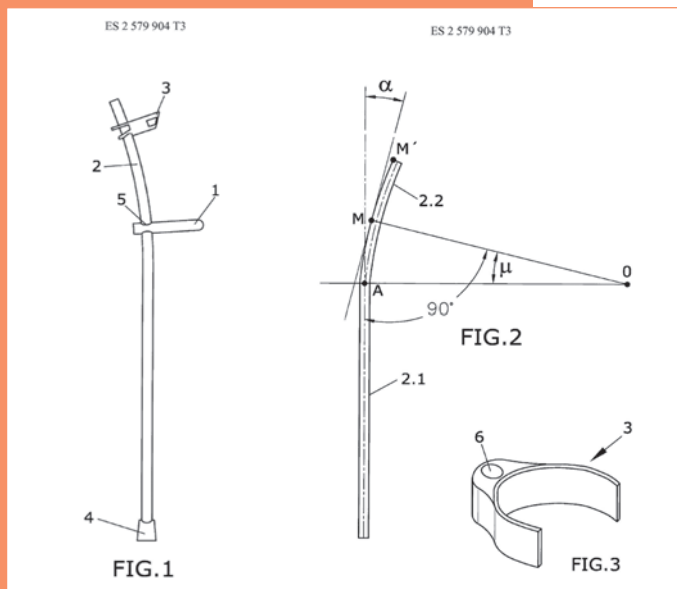
Inspirados en el éxito de las muletas, los bastones INDESmed están fabricados también con fibra de carbono, tienen un diseño ergonómico y un atractivo colorido.

Para quienes necesiten aún más apoyo, INDESmed ha diseñado sus andadores plegables, de aluminio anodizado de tipo aeronáutico: ligeros, fáciles de plegar, y permiten un agarre cómodo, manteniendo la posición natural de la muñecas para evitar dolores de mano, brazo o espalda. No se olvidan de dar color a estas piezas utilizadas fundamentalmente por personas mayores, alegrando así visualmente su día a día.

En el campo de la ropa y complementos personales, INDESmed diseña y fabrica medias de compresión gradual con el tejido BAMBOO SmarTec®, tejido que destaca por su gran capacidad de absorción y evaporación de la humedad, estando especialmente indicado para uso deportivo y para el tratamiento y la prevención de las varices.

INDESMED Y LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Conscientes de que la protección de la propiedad industrial es uno de los mayores valores intangibles de una compañía, desde el principio los fundadores de INDESmed optaron por solicitar los correspondientes títulos de protección tanto para sus marcas como para sus diseños y sus productos. En particular, las muletas INDESmed están protegidas por la patente europea EP2647361, validada en España (ES2579047T3), y por su diseño industrial (001968868-0001). En cuanto a las



marcas, actualmente están registradas INDESmed (M2946637) y BAMBOO Smartec (009361760).



RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

En su corta existencia, INDESmed cuenta ya con la participación y el reconocimiento internacional en numerosas ferias especializadas. Buen ejemplo de ello es que en 2017 ha sido finalista al Premio a la Innovación que concede Naidex, la mayor feria europea para la autonomía y la movilidad de personas con discapacidades. Pero el verdadero premio para esta empresa española y para sus fundadores, Miguel y Rafael, es saber que con su voluntad de innovación han conseguido mejorar la calidad, y la calidez, de vida de muchas personas que día a día se apoyan en sus productos.

LÉKUÉ

Lékué

C/ Barcelona, 16

08120 La Llagosta (Barcelona)

www.lekue.com

info@lekue.com



LÉKUÉ

FÁCIL, RÁPIDO Y SANO

En 2005 se conoce el nuevo posicionamiento de Lékué realmente reformador al implantar un cambio en la estrategia de la empresa

En 1980 nace Lékué en una pequeña localidad de los alrededores de la ciudad de Barcelona, en La Llagosta. Su origen se remonta a la fabricación de productos de caucho y, pese a que la innovación de éstos se percibía ya en el material, el color y las formas originales de cada uno de ellos, no es hasta el año 2005 cuando se conoce el nuevo posicionamiento de Lékué realmente reformador al implantar un cambio en la estrategia de la empresa.

En esta etapa Lékué se consolida ya como una marca de referencia en productos de cocina. Pero es con la introducción de la silicona platino en el sector, y con ella la llegada de los productos estrella de la marca como el Estuche de Vapor, cuando



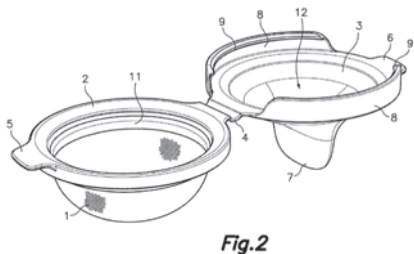
Patente JP2011255189A



Estuche de Vapor



Escalfador de huevos



Modelo de Utilidad ES1174958U

A lo largo de estos años ha desarrollado más de 200 nuevos productos en diferentes materiales y cuenta con un catálogo que cubre diversas categorías focalizadas en alimentación

la empresa se posiciona como pionera en el mercado y consigue un gran reconocimiento. Este material, la silicona platino, se presenta entonces de la mano de Lékué como una importante revolución: si hasta el momento se utilizaba en el sector de la sanidad y tenía uso tecnológico, sus ventajas iban a ser mayores en la cocina casera y profesional.

La apuesta por la innovación ha sido clave para el éxito del cambio estratégico y del proceso de internacionalización de Lékué. A lo largo de estos años ha desarrollado más de 200 nuevos productos en diferentes materiales y cuenta con un catálogo que cubre diversas categorías focalizadas en alimentación. Todos ellos llegan a más de 50 millones de personas en los más de 40 países de los 5 continentes en los que se distribuyen los productos de la marca.



Citrus Spray



Rice&Grain Cooker

Es por este motivo que la empresa se focaliza en la investigación y desarrollo de nuevas ideas y conceptos disruptivos; de ahí la importancia de proteger toda la inversión y esfuerzos que se deposita en ellos para evitar la apropiación u aprovechamiento por parte de terceros de los éxitos de la marca. El registro de sus diseños o patentes ofrece a Lékué la seguridad de estar protegidos, dejando constancia de que sus productos son genuinos y ellos, sus autores, tienen pleno derecho sobre ellos.

Por otra parte, la marca es la identidad que transmite sus valores, como son calidad e innovación, entre otros. Conseguir que los consumidores los asocien a Lékué ha sido un trabajo de muchos años y protegerla es también esencial, especialmente al tener exposición internacional, pues a su percepción van vinculados el prestigio y trayectoria de todo este recorrido.



Fig. 1

Patente USD731848S

Lékué

La marca es la identidad que transmite sus valores, como son calidad e innovación

MR. WONDERFUL

Avda. Diagonal 435, 4º - 1ª

08036 Barcelona

Tel.: +34 93 180 26 72

hola@mrwonderful.com

www.mrwonderful.com



Hola ¿qué tal?
Yo fenomenal
mr. wonderful*

Creamos productos bonitos que hablan de sentimientos y conectan a las personas con mensajes llenos de felicidad y optimismo. Reflejamos una forma de entender la vida, no sólo creamos productos

MR. WONDERFUL

ESTUDIO DE DISEÑO PARA GENTE NO ABURRIDA.

Mr. Wonderful nace como un estudio de diseño gráfico no aburrido que diariamente lanza mensajes positivos y frases *buenrolleras* a través de sus redes sociales (RRSS).

El éxito de estos mensajes y diseños hizo que rápidamente tuviéramos repercusión en la red y fuéramos ampliando el catálogo de productos con nuestros diseños, así como el número de seguidores de nuestras RRSS.

Creamos productos bonitos que hablan de sentimientos y conectan a las personas con mensajes llenos de felicidad y optimismo. Reflejamos una forma de entender la vida, no sólo creamos productos.



ORIGEN DE LA EMPRESA: HISTORIA

Todo surge en 2011 con la boda de Angi y Javi, los fundadores de la empresa. Buscaban un estudio que diseñara sus invitaciones de boda de una forma original pero enseguida se dieron cuenta de que no había oferta en España para este tipo de producto. Detectaron un nicho de mercado por cubrir y se decidieron a lanzar su propia web de invitaciones de boda personalizadas.

Inicialmente la orientación del proyecto era la personalización, que cada cliente contara con un proyecto hecho a medida que reflejara su historia de forma única. Esto implicaba una dedicación muy intensa, una cantidad de horas elevada y un trabajo coordinado con el cliente. El proyecto empezó a evolucionar a buen ritmo y los clientes iban llegando. Como no había presupuesto para invertir en publicidad utilizábamos las redes sociales, sobre todo Facebook y el blog muymolon.com para mostrar los trabajos que hacíamos. Así fuimos creando nuestra comunidad de seguidores que crecía día tras día.

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA: EVOLUCIÓN, MODELO DE NEGOCIO, INTERNACIONALIZACIÓN, ...

La evolución de la empresa pasó por la creación de una web de venta *online* www.mrwonderful.com. Nacimos como una web que tenía la intención de poner al alcance de los clientes una selección de productos que casaran con nuestro estilo.

Fuimos pioneros en realizar productos capaces de expresar sentimientos y generar emociones. Cada vez que planteamos un producto nuevo lo primero que se trabaja es el mensaje que debe llevar en función de la intención que tiene ese producto.

A los pocos meses de iniciar la venta *online* son las propias tiendas físicas las que se ponen en contacto con nosotros para estudiar la posibilidad de vender nuestros productos en sus tiendas. Empezaba la distribución a pequeña escala. Medio año más tarde, nos contacta nuestro primer gran cliente.

En España contamos con unos 1.200 puntos de venta. A nivel internacional tenemos una presencia fuerte en Francia e Italia donde contamos a día de hoy con más de 300 puntos de venta en cada país, en Portugal y Bélgica tenemos más de 100 puntos de venta. Tenemos presencia física de una manera más discreta hasta en 20 países más entre los cuales empiezan a despuntar países latinoamericanos como Chile, Colombia, México, República Dominicana, Costa Rica, o Perú.

PROTECCIÓN DE MARCA

En Mr. Wonderful se genera un volumen diario muy alto de contenido creativo. El 100% de los intangibles de Propiedad Industrial/Intelectual pasan por un sistema de registro antes de que el material se haga accesible al público.



La evolución de la empresa pasó por la creación de una web de venta *online* www.mrwonderful.com



Estos métodos de registro varían en función del tipo de interés y objeto de la creación. Mr. Wonderful hace uso de las diferentes herramientas de protección de Propiedad Industrial e intelectual en las diferentes jurisdicciones. Entre otros, Mr. Wonderful es titular de:

- Marcas registradas a nivel internacional que incluyen todos los países de la Unión Europea, México, Colombia y Perú.
- Diseños, con más de 550 diseños industriales registrados en la OEPM.
- Nombres de Dominio (marca en internet).
- Otros Derechos de Autor (fotografía, material contractual, bases de datos, páginas web, artículos literarios, entre otros).

Mr. Wonderful mantiene una estrategia activa de registro y protección de marcas, diseños y derechos de autor con el fin de ampliar su portafolio de activos de Propiedad Industrial e Intelectual en armonía con su estrategia de expansión comercial *worldwide*.

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA/FALSIFICACIÓN

La persecución de las infracciones se ha convertido en una lucha incesante y compleja, especialmente en el actual sistema comercial basado en las nuevas tecnologías e internet. A mayor éxito y proyección de la marca, mayor es la proliferación de las infracciones en cualquier parte del mundo. Sin embargo, esta lucha es necesaria tanto para la marca y su posicionamiento en el mercado como para la protección del consumidor y la defensa de la competencia.

El sistema de persecución de la infracción se determina *case-by-case*, teniendo en consideración una serie de criterios, como, por ejemplo, la valoración de la infracción, determinación del objeto y alcance o el canal de la infracción; tomando las medidas legales y extra-judiciales más adecuadas según la relación menor coste-mayor eficacia.

Mr. Wonderful mantiene una política estricta de persecución de copias y falsificaciones así como de defensa del resto de derechos, vigilando y monitorizando infractores y competidores, y estudiando las nuevas herramientas tecnológicas que ofrece el mercado para reducir dichas infracciones y con ello, el impacto económico y de reputación en nuestra marca.



ONE WAY LIVER

ONE WAY LIVER, S. L.

Parque Tecnológico de Bizkaia

Edificio 502 - Planta 0

48160 Derio (Bizkaia)

www.owlmetabolomics.com

comunicacion@owlmetabolomics.com



ONE WAY LIVER

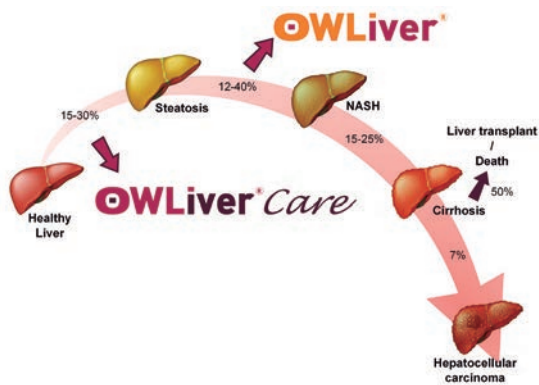
UN MUNDO DIFERENTE PARA LAS ENFERMEDADES HEPÁTICAS

Empresa biotecnológica fundada en 2002 fruto del conocimiento y desarrollos científicos del Dr. José M. Mato, investigador de relevancia internacional en enfermedades hepáticas

UNA HISTORIA DE ÉXITO

ONE WAY LIVER S.L. (OWL) es una empresa biotecnológica fundada en 2002 fruto del conocimiento y desarrollos científicos del Dr. José M Mato, investigador de relevancia internacional en enfermedades hepáticas, con más 30 años de experiencia en la investigación básica de la enfermedad de hígado graso no alcohólico.

OWL ha adoptado un modelo combinado de desarrollo de productos de diagnóstico y un servicio especializado a terceros mediante su plataforma de metabolómica. Estas dos líneas de negocio, derivan del conocimiento y la experiencia de OWL en los campos de la metabolómica y las enfermedades hepáticas



owl

OWLiver®

OWL se encuentra excelentemente posicionada en la industria, no solo como la solución de referencia para el diagnóstico de Non-Alcoholic Fatty Liver Disease (NAFLD), sino como una de las empresas tecnológicas más relevantes en el ámbito de las patologías hepáticas y la metabólica

La compañía está instalada en el Parque Tecnológico de Bizkaia desde 2004, y cuenta con instalaciones técnicas, laboratorios y oficinas, dando trabajo a un equipo humano de 23 personas.

La empresa ha superado importantes retos científicos y tecnológicos, hasta desarrollar con éxito dos test no invasivos basados en un perfil metabólico del suero de los pacientes para el diagnóstico de la enfermedad de hígado graso (esteatosis y esteatohepatitis), lo que supone una innovación rupturista con respecto a las actuales técnicas de diagnóstico. El éxito de este desarrollo ha significado el inicio de la comercialización de los tests OWLiver Care y OWLiver a escala nacional dentro del sistema de salud público del País Vasco (Osakidetza) y en diferentes centros y hospitales de ámbito nacional. Internacionalmente, se han firmado acuerdos de licencia/distribución en México como paso previo de nuestro proyecto de comercialización del test OWLiver en Estados Unidos.

OWL se encuentra excelentemente posicionada en la industria, no solo como la solución de referencia para el diagnóstico de Non-Alcoholic Fatty Liver Disease (NAFLD), sino como una de las empresas tecnológicas más relevantes en el ámbito de las patologías hepáticas y la metabólica.

La composición accionarial de OWL es diversa, con fondos de capital riesgo especializados en biotecnología como Cross Road Biotech, inversores industriales privados tanto nacionales como internacionales, inversores privados particulares, dos fundaciones de investigación sin ánimo de lucro y dos sociedades de capital riesgo públicas.

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: PIEZA CLAVE PARA SU NEGOCIO

La compañía cuenta con una sólida protección sostenida por su cartera de patentes, que han sido registradas en los mercados clave para su negocio:

- “Method for the Diagnosis of NASH using metabolic profiles”: Concedida en USA. Número de Publicación Internacional WO2010/018165A1
- “Method for the Diagnosis of Non-Alcoholic Steatohepatitis based on a Metabolic Profile”: Concedida en Europa, USA y Canadá. Número de Publicación Internacional WO2011/036117.
- “Metabolic signature of diagnosis and disease progression in non-alcoholic fatty liver disease” bajo examen en USA. Número de Publicación Internacional WO/2017/055397.
- “Diagnostic Methods based on Lipid Profiles”. En Fase Internacional (PCT). Número de Publicación Internacional WO2018/007422.
- “Identification of Human Non-Alcoholic Fatty Liver Disease (NAFLD) Subtypes” En Fase Internacional (PCT). Número de Publicación Internacional WO2018/007511.

Asimismo, la empresa posee las marcas Hepatomics, Owliver®, OwliverCare®.

En la actualidad, la empresa está aprovechando el aprendizaje en metabolómica adquirido en enfermedades hepáticas para su uso en otras patologías, tanto para diagnóstico como para el pronóstico, dentro del marco de la llamada medicina personalizada



EL FUTURO PASA POR LA MEDICINA PERSONALIZADA

La primera enfermedad abordada ha sido la enfermedad de hígado graso, término que engloba a la esteatosis y la esteohepatitis no alcohólica (EHNA). Estas enfermedades no disponen hasta el momento de un sistema de diagnóstico seguro diferente a la biopsia y una vez diagnosticadas tampoco tienen tratamiento efectivo que pueda revertir la enfermedad. La detección rápida y temprana del hígado graso es importante para prevenir la progresión de la enfermedad, OWL ha desarrollado OWLiver Care® y OWLiver®, para la determinación del hígado graso y para el diagnóstico de EHNA o NASH por sus siglas en inglés, respectivamente.

Estos test usan técnicas de laboratorio altamente sensibles para determinar el estadio de la enfermedad que ha alcanzado el paciente. De este modo, se puede realizar un análisis temprano y no invasivo, mediante un test de sangre, con las evidentes ventajas que ello conlleva para el paciente.

En cartera tiene tres nuevos test en desarrollo, también en el campo de las enfermedades hepáticas.

En la actualidad, la empresa está aprovechando el aprendizaje en metabolómica adquirido en enfermedades hepáticas para su uso en otras patologías, tanto para diagnóstico como para el pronóstico, dentro del marco de la llamada medicina personalizada.

Además del desarrollo de productos de diagnóstico in vitro anteriormente mencionado, la empresa ofrece también un servicio especializado de metabolómica a terceros, compañías farmacéuticas o biotecnológicas y centros de investigación, en áreas tales como estudios de toxicidad/eficacia para nuevos medicamentos, identificación de biomarcadores y diagnóstico, etc.

OWL AL SERVICIO DE LA I+D

OWL participa regularmente en proyectos I + D y validaciones clínicas en colaboración con centros de investigación, universidades, hospitales y empresas internacionales relacionadas con la identificación de biomarcadores relacionados con enfermedades humanas con el fin de desarrollar nuevos métodos de diagnóstico y terapias específicas, el desarrollo de tecnologías para el diagnóstico y pronóstico de enfermedades complejas, o la identificación de perfiles metabólicos en la investigación de nuevos fármacos.

Finalmente, destacar que OWL colabora con un importante y destacado grupo de organismos, instituciones y empresas farmacéuticas y biotecnológicas entre las que destacan CIC bioGUNE, ASEBIO, la Universidad del País Vasco, CIBERehd, el Centro de Investigación Médica Aplicada de la Universidad de Navarra (CIMA), y numerosos hospitales y departamentos de salud de todo el ámbito nacional como, Osakidetza, el Hospital Clínic de Barcelona, el Hospital General Universitario Gregorio Marañón, o el Hospital Universitario Marqués de Valdecilla, entre otros.

QUALITYFRY

Avda. Arroyo del Santo, 4 y 6 - Planta -1 Izq.

28042 Madrid

Tel.: +34 913 75 95 67

www.qualityfry.com



Qualityfry, es una empresa innovadora española de reciente creación y pionera en la fabricación de freidoras sin humos, sin olores y sin mezcla de sabores

QUALITYFRY

**LA REVOLUCIÓN DE LA FRITURA.
SIN HUMOS, SIN OLORES. SIN MEZCLA DE SABORES**

El sector de la hostelería representa uno de los más importantes en la economía de nuestro país. Se estima que el 8% de la población activa trabaja en él, suponiendo el 7,8% de nuestro PIB. Dentro de esta industria encontramos QUALITYFRY, una empresa innovadora española de reciente creación y pionera en la fabricación de freidoras sin humos, sin olores y sin mezcla de sabores.

EL ORIGEN

En 2012, un grupo de inversores españoles, decidieron apostar por el desarrollo de una tecnología innovadora para el sector de la hostelería, fundando en 2013 QUALITYFRY.



QUALITYFRY dio lugar a la fabricación de la que hoy conocemos como Fast Chef Elite, la primera freidora del mercado que no emite humos, ni olores y fríe en el mismo aceite sin mezclar los sabores.

LA EVOLUCIÓN

Desde que la sociedad comenzara en 2013 a comercializar la máquina hasta la actualidad, se ha llevado a cabo una expansión comercial de forma que ya venden en países como Francia, Noruega y Australia y que va de la mano de grandes grupos de restauración como Más Q Menos, La Sureña o Taberna Volapié.

Esta expansión comercial queda avalada por el Sello de Excelencia que la Comisión Europea concedió en 2015 a QUALITYFRY por su freidora automática, reconociendo la innovación dentro del sector foodservice incluido en el Programa Marco de Investigación e Innovación Horizonte 2020.

INNOVACIÓN BASADA EN LA PROTECCIÓN MEDIANTE PATENTE

QUALITYFRY es la referencia mundial en el diseño, fabricación y distribución de tecnología de fritura automática para el sector de la Hostelería (HoReCa).

El camino hacia una cocina eficiente y la incorporación de las nuevas tecnologías son cada vez más importantes en el sector de la restauración, siendo pioneros en el sector con proyectos para el ahorro energético y la seguridad del operario a través del sistema “Built In” de extracción de humos, el cual no precisa salida de humos ni emite olores.

El desarrollo de su propia tecnología y la adecuada protección de la misma han sido los elementos claves que han posibilitado su posición de liderazgo mundial. La empresa ha protegido mediante patentes tanto la freidora sin humos como una máquina de *vending*.

El 9 de abril de 2013 presentaban las solicitudes de patentes españolas para proteger:

- la freidora automática (comercializada bajo el nombre Fast Chef Elite) y
- la máquina expendedora de productos fritos.

Un año más tarde, el 9 de abril de 2014 presentaron las solicitudes internacionales PCT, procedimiento administrado por la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) que facilita la presentación de solicitudes de patente en gran parte de los estados del mundo y que resultan fundamentales para la expansión de los productos por todo el mundo.

En el caso de la patente de la freidora además se está expandiendo como patente europea (EP2985533) y en el caso de la máquina de *vending*, se ha optado por protegerla en Japón (JP3203982U).



El camino hacia una cocina eficiente y la incorporación de las nuevas tecnologías son cada vez más importantes en el sector de la restauración, siendo pioneros en el sector con proyectos para el ahorro energético y la seguridad del operario a través del sistema “Built In” de extracción de humos, el cual no precisa salida de humos ni emite olores

LA INTERNACIONALIZACIÓN

Además de la expansión comercial de la que hablábamos, en países como Francia, Inglaterra y Australia, QUALITYFRY ha dado inicio también a su reto en LATAM.

Su presencia en ferias internacionales es una de las maneras con las que Qualityfry logra darse a conocer y ofrece su tecnología a diferentes grupos de restauración y franquicias. Entre las últimas ferias en 2018 se tuvo presencia en HOSTELCO, el salón líder de España en Equipamiento para la restauración, hotelería y colectividades y en la 32ª edición de Salón de Gourmets, el mayor evento dedicado a los productos “delicatessen” de Europa.

A nivel internacional, también estuvieron presentes en ferias como Hotelympia, el evento de hostelería y restauración líder en el mercado de Reino Unido, donde su tecnología fue reconocida como finalista a “Mejor Innovación Tecnológica”, en los World Food Innovation Awards 2018 de entre una amplia gama de empresas de todo el mundo.

LAS CLAVES DEL ÉXITO EMPRESARIAL

QUALITYFRY posee una tecnología propia que ha dado lugar a un producto único en el mercado, que ofrece una cocina ecofriendly funcionando en una doble dirección: la no emisión de humos (ni olores hasta en un 99,95%) que reduce la huella ecológica durante el procesamiento de los alimentos, y además, consigue platos de fritura que mantienen el valor nutritivo de los mismos.

De acuerdo a los últimos controles realizados por empresas externas acreditadas (ENAC), el uso de esta tecnología permite acortar los tiempos de fritura en un 27% y reducir el consumo de aceite en un 37%, lo que supone no sólo una mejora en el rendimiento del producto sino un menor contenido de grasa absorbida por el alimento, obteniendo una fritura más sana y de mayor calidad. Además, se certifican ahorros de un 24% en el coste eléctrico de operación con respecto a los equipos tradicionales de fritura. Dichas características encajan a la perfección en el momento en el que nos encontramos, donde se aboga cada vez más por una alimentación sana pero a la vez de preparación rápida. Eso, unido al desarrollo de una tecnología propia protegida mediante patente y al Sello de Excelencia Horizonte 2020 concedido por la Comisión Europea, le están permitiendo triunfar mundialmente.

Las propiedades de la freidora Fast Chef Elite, se ajustan a un mercado cada vez más competitivo y exigente en la búsqueda de nuevas fórmulas para hacer negocios, demostrando que es posible freír de forma sostenible y con alta rentabilidad pudiéndose integrar en diferentes tipos de negocios como son los locales de comida rápida, puntos de venta de calle, estaciones y aeropuertos, catering, foodtrucks, quioscos...

ROLSER

ROLSER, S.A.

Pol. Ind. Les Galgues

Calle Metalúrgia, 6

03750 Pedreguer (Alicante)

Tel.: +34 965 760 700

www.rolser.com



Actualmente Rolser cuenta con unas instalaciones de 21.000 metros cuadrados en una única planta, donde se fabrican todos sus productos, Carros, Escaleras y Centros de Planchado

ROLSER, S.A.

REINVENTARSE. CRECER. EVOLUCIONAR. LLEGAR AL OBJETIVO Y, UNA VEZ CONSEGUIDO, VOLVER A EMPEZAR

EL ORIGEN

En Pedreguer, el año 1966, empieza a caminar una empresa de bolsas de mano y capazos de palma, que lleva el nombre de uno de sus fundadores, Vicente Server Ferrer.

La fábrica Vicente Server Ferrer evoluciona hacia la actual ROLSER cuando los capazos que se gestan pasan a ser carros de compra. Ya fabricaban las bolsas de tela, solo se trataba de añadir un chasis y las ruedas. En el año 1978 se constituye la sociedad anónima con la denominación ROLSER, S.A.



Familia Server

Los proyectos tienen como finalidad y objetivo, no solo la diversificación de productos, sino también el dar un giro estratégico al sector, lanzando nuevos productos de alto valor añadido

LA EVOLUCIÓN

Actualmente Rolser cuenta con unas instalaciones de 21.000 metros cuadrados en una única planta, donde se fabrican todos sus productos, Carros, Escaleras y Centros de Planchado, utilizando siempre la maquinaria más moderna y automatizada, adaptada a los nuevos requerimientos del mercado.

Desde el primer momento esta empresa ha crecido y se ha desarrollado con la misma **estrategia basada en la innovación**, buscando siempre la mejor calidad y desarrollando su propia maquinaria para hacer más competitiva su producción. Esta es la filosofía, promovida por el presidente, Joan Server.

Su auto exigencia les obliga a no detenerse, a innovar y mejorar en pro de la eficiencia. Porque creen en una nueva forma de ser. En *Reinventarse. Crecer. Evolucionar. Llegar al objetivo y, una vez conseguido, volver a empezar.*

INTERNACIONALIZACION

La primera experiencia de Rolser con el exterior fue en 1983, pero no es hasta el 2004 cuando realmente se apuesta por la exportación e internacionalización de la empresa.

Los países en los que actualmente Rolser está bien posicionada son:

Francia, Alemania, Austria, Holanda, Polonia, Portugal Bélgica, Bulgaria, Reino Unido Japón, Argentina, Eslovaquia, Eslovenia, Dinamarca, Italia, Malta, Andorra, Australia, Suiza, Rusia, Ucrania, USA, Canadá, Brasil, Chile, México, Panamá, Argelia, Marruecos, Emiratos Árabes, China, Corea, Israel, Singapur, etc. Anualmente, la empresa asiste a las ferias más importantes del sector: Ambiente de Frankfurt, NY NOW New York, International Home And Housewares Show en Chicago, Homi Milan y Maison&Object en Paris.

LA INNOVACIÓN. EL PAPEL DE LA I+D+I

La I+D+I es uno de los principales motores de la empresa. La filosofía que mueve a ROLSER es la apuesta por el diseño y desarrollo de nuevos productos que crecen y evolucionan al ritmo de las necesidades del mercado.

Los proyectos tienen como finalidad y objetivo, no solo la diversificación de productos, sino también el dar un giro estratégico al sector, lanzando nuevos productos de alto valor añadido. ROLSER posee varias certificaciones que avalan tanto la gestión como productos que fabrica.

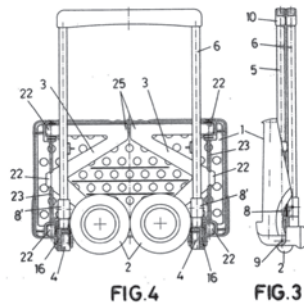


PROPIEDAD INDUSTRIAL

Desde el inicio, **en Rolser se ha apostado por la protección de su Propiedad Industrial.**



Carro Rolser Plegamatic MF negro



Patente EP1661786 asociada al modelo de carro plegable



Tiene registradas y en vigor más de 30 marcas, 11 patentes y 60 diseños industriales. La mayoría en la Unión Europea, aunque también se apuesta por protección de diseños y marcas en países estratégicos para la empresa como China, EEUU, Japón, Canadá, Rusia o Argentina.

Los primeros diseños industriales registrados fueron en 1987 y hacían referencia a las ruedas y la estructura metálica del carro. Un diseño industrial destacado fue el del asidero para la estructura metálica del carro que se protegió en 1989 y se ha estado usando durante más de 20 años (ES-10120660).

Uno de los primeros diseños industriales españoles que se extendieron a otros países fue el primer carro de compra de cuatro ruedas, modelo comercial "Quattro". En 1992 se protegió a nivel nacional y posteriormente, durante los años 1993-1997 se extendió a países como Dinamarca, Austria, México, Suecia, EEUU, Gran Bretaña, Japón, Italia, Portugal.

Es importante destacar que los diseños de bolsas y tejidos también se protegen por el carácter novedoso que poseen ya que son diseñados directamente por el personal de Rolser. Algunos ejemplos de ellos son el tejido gloria, nature, rock, Castejón, dama, brisa, arazzo i taku y las bolsas polar y eco-maku.

A nivel de modelos de utilidad, los primeros registros son de 1988, 1989, 1990 y 1991 y hacen referencia al dispositivo de cierre para bolsas, el mecanismo de sujeción del armazón de bolsas, el tren de rodadura de cuatro ruedas y el dispositivo de anclaje de las ruedas. Dentro de los modelos de utilidad más actuales está el del asa abatible, con nombre comercial "Logic" registrado en España, Francia y Alemania y el dispositivo para el colgado de carritos de la compra en los carros del supermercado, accesorio que lleva el modelo comercial "Logic".

Una de nuestras patentes más destacadas es la de nuestro modelo de carro plegable. El primero se protegió en el año 1989 y el segundo en 2007, esta última extendiéndose a países como Francia y Alemania.

Otra patente de importancia para Rolser con la que se ha podido actuar frente a diferentes copias en el mercado es la patente europea EP1640237 de nuestro chasis 2+2 protegidas en España, Francia y Alemania.

En cuanto a las marcas protegidas, cabe destacar la evolución de nuestra marca desde los inicios hasta la actual usada a día de hoy. La primera fue en 1972, **ROLSER** pero fue en 1978 cuando se protegió la primera marca Rolser.

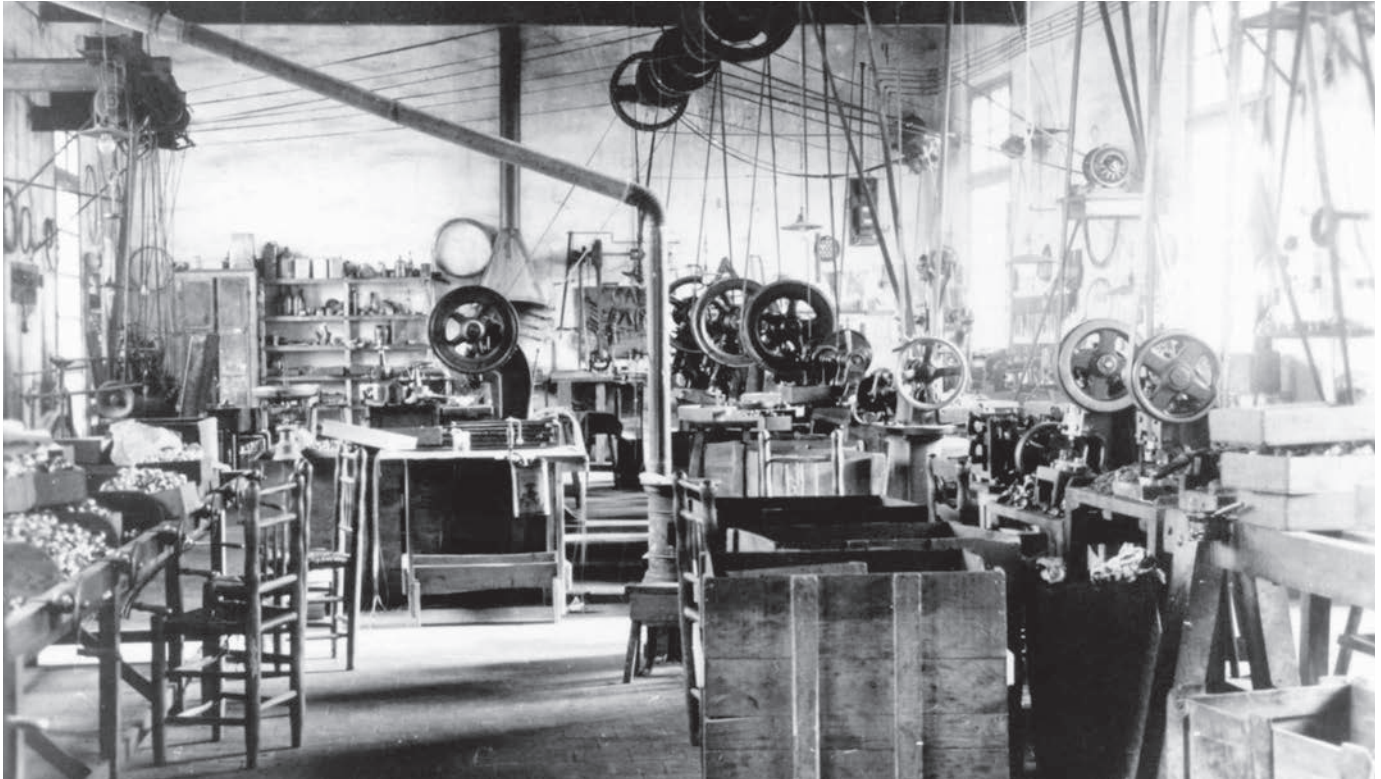
A partir de esta primera protección la evolución ha sido la que se ve en la imagen de la izquierda.

SIMON

Diputación, 390 - 392

08013 Barcelona

www.simonelectric.com



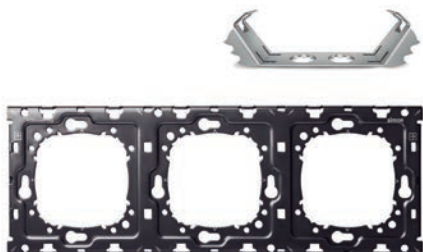
SIMON

DEL PEQUEÑO TALLER AL HOLDING

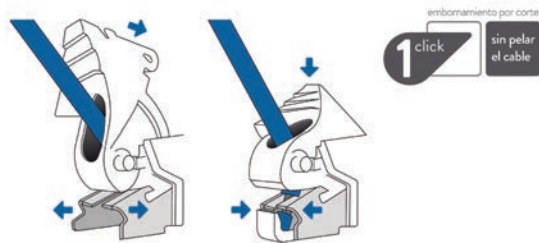
Simon ha dado un gran paso integrando el IoT en sus productos adaptando las instalaciones eléctricas a los avances que ofrecen las nuevas tecnologías

Íntimamente ligada a una familia, Simon ha conseguido, generación tras generación, que la empresa con más de cien años de existencia, siga su marcha ascendente logrando que hoy día lo que empezó como un puequeño taller de mecanismos eléctricos se haya convertido en un gran holding a escala mundial.

Algunos de los principales hitos de la empresa son por ejemplo, la introducción del enchufe tipo schuko en España en 1960 que contribuye a una mayor seguridad en las tomas eléctricas, la apertura en 1988 de un gran almacén totalmente robotizado. En 1998 comienza su andadura en zonas estratégicas como México, Brasil, el norte de África, Rusia, India y China, contando hoy día con presencia




SIMÓN



Embarnamiento 1 click, rápido y seguro

en todos estos mercados y estableciendo centros de investigación en la mayoría de ellos. En 2010 Simon comenzó una nueva andadura incorporando una nueva línea de negocio, la iluminación interior LED. En 2016 Simon da un gran paso integrando el “internet of things” en sus productos adaptando las instalaciones eléctricas a los avances que ofrecen las nuevas tecnologías.

La innovación, desarrollo tecnológico e investigación han sido claves en Simon desde sus inicios, y la propiedad industrial ha recabado una gran importancia en la empresa, una muestra es el modelo de utilidad español ES7147 que Arturo Simon, fundador de la compañía, presentó en 1941, el cual protegía un dispositivo para la apertura y/o cierre de circuitos eléctricos. En el mismo año se protegía el logo con el que se identificaban los productos Simon.

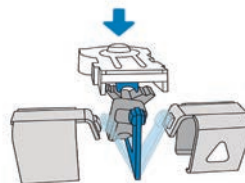
En Simon hay un gran equipo investigando para proporcionar una mayor seguridad, durabilidad y confort en nuestros productos. También cuidamos la estética, la cual es el resultado de un estudio cuidadoso en el que se combina usabilidad, confort y diseño, que aporta un valor añadido que diferencia nuestros productos de los del mercado.

Nuestros productos se engloban principalmente en dos grandes áreas:

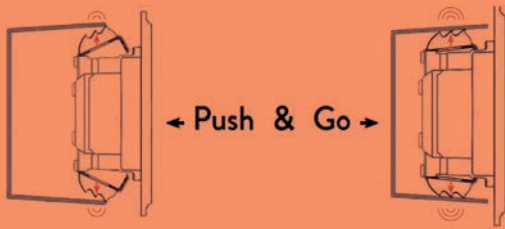
- Mecánica e instalación de dispositivos eléctricos
- Iluminación LED interior y exterior

MECÁNICA E INSTALACIÓN DE DISPOSITIVOS ELÉCTRICOS

- Tecnología de embornamiento por perforación del aislante, que permite cablear sin herramientas y mejora la rapidez y la seguridad de las instalaciones.
- Estudio de cinemáticas que permiten diferentes formas de accionar teclas (pulsante, basculante...) para mejorar la sensación al tacto y mejorar el comportamiento eléctrico.



Embarnamiento 1 Accionamiento por pulsación, rápido y seguro



Sistema "push & go"



Diseños de Simon

Los diseños de Simon han recibido diversos premios como el iF Product Design, iF gold design, Reddot y Plus X

- Sistemas de instalaciones innovadores que facilitan la instalación, en muchos casos sin la necesidad de herramientas.
- Internet de las cosas: nuestros productos se han actualizado siempre siguiendo las últimas tecnologías, en la última serie Simon integra un nuevo sistema, Simon iO, un universo, basado en el "internet of things", en el que los interruptores pasan de ser analógicos a digitales. Esto te permite interconectar dispositivos y dotar a los espacios de una nueva dimensión de forma fácil e intuitiva.

ILUMINACIÓN LED



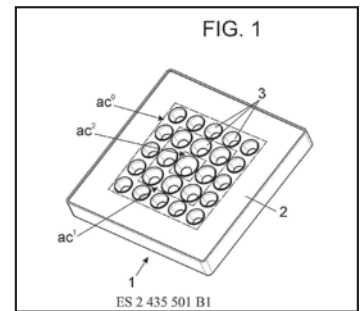
Sistemas de disipación de calor o de refrigeración



Sistemas electrónicos de control



Sistemas de ayuda a la instalación



Sistemas ópticos

DISEÑO Y USABILIDAD

En Simon tenemos un amplio porfolio de diseños industriales en los que se protege la estética tanto de nuestras luminarias como de las interfaces de nuestros dispositivos eléctricos. Los diseños de Simon han recibido diversos premios como el iF Product Design, iF gold design, Reddot, Plus X, etc.

STINGBYE

C/ Blasco de Garay, 24-29
Terrassa (Barcelona)
Tel.: 607 871 994 / 93 0155 138
www.stingbye.com



efi
cacia
de
mos
trada



STINGbye fabrica y comercializa prendas de vestir sin olor para la protección de vectores entre los que se encuentran los mosquitos, garrapatas, chinches, ácaros y piojos

STINGBYE

PROTECCIÓN CONTRA EL VECTOR

Silvia Oviedo, CEO de STINGbye, es una emprendedora con todas las letras y una luchadora nata.

Su familia tuvo a finales de los años 70 una empresa textil en Terrassa que sufrió una grave crisis, como tantas en el sector, hasta su cierre.

Este hecho la marcó hasta el punto de tener que reinventarse como persona y como profesional.

ES 1 147 520 U



FIG. 1

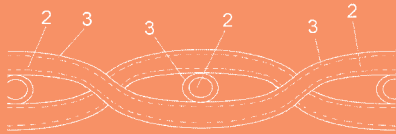


FIG. 2



FILOSOFÍA DE LA EMPRESA: EVOLUCIÓN, MODELO DE NEGOCIO, INTERNACIONALIZACIÓN, ETC.

Hace cinco años, Silvia tuvo una idea, una visión, y comenzó a hacer pruebas desde la nada con tejidos técnicos hasta descubrir lo que ha sido su gran invento: una camiseta antimosquitos y una goma de pelo anti piojos, prendas 100% fabricación local inodoras y tratadas con permetrina que evitan que piquen los vectores (insectos que pueden transmitir enfermedades). Después de años de lucha, de pruebas, de esfuerzo y de mucho trabajo, hoy se puede sentir orgullosa de todo lo que ha conseguido como mujer emprendedora e hija de empresarios catalanes del textil.

ES 1 152 333 U



FIG. 1

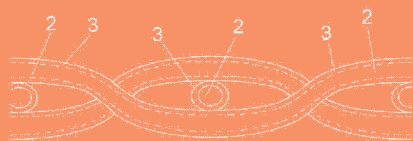


FIG. 2



La tecnología de STINGbye está protegida en España por los modelos de utilidad ES1147520U y ES1152333U; y ahora también se exporta a Brasil, Costa Rica y México, convirtiéndose en un proyecto empresarial de éxito.

Silvia ha confiado desde 2016 su estrategia de comunicación —basada en acciones de relaciones públicas y oficina de prensa— a un consultor de comunicación independiente. En poco más de 6 meses de trabajo con detalle, paciencia, esfuerzo, dedicación y tenacidad, esta campaña ha logrado un amplio reconocimiento por parte de los medios de comunicación.

En resumen, con una inversión de poco más de 12.000 euros STINGbye obtuvo un retorno de la inversión, en equivalente publicitario, que ronda los 180.000 euros. Esta campaña de comunicación demuestra el papel (hoy más vigente que nunca) de las relaciones públicas en las estrategias de las empresas para acercar sus productos a los consumidores... Generar notoriedad, visibilidad, reputación, confianza, capacidad de influencia y percepción de valor ...

**La tecnología de STINGbye
está protegida en España por los
modelos de utilidad ES1147520U
y ES1152333U**

TALGO

Paseo del tren Talgo, 2
28290 Las Matas (Madrid)
Tel.: +34 91 631 38 00
www.talgo.com



Talgo AVE S-102

TALGO

RETOS A ALTA VELOCIDAD

Nacida de la colaboración del ingeniero militar Alejandro Goicoechea y José Luis Oriol, Talgo ha ido evolucionando hasta llegar a ser una multinacional puntera en la industria del ferrocarril con proyectos en todo el mundo

Patentes Talgo surgió en 1942 con el fin de desarrollar la idea de un **tren articulado, ligero** y de rodadura independiente que representaba un nuevo concepto disruptivo con la tecnología ferroviaria de aquel momento. Partiendo de este hito y a través de los 75 años de historia de la empresa, nacida de la colaboración del ingeniero militar Alejandro Goicoechea y José Luis Oriol, Talgo ha ido evolucionando hasta llegar a ser una multinacional puntera en la industria del ferrocarril con proyectos en todo el mundo.

PROTECCIÓN DE SU INNOVACIÓN

Desde su inicio está en la identidad de Talgo la protección de sus invenciones y sus diseños, hecho que se hace tangible en el mismo nombre de la empresa, en el que queda

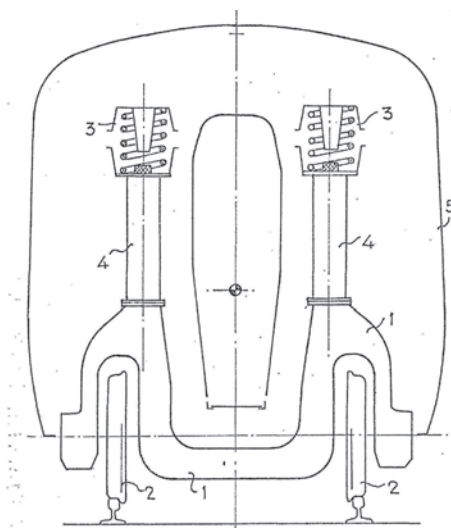


Fig. 1

Sistema de pendulación natural. Patente ES424615

Talgo



Talgo AVE S-130

reflejado ese afán por la protección de la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías que den solución a las necesidades de los usuarios del ferrocarril en todo el mundo. Así, desde los primeros años y hasta el día de hoy, **Patentes Talgo ha estado orientada a la protección de todos sus desarrollos mediante derechos de Propiedad Industrial tales como patentes, modelos de utilidad, diseños, etc.**

En el año 1944 el primer tren articulado que ideó Goicoechea y que dio origen a la empresa fue reflejado en patentes como ES0174019 A1, ES0163239 A1 y ES0166809.

En 1962, Renfe contrata el suministro de 104 coches para formar 9 composiciones del Talgo III. La evolución del Talgo III dio lugar, precisamente, a uno de los hitos que más patentes ha merecido para Talgo: el cambio de ancho representado en las patentes ES0332453 A1 y ES0332454 A1 de 1966. No en vano, fue esta innovadora solución la que hizo posible el primer viaje en entre España y Francia sin necesidad de que los viajeros hicieran transbordo y cambiaran de tren. De igual modo, las sucesivas mejoras y cambios asociados a la solución de dicho problema técnico han dado lugar a nuevas patentes que han permitido a la empresa ser líder indiscutible en este ámbito y han requerido de la protección de sus invenciones en aquellos mercados objetivos, como por ejemplo Francia, mediante la patente FR1547606.

En 1980 entran en servicio las Series 4 y 5 de los coches Talgo con el renombrado sistema de pendulación natural característico de Talgo patentado en España con el número ES424615 y su familia de patentes en otros países relevantes como Gran Bretaña, Francia, Alemania, Japón, Italia, etc.

Durante la década de los años 90 Patentes Talgo logra, gracias a un proceso de investigación y ensayos continuos, la adaptación de la rodadura Talgo para muy altas velocidades dando lugar a los trenes AVE de la Serie 102, líderes a día de hoy en la alta velocidad española. Estos trenes son conocidos popularmente como "el pato" por la forma característica del morro de la motriz, que fue también protegido mediante el modelo industrial I0143767.

En 1998 se presenta el Talgo XXI marcando un gran hito tecnológico por ser el primer tren del mundo que disponía de una cabeza tractora diésel dotada de un bogie tractor con ruedas desplazables, permitiendo así el cambio de ancho de todos los ejes del tren sin necesidad de detenerse y sin cambiar de locomotora en el proceso, tal y como se había venido haciendo hasta ese momento. Esta invención fue protegida a través de la patente española con número EP0825085.

En 2006 se presenta la nueva locomotora de alta velocidad bitensión con cambio de ancho incorporado, que más tarde se replicaría en las cabezas motrices de las



Talgo AVRIL

Se constata el fuerte interés de Patentes Talgo por el desarrollo y la protección global de sus innovaciones



Talgo Meca Medina

composiciones de la Serie 130 de Renfe, y que igualmente dio lugar a una patente con el código EP1120325.

En el año 2014 se puso en vía el prototipo AVRIL (Alta velocidad rueda independiente ligero), último tren de muy alta velocidad desarrollado por Talgo protegido a través de las patentes EP1826091 y EP2301821. Gracias a la patente EP1826091, su inventor, José Luis López Gómez fue galardonado con el premio de Mejor Inventor del año 2013. En esta ocasión las cajas fueron las protagonistas de este desarrollo por ser notablemente más anchas, para permitir de este modo aumentar la capacidad de viajeros maximizando el confort y la eficiencia energética del tren. Este tren fue en el año 2016 el responsable de que Patentes Talgo consiguiera la adjudicación del suministro de 30 trenes de alta velocidad para Renfe Viajeros.

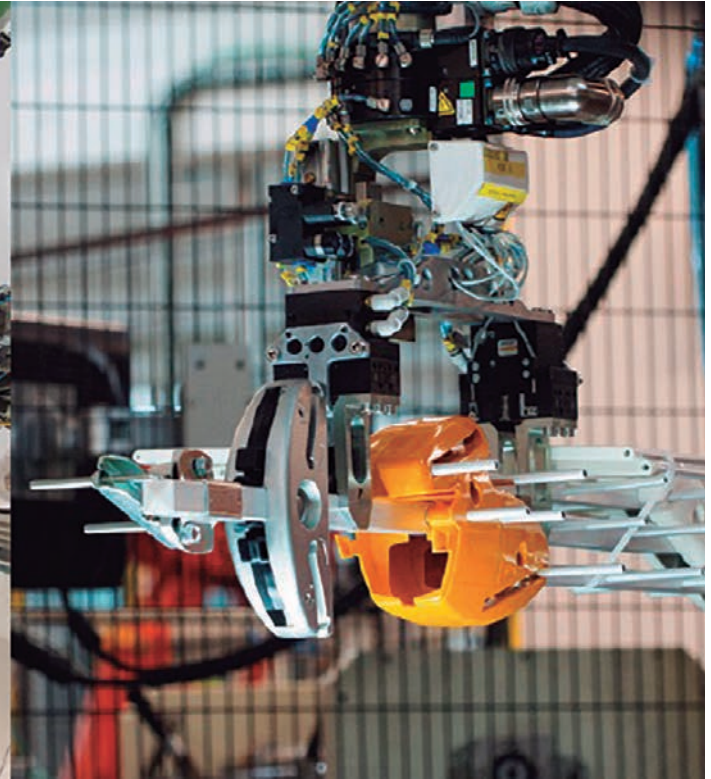
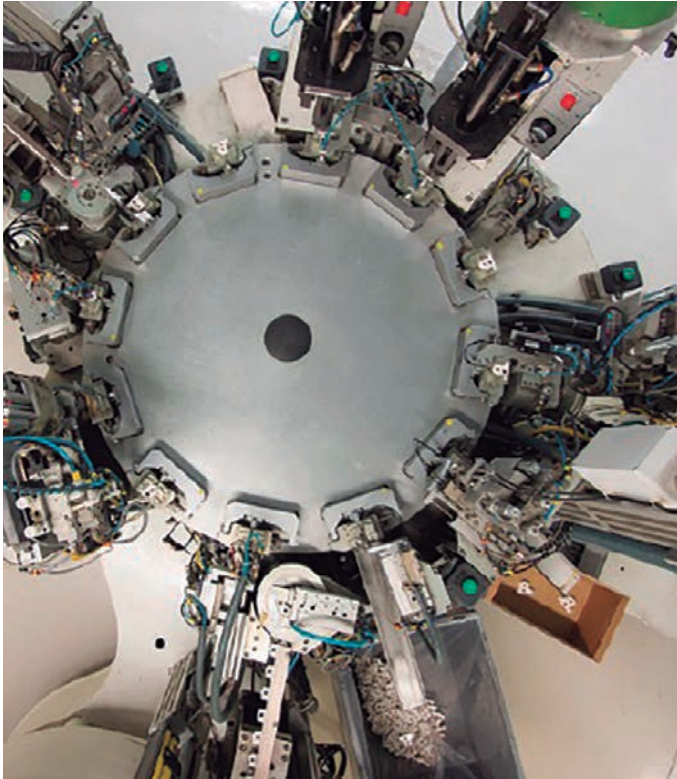
En diciembre de 2016 empezó la operación del tren internacional *Strizh*, que une las capitales de Moscú y Berlín a través de un recorrido de más de 2000 km, en los que el tren Talgo es capaz de adaptarse automáticamente al cambio de ancho en la vía que se produce en la ciudad bielorrusa de Brest: cambiando entre 1435 mm y 1520 mm. Este nuevo tren permite, desde entonces, reducir el tiempo de viaje en más de cuatro horas y media con respecto a los trenes anteriores. Todo ello gracias a las tecnologías de cambio de ancho protegidas por Talgo a lo largo de su historia, y que en sus últimas evoluciones cuentan con un sistema anticongelante que impide la aglomeración de hielo en los sistemas de cambio de ancho.

En diciembre de 2017 Talgo realiza la primera demostración de servicio en la nueva línea de alta velocidad de Arabia Saudí, recorriendo cerca de 450 km en un recorrido dominado por condiciones meteorológicas muy adversas. Este hito es un espaldarazo para las innovadoras tecnologías de Talgo, que hacen posible la circulación de los trenes en condiciones extremas; tanto de frío como de calor. Para este proyecto, entre otros, se ha utilizado el diseño protegido según el modelo I0143767.

Con todo lo anterior, se constata el fuerte interés de Patentes Talgo por el desarrollo y la protección global de sus innovaciones, todas ellas orientadas a responder de manera integral a las necesidades del sector ferroviario desde un posicionamiento múltiple, atendiendo a la fabricación, diseño y también al mantenimiento de los trenes. Así, desde su fundación, y hasta el día de hoy, en el que cada nuevo proyecto incorpora multitud de los principios de la tecnología Talgo protegidos históricamente, Talgo ha presentado patentes en lugares tan dispares como Australia, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, la mayoría de países de Europa, Georgia, Japón, Kazajistán, Marruecos, México, Rusia, Turquía o Uzbekistán.

TELEVÉS

Telecomunicaciones y televisión
Rúa Benéfica de Conxo, 17
15706 Santiago de Compostela
www.televes.com



Televés ha lanzado más de 1.500 productos diferentes, un logro que se explica desde una auténtica pasión por la fabricación

TELEVÉS

TELECOMUNICACIONES Y TELEVISIÓN

Televés es una compañía tecnológica de ámbito global líder en el diseño, desarrollo y fabricación de productos y sistemas que convierten las infraestructuras de telecomunicaciones de edificios y hogares en plataformas digitales multiservicio. Con cerca de 60 años de experiencia, Televés ha lanzado más de 1.500 productos diferentes, un logro que se explica desde una auténtica pasión por la fabricación. La compañía produce en instalaciones propias para garantizar la máxima calidad. Está siendo pionera en la puesta en marcha de líneas de fabricación 4.0 y dispone de sus propios laboratorios de certificación y control de calidad. Los productos de la marca ostentan con orgullo el sello European Technology Made in Europe.



La antenización de los edificios y hogares ha sido nuestro núcleo tradicional de negocio, para el que aportamos un elevado perfil tecnológico como posicionamiento de marca. A lo largo de los años nuestra principal antena para la recepción de señales de televisión digital terrestre (TDT) ha ido sufriendo mejoras tecnológicas

Televés está en constante evolución, alineada con los criterios que marcan la Agenda Digital Europea y el programa marco de investigación e innovación Horizonte 2020. En paralelo con su perfil de especialista en infraestructuras de telecomunicaciones, Televés desarrolla líneas de negocio complementarias como facilitador de servicios a través de esas infraestructuras, bajo el paradigma tecnológico del Edificio y el Hogar Digital.

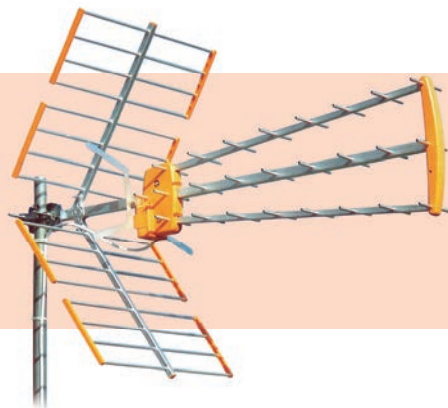
- Equipamiento para la distribución de TV en cualquier formato hasta la toma
- Infraestructuras de redes multiservicio de gran capacidad para Operadores e Integradores
- Especialización en servicios avanzados de TV y datos en entornos Hospitality
- Soluciones de Iluminación LED profesional
- Plataformas socio-sanitarias de nueva generación

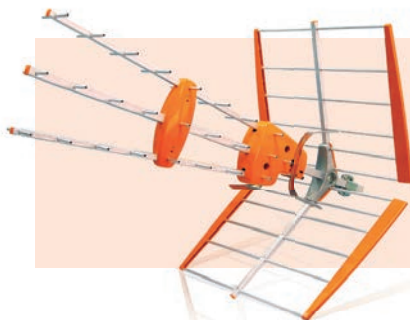
Los mercados exteriores han sido claves para la expansión de la marca empresarial. En la actualidad, Televés dispone de medios productivos en España y Portugal, y cuenta además con filiales constituidas en Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Polonia, Rusia, Escandinavia, Estados Unidos, China y Emiratos Árabes. Más del 60% de la cifra de negocios corresponde a exportaciones. Esta estructura de bases estratégicas permite a Televés extender su actividad comercial a más de un centenar de países en cinco continentes. A ello cabe sumar los acuerdos con los grandes operadores de televisión del mundo, que sitúan a Televés en una posición privilegiada en el mercado internacional de las telecomunicaciones.

La antenización de los edificios y hogares ha sido nuestro núcleo tradicional de negocio, para el que aportamos un elevado perfil tecnológico como posicionamiento de marca. A lo largo de los años nuestra principal antena para la recepción de señales de televisión digital terrestre (TDT) ha ido sufriendo mejoras tecnológicas, recogidas y protegidas a través de diversos diseños industriales, modelos de utilidad y patentes de invención.

Antena Pro45: Diseño más copiado

Modelo de Utilidad N.º 9002915 (15/01/1992)
Diseños Industriales en varios países (En España ES I 0126734)
Diseño Industrial español I0126734 depositado internacionalmente con código (75683)





Antena Dat 45: Antena que incorpora electrónica

Patentes Nacionales españolas:
 P200002386, P200002387, P200002388, P200002389
 Patente Europea EP1199771 (MRD)



Antena DAT BOSS: Optimización en diseño y electrónica

Patentes Nacionales españolas:
 P201200463, P201200464, P201400010
 U201200544, U201200417, U201200418
 P201600474 (TForce)
 Patente Europea EP17174392 (TForce)
 Diseño Comunitario 2056143



Antena DAT HD: Evolución en la antena y la electrónica

Patentes Nacionales españolas:
 P200800546, P200800547, P200800548
 U200801689, U200801690, U200801691
 U200800664 (Mordaza)
 P201001491 (Boss)
 Patente Europea EP2093837 (Boss)
 Diseño Comunitario 1000525-1000509
 Diseño Industrial español 506116

Por otra parte, la evolución de Televisión se refleja también a nivel de marca, como se muestra a continuación:



1958



1967



1980



2009



2013

La marca Televisión proyecta los pilares y valores fundamentales de la empresa que representa. Después de más de medio siglo, la marca Televisión se ha convertido en un sinónimo de pasión por la calidad

La marca Televisión proyecta los pilares y valores fundamentales de la empresa que representa. Después de más de medio siglo, la marca Televisión se ha convertido en un sinónimo de pasión por la calidad. Marca registrada en España desde 1958, se ha convertido en una de las Marcas Renombradas de España debido a su trayectoria impecable a nivel internacional.

Desde 1972 el color naranja característico fue adoptado como el buque insignia de la empresa. El color Pantone 137 está hoy, sin duda, asociado a Televisión en nuestro sector.

TITAN TRACKER

Ctra. Gerindote, 18
45500 Torrijos (Toledo)
Tel.: +34 925 77 04 18
www.titantracker.es



TITAN TRACKER

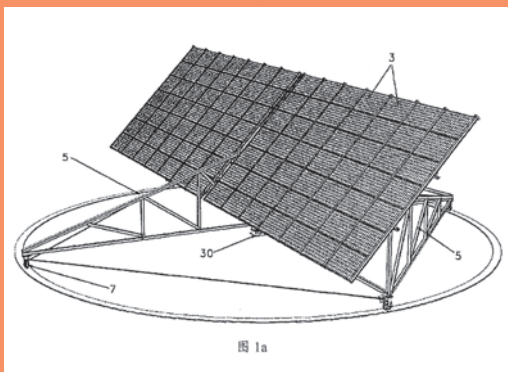
SEGUIDORES SOLARES PARA TODAS LAS TECNOLOGÍAS

CABANILLAS INGENIEROS, S.L. (TITAN TRACKER) tiene su origen en el año 1986, como oficina de ingeniería ubicada en un municipio cercano a Toledo y Madrid.

La actividad principal era la ejecución de proyectos y direcciones de obra de instalaciones y edificación industrial.

La empresa, tras años de experiencia en esa actividad, conoce de las primeras soluciones del mercado para realizar seguimiento solar en fotovoltaica con equipos que a su criterio se consideraron muy poco ingeniosos.

La actividad principal era la ejecución de proyectos y direcciones de obra de instalaciones y edificación industrial



U 200602226. Seguidor solar a dos ejes

Se comienza a trabajar en la búsqueda de soluciones que mejoren lo existente y en otoño de 2006 se finaliza la idea, se materializa y se comienza a documentar su protección y también a explotarla comercialmente.

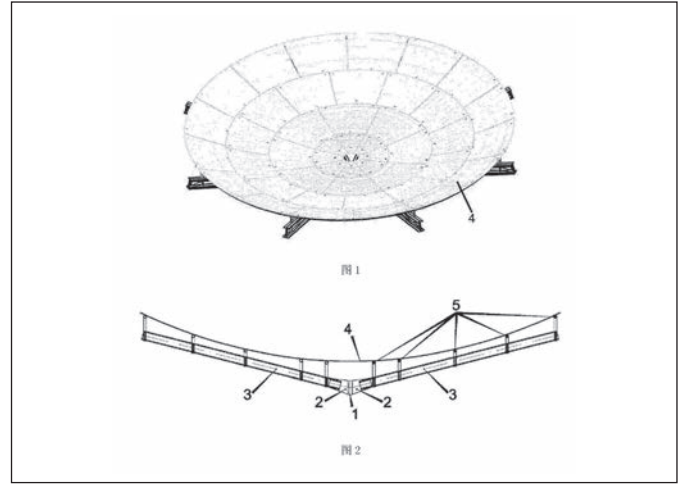
El modelo de negocio se basó y se basa principalmente en la cesión de tecnología, y también, pero menos, en la venta de equipos fabricados con esa tecnología. La cesión de tecnología es más simple y limpia comercialmente.

Definido el modelo de negocio, era necesario proteger la tecnología en el ámbito geográfico considerado de interés, y así se hizo, obteniendo con mínimas o nulas dificultades la patente en Estados Unidos, Europa, India, China, Australia, Sudáfrica, Brasil, etc.

Siendo las energías renovables un área tecnológica de interés en todo el mundo, solamente era necesario que se conociera nuestra geometría de seguimiento para que, gracias a su claridad y sencillez, se suscitara interés y se convenciera por sus claras ventajas.

En los inicios se trabajó para fotovoltaica plana y luego se adaptó la tecnología a fotovoltaica de concentración, Stirling, y a heliostatos para centrales solares de torre central de concentración (CSP); si bien para fotovoltaica plana nuestra tecnología aportaba robustez y vida útil, en las aplicaciones posteriores que requerían alta precisión, vida útil y bajo coste, nuestras ventajas sobre las otras soluciones de mercado eran aún mayores.

Presentado nuestro modelo de utilidad en otoño de 2006, en marzo de 2007 firmamos el primer contrato de licencia con una importante empresa española que nos reportó los primeros ingresos por pura cesión de uso de tecnología.



U 200901617. Estructura regulable para reflector parabólico



Todo el desarrollo de negocio y expansión Internacional ha sido posible gracias al sistema de protección que ofrecen las Oficinas de Propiedad Industrial

Posteriormente hemos licenciado a empresas de todo el mundo.

Puede afirmarse a día de hoy, que no existe solución de seguimiento solar con ventajas sobre nuestra solución en aplicaciones de precisión.

Los productos de TITAN TRACKER se están vendiendo por todo el mundo, España, Francia, Italia, Grecia, Turquía, Canadá, USA, México, Norte de Africa y Oriente Medio, China, India, Australia.

Todo el desarrollo de negocio y expansión Internacional ha sido posible gracias al sistema de protección que ofrecen las Oficinas de Propiedad Industrial mediante la solicitud en un primer momento de Modelos de Utilidad, que luego posteriormente fueron solicitados como Patentes, bien vía PCT, o bien vía Europea, consiguiendo la protección en países como China, Australia o Marruecos y logrando de esta manera la comercialización de un modo seguro de los seguidores a doble eje desarrollados.

Sin la protección que confieren los registros de Propiedad Industrial no habría sido posible la expansión Internacional lograda con TITAN TRACKER.

El éxito de los productos de TITAN TRACKER y su comercialización se ha basado en dos pilares fundamentales, por un lado, un producto que ofrece unas evidentes mejoras de rendimiento frente a lo que existía en el estado de la técnica, y por otro lado, la protección que ofrecen los registros de solicitudes de patentes, lo que ha permitido continuar su expansión comercial e investigación en nuevas ideas y desarrollos.

UNOde50

Tel.: +34 91 484 14 68

Fax: +34 91 484 14 65

web@unode50.com

www.Unode50.com



**“Como marca
nos diferencia
un espíritu libre
y único”
José Azulay**



UNOde50

UN UNIVERSO CREATIVO

Olvida todas tus creencias sobre joyería. Intenta imaginar algo nuevo desde cero. Ofrecer un punto de vista diferente. Exclusivo. Propio. Sin límites. Así empieza la historia de UNOde50.

Nacida en Madrid a finales de los años noventa la marca nace como respuesta a la necesidad de encontrar un estilo de joyería que rompiese con todo lo existente. Una revolución donde las técnicas y procesos de la joyería tradicional se pusiesen al servicio de una nueva forma de hacer las cosas.



El proceso de diseño parte de los bocetos de las piezas. Un equipo de diseño da forma posteriormente a las joyas en el taller ubicado en la sede central de la compañía

Es en esa misma fecha cuando José Azulay adquiere UNOde50 y comienza a dar forma a joyas únicas, con diseños diferentes y de marcada originalidad. Las pocas unidades diseñadas aportaban el carácter selecto y con personalidad. Y es que las primeras colecciones de UNOde50 estaban formadas únicamente por 50 unidades de cada diseño. Un compromiso con la calidad y la exclusividad que el éxito de la marca obligó a evolucionar.

Actualmente, UNOde50 continúa produciendo artesanalmente todas sus piezas como si fuesen únicas presentando, además, Ediciones Limitadas a 50 unidades con cada colección.

VALORES UNOde50

Creatividad en su estado más puro para encontrar una voz propia en el mundo de la joyería. Recorrer un camino inexplorado y hacerlo creando tendencia.

Creamos piezas genuinas que impulsan a nuestros clientes a expresar libremente su estilo de vida. Nuestro equipo creativo desarrolla piezas cuyo diseño exclusivo permite a sus clientes expresar su personalidad.

Estilo único. Junto a la utilización del cuero, la aleación usada por la marca es uno de sus principales rasgos diferenciadores. La aleación recubre diseños orgánicos inspirados en objetos cotidianos y en las formas de la naturaleza. Una iconografía propia en constante expansión que se materializa en las dos colecciones que UNOde50 lanza al mercado cada año.

Espíritu atrevido. Atrevimiento y creatividad para romper con lo establecido. Convertir cada pieza de la marca en una forma de diferenciación, en el reflejo de un espíritu creativo que acompaña a UNOde50 en cada nuevo proyecto.

HECHO A MANO EN ESPAÑA

Cada creación de UNOde50 tiene voz propia y es capaz de transmitir fuerza y energía por sí misma. El compromiso, como única forma válida de hacer las cosas, lleva a UNOde50 a diseñar y fabricar en su sede central ubicada en Madrid. De este modo, el Made in Spain, el ADN español que acompaña a cada una de las piezas de UNOde50, es también una garantía de la calidad y la seguridad propias de un trabajo creativo, libre y lleno de vitalidad, optimismo y alegría de vivir.



Todas las tiendas de UNOde50 cuentan con elementos decorativos y mobiliario creados por el equipo de arquitectos de la marca



PRESENCIA INTERNACIONAL

UNOde50 comenzó su expansión internacional en el año 2008 con la apertura de su primera tienda en EEUU, concretamente en Miami, seguida unos meses después de su primera apertura en París.

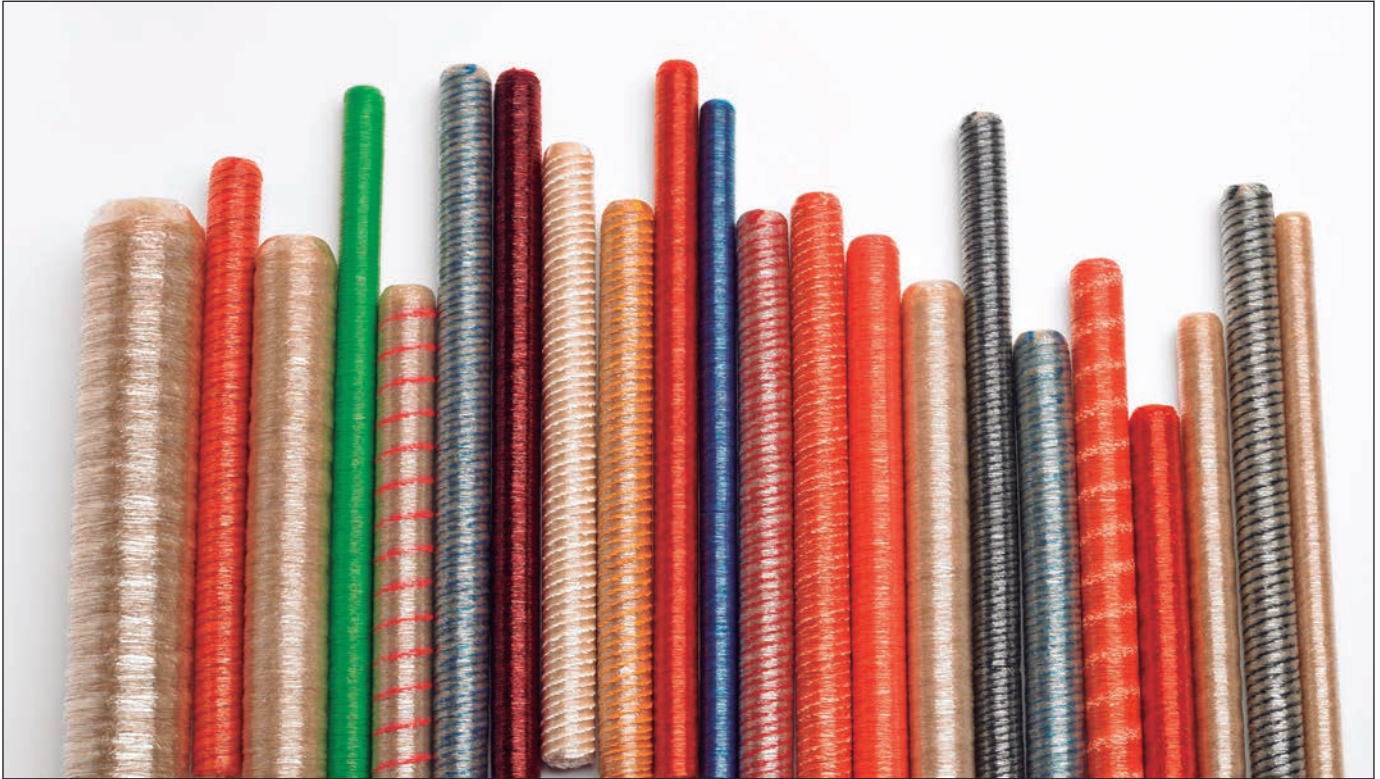
A día de hoy cuenta con más de 100 tiendas en más de 40 países y obtiene el 60% de sus ingresos fuera de España. Sus locales están ubicados en las calles más emblemáticas de las principales ciudades del mundo como Madrid, Barcelona, Nueva York, Roma, Tokyo, Milán, Berlín, París... y completa su distribución con su negocio ecommerce y más de 2.500 puntos de venta multimarca.

En el último año UNOde50 ha abierto nuevos puntos de venta en San Francisco, Montreal, Turín, Génova y París y ha estrenado su nuevo concept store en el Soho Newyorkino.

Tras triunfar en el mercado europeo y americano la compañía, presidida por José Azulay, ha asumido el reto de expandirse en el mercado chino donde prevé abrir entre 20 y 40 puntos de venta monomarca en los próximos tres años en las principales ciudades de China además de entrar en Tmall Global, la principal plataforma digital de ecommerce china.

VISCOFAN

Polígono Industrial Berroa
C/ Berroa 15-4ª planta
31192 Tajonar (Navarra)
www.viscofan.com



**Empresa líder mundial
en la elaboración de
envolturas artificiales
para la industria
cárnica**

VISCOFAN

THE CASING COMPANY

En España siempre hemos tenido una importante industria alimentaria, dentro de la que destaca VISCOFAN, una empresa líder mundial en la elaboración de envolturas artificiales para la industria cárnica, envolturas que constituyen un integrante fundamental de un alimento presente en las mesas de todos los españoles; los embutidos y en especial, las salchichas. La próxima vez que deguste alguno de estos productos, piense que en un 30% de los casos, en su fabricación habrá intervenido una compañía española con alto grado de innovación.

EL ORIGEN

Viscofan fue fundada en 1975 fruto de la combinación de saberes entre la industria papelera y el sector de construcción de maquinaria. De este conocimiento singular



Fachada de la planta de Cáseda (España)

nació una empresa de producción de envolturas celulósicas para productos cárnicos cuya primera factoría se situó en la localidad de Cáseda (Navarra), desde donde se ha ido expandiendo hasta convertirse en una multinacional presente en 15 países. La utilización de envolturas artificiales en la industria cárnica comenzó en los años 30 ante la incapacidad de abastecer la demanda de envolturas de origen animal. Desde el primer momento de su creación en 1975, Viscofan apostó por la innovación e invirtió en investigación y desarrollo para conseguir un producto que superara a los existentes en el mercado.

INNOVACIÓN BASADA EN LA PROTECCIÓN MEDIANTE PATENTE

La innovación se desarrolla en los principales productos de la compañía que son:

- Tripas celulósicas: envolturas que se elaboran utilizando como materia prima la celulosa natural (salchichas cocidas tipo Frankfurt, Viena y curadas).
- Tripas de colágeno, donde la materia prima es el colágeno (salchichas frescas y productos crudo/curados como el salami, el salchichón, los mini snacks, etc.).



Desde el primer momento, Viscofan apostó por la innovación e invirtió en investigación y desarrollo para conseguir un producto que superara a los existentes en el mercado



Salchichas y embutidos con envolturas de celulósica

- Envolturas de fibrosa realizadas a partir de viscosa pero con una matriz de papel de abacá (productos cocidos/ahumados y curados-fermentados, mortadelas, chorizo, salchichón, lomos, etc.).
- Envolturas plásticas que utilizan como materia prima diferentes polímeros plásticos (para productos cocidos como jamones, mortadelas, quesos, patés, etc.), así como films de plástico y bolsas retráctiles para envasar productos (carnes de cerdo y vacuno, frescas o congeladas, alimentos curados, etc.)
- Maquinaria destinada a facilitar la utilización de las envolturas que la compañía fabrica.
- Medios de cultivo celular basados en el colágeno.

El desarrollo de su propia tecnología y la adecuada protección de la misma han sido los elementos claves que han posibilitado su posición de liderazgo mundial. La empresa posee 57 familias de patentes que abarcan todos los productos de la compañía y entre las cuales destacan 8 patentes europeas concedidas.

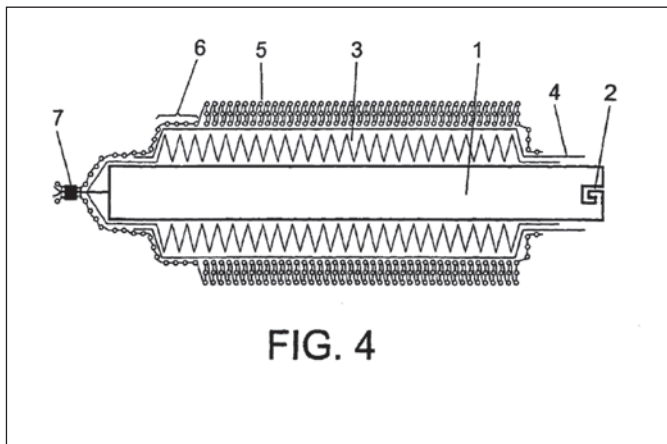


FIG. 4

Patente europea EP 1378170B1



Máquina Aplicadora de Coffinet



Embutidos realizados con Coffinet

Como ejemplo de algunas invenciones protegidas mediante patente y comercializadas por Viscofan se puede destacar las salchichas con “shadow-print”, donde la propia tripa puede servir también de máscara en el proceso de ahumado de la salchicha para formar sobre la piel del embutido diversas imágenes promocionales.

Otro ejemplo de invención bajo patente es la máquina aplicadora de COFFINET, que permite aplicar simultáneamente la envoltura del producto cárnico y una malla exterior.


LA INTERNACIONALIZACIÓN

Viscofan está volcada hacia el exterior, con centros de producción de envolturas en España, Alemania, Brasil, China, Estados Unidos, México, República Checa, Serbia, Bélgica y Uruguay, 14 oficinas y una comercialización que abarca 100 países. Con una presencia internacional tan relevante, resulta fundamental la protección de sus activos intangibles en todo el mundo, utilizando con frecuencia la vía PCT (Patent Cooperation Treaty), procedimiento administrado por la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) que facilita la presentación de solicitudes de patente en gran parte de los estados del mundo.


UNA DIVERSIFICACIÓN INNOVADORA

En 1990 Viscofan adquirió la firma alemana Naturin, dentro de la cual se ha desarrollado la unidad de negocio “Viscofan BioEngineering”, localizada en Weinheim (Alemania). Sus actividades se centran en la producción a nivel industrial de



			
(12) UTDRAG			
(19) NO	(21) 20034101	(13) L	
(51) Int Cl ⁷	A 22 C 13/00		
Patentstyret			
(21) Søknadsnr	20034101	(86) Int. inng. dag og	
(22) Inng. dag	2003.09.15	søknadsnummer	2002.03.12, PCT/E502/00111
(24) Lovdag	2002.03.12	(85) Valideringsdag	2003.09.15
(41) Alm. tilg.	2003.11.13	(90) Prioritet	2001.03.15, ES, 0160662
(71) Søker	Viscofan SA, Iturrama, 23 Entreplanta, 31007 Pamplona, ES		
(72) Oppfinner	Juan-Luis Arias López, 31007 Pamplona, ES		
(74) Fullmektig	Oslo Patentkontor AS, 0306 Oslo		
<hr/>			
(54) Benevnelse	Dobbelt omslag med nett for matprodukter og fremgangsmåte for produksjon av samme		
<hr/>			
(57) Sammendrag			

Documento de Patente noruego de Viscofan

			
(19) 中華民國智慧財產局			
(12)發明說明書公開本		(11)公開編號: TW 201217520 A1	
(43)公開日: 中華民國 101 (2012) 年 05 月 01 日			
<hr/>			
(21)申請案號: 100134007	(22)申請日: 中華民國 100 (2011) 年 09 月 21 日		
(51)Int. Cl.:	C12M3/06 (2006.01)	C12M3/00 (2006.01)	
(30)優先權: 2010/10/08	世界智慧財產權組織		PCT/EP2010/065100
(71)申請人: 萊萃思維斯柯凡公司 (德國) NATURIN VISCOFAN GMBH (DE)	德國		
(72)發明人: 許密特 維莫 SCHMIDT, TIMO (DE); 賈斯特 洛沙 JUST, LOTHAR (DE); 貝克 霍傑 BECKER, HOLGER (DE)			
(74)代理人: 陳長文			
申請實體審查: 無 申請專利範圍項數: 11 項 圖式數: 8 共 30 頁			
<hr/>			
(54)名稱	細胞培養插管		

Documento de patente taiwanés de Viscofan



Membrana de colágeno Viscofan para uso biomédico

colágeno de origen bovino y su transformación en productos para la biología celular y la investigación básica en el campo médico, principalmente medios de cultivo para células madre e ingeniería de tejidos.

LAS CLAVES DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Viscofan reúne las características esenciales para el triunfo en un entorno tan turbulento como en el que nos encontramos: desarrollo de una tecnología propia protegida mediante patente, internacionalización y diversificación. Estos tres elementos le han permitido triunfar mundialmente a pesar de las desfavorables circunstancias de los últimos años.

ZUMEX

Pol. Ind. Moncada III - C/ Moli, 2
46113 Moncada (Valencia)
Tel.: +34 961 301 251
Fax: +34 961 301 255
zumex@zumex.com




ZUMEX®
LIFE ESSENCE

Tras más de 30 años de vida de ZUMEX Group®, prácticamente todos los españoles han tenido delante suyo una de sus máquinas de exprimido de naranjas, ya sea en su centro de trabajo, en un bar o cafetería o en un supermercado

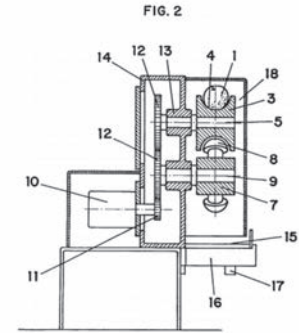
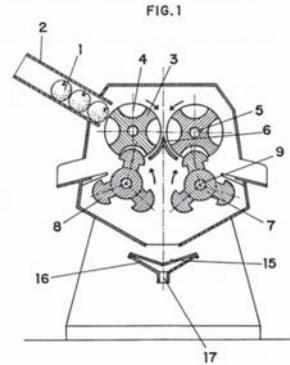
ZUMEX

EXPRIMIENDO LOS INTANGIBLES

Esta posición de liderazgo en el sector de las máquinas automáticas de exprimido puede decirse que tiene sus cimientos en la protección mediante patente de su primer dispositivo, el Original System®. La patente, de número de publicación ES2008438, fue concedida en 1989 por la OEPM e internacionalizada, con patentes obtenidas en Gran Bretaña, Suecia, Países Bajos, Japón, Italia, Grecia, Francia, Suiza, Bélgica y Austria. Desde el primer momento, la empresa se orientó hacia la exportación porque en Valencia y en España, en general, no había costumbre de tomar zumo de naranja en establecimientos hosteleros; ya que se veía como algo muy elitista. En ese sentido, su gran éxito ha sido popularizar el consumo de zumo de naranja recién exprimido en el mundo de la hostelería. Actualmente sus máquinas se encuentran en grandes cadenas como McDonalds® y Starbucks®.



La vocación internacional le ha llevado a exportar el 90% de su producción a un centenar de países de los cinco continentes



Figuras de la primera patente de Zumex: ES2008438

Cuando apareció, se trató de un sistema de exprimido revolucionario, basado en cuatro fases:



La selección de una marca como ZUMEX, distintiva y que rápidamente se asoció con el nuevo sistema de exprimido jugó un importante papel en la consecución del éxito comercial.

Zumex

zumex

Marca registrada ante la EUIPO
de nº de solicitud 004087326

ZUMEX COLD PRESS

zumex | COLD PRESS

Marca registrada ante la EUIPO
de nº de solicitud 014555221



Máquina Essential Pro



Máquina Speed Pro Self-Service



Desde el éxito del primer exprimidor patentado la compañía no ha dejado de crecer, y cerró el 2016 con una cifra de negocio neta superior a los 26 millones de euros.

La vocación internacional le ha llevado a exportar el 90% de su producción a un centenar de países de los cinco continentes. Cuenta con una amplia red de distribuidores y cinco filiales propias en EE.UU., México, Reino Unido y Francia, a las que recientemente se ha unido la delegación de Alemania, que le permiten tener presencia en más de un centenar de países.

Los productos de ZUMEX® cuentan con las más estrictas certificaciones internacionales según las necesidades del mercado, lo que ha permitido que sus modelos de Vending se instalen en un gran número de colegios de los EE.UU. y otros contextos como aeropuertos, hospitales y empresas, como es el caso de Decathlon en Francia o el importante grupo inversor Bidaya en Arabia Saudí.

Asimismo, sus exprimidoras están presentes en las principales cadenas de supermercados de todo el mundo como Mercadona y Carrefour en España, Auchan en Francia o H-E-B, y Whole Foods Market en Estados Unidos donde el mismo cliente puede exprimirse el zumo directamente en la botella. Para ello fue necesario diseñar el envase y se registró como diseño industrial.



Figuras del diseño de nº de solicitud 002082701, registrado en la EUIPO, sobre una botella para el envasado de zumos en supermercados

El Grupo Zumex es una compañía española del sector de la alimentación que muestra la importancia de proteger los intangibles, ya sean invenciones, diseños o signos distintivos, para alcanzar el éxito comercial

Actualmente, ZUMEX Group®, posee tres líneas de negocio:

- **ZUMEX Food service & Retail:** exprimidoras automáticas y licuadoras Premium para el sector de la hostelería, restauración y retail en general.
- **ZUMEX Vending:** máquinas de vending de última generación para ofrecer zumo natural recién exprimido en cualquier lugar como empresas, centros comerciales, grupos hoteleros, hospitales, aeropuertos y colegios.
- **ZUMEX Food Engineering:** proyectos de ingeniería a medida, tanto para la obtención de jugos a nivel industrial como para el procesado de cualquier tipo de fruta y verdura o alimento.

Tras el éxito del primer exprimidor, no han cesado en la creación de nuevos desarrollos, que se han protegido mediante patente. En la base de datos Espacenet, de la Oficina Europea de Patentes, es posible encontrar 19 familias de patentes o modelos de utilidad en las que ZUMEX® figura como titular. Entre sus últimos productos se pueden destacar la revolucionaria exprimidora automática de cítricos “Soul” para cafeterías y zumerías que utiliza la tecnología patentada denominada Conical System®, la tecnología pionera ZUMEX ASP® (Antibacterial Silver Polymer) o “Mastery” que supone una nueva generación de máquinas semi-industriales “Cold Press” destinada también al mundo de los “Juice Bar” y los zumos de frutas y verduras.

En definitiva, el Grupo Zumex es una compañía española del sector de la alimentación que muestra la importancia de proteger los intangibles, ya sean invenciones, diseños o signos distintivos, para alcanzar el éxito comercial.



Máquina Soul



Máquina Mastery



PASEO DE LA CASTELLANA, 75 - 28071 MADRID

www.oepm.es



Oficina Española
de Patentes y Marcas