



begira



nº 38
diciembre 2016

 **ULMA**

Felices Fiestas

IÑIGO UCÍN.
Presidente del
Consejo General de
MONDRAGON

ULMA, el Valor de
una Marca



mesa redonda

Relaciones Universidad - Empresa

Diciembre 2016



NOTICIAS Y ACTUALIDAD <
Soluciones innovadoras de encofrado
en arquitectura de vanguardia.



NOTICIAS >
Y ACTUALIDAD
ULMA Agrícola
experto en la
protección contra
la corrosión.



MESA REDONDA <
Relaciones
Universidad-Empresa.



> LOS OTROS TALENTOS DEL GRUPO ULMA
Aritz Kortabarria, Nadar, correr, pedalear.
Esfuerzo como terapia de vida.



> FUNDACIÓN ULMA
Un año más de
intensa actividad.

- 4 **noticias y actualidad**
Francisco Javier Elías Chocarro,
nuevo gerente de ULMA Carretillas
Elevadoras

Rehabilitación energética en un
edificio clásico manteniendo su
estética

Twitter Corporativo en ULMA; más
de 1.700 seguidores

ABRIDOR se suma a la
automatización logística a
temperatura controlada (-20°C)
- 14 **los otros talentos**
del Grupo ULMA
Aritz Kortabarria, ULMA Handling
Systems
- 16 **cara a cara**
IÑIGO UCIN. Presidente del Consejo
General de MONDRAGON
- 18 **reportaje**
ULMA, el Valor de una Marca
- 22 **mesa redonda**
Relaciones Universidad-Empresa
- 28 **Fundación ULMA**
Un año más de intensa actividad
- 32 **agenda y sugerencias**



EDICIÓN:
Grupo ULMA S. Coop.
Bº Garagaltza 51
20560 OÑATI
Tel.: 943 25 03 00
DIRECCIÓN:
Carlos Sarabia
csarabia@ulma.com
CONSEJO EDITOR/REDACCIÓN:
Nora Altube, Joseba Alberdi,
Elena Goirizelaia, Maria Sendin,
Irene Moreno, Edurne Unzueta,
Romu Arteche, Jesús Mari Eguiluz y
Carlos Sarabia.
DISEÑO Y MAQUETACIÓN:
Igone Basterra
ibasterra@ulma.com
IMPRENTA:
Gertu S. L.



Papel ecológico

ULMA CONSTRUCTION

ULMA Construction refuerza su posición en Estados Unidos con la adquisición de SOCON Forming & Shoring

A través de su filial en Estados Unidos, ULMA Form-Works Inc., ULMA Construction ha adquirido el control de SOCON Forming & Shoring, con el objetivo de ampliar y consolidar su presencia en la costa sureste de EEUU.

SOCON, con oficinas en Georgia y Alabama es, desde el año 2008, un reconocido proveedor de encofrados y servicios del mercado de la Construcción en la mencionada área. Realiza proyectos que van desde la construcción de edificios residenciales, edificios de gran altura y hospitales hasta plantas de tratamiento de agua y puentes. Dos de sus más emblemáticos proyectos son el Braves Stadium de Atlanta y el Aquarium de Georgia.

Estas nuevas ubicaciones y la próxima apertura de una sede logística en Florida, sumadas a las actuales de New Jersey y Maryland, permitirán a ULMA el acceso a todo el mercado de la costa este del país, una de las zonas geográficas de mayor potencial y crecimiento del sector en Estados Unidos. Con esta adquisición, ULMA Construction prevé prácticamente triplicar la facturación del 2015 en los próximos 3 años en el mercado de los EEUU.



ULMA CARRETILLAS ELEVADORAS

Empresas vascas debatieron sobre nuevos modelos de negocio orientados al servicio en torno a la Industria 4.0

UNA TREINTENA DE ENTIDADES VASCAS PARTICIPARON EL PASADO MES DE SEPTIEMBRE EN UN WORKSHOP ORGANIZADO EN OÑATI POR ULMA CARRETILLAS ELEVADORAS E IK4-TEKNIKER PARA COMPARTIR EXPERIENCIAS SOBRE INNOVACIÓN Y SER MÁS COMPETITIVAS.

El encuentro tuvo como objetivo demostrar la viabilidad de los modelos de negocio orientados a servicios, en particular para las PYMES, y ofreció información directa de las empresas interesadas en la ampliación de las actividades de servitización y reutilización en fabricación.

“Este tipo de innovaciones resultan vitales en un contexto en el que los fabricantes están sometidos a una constante presión de tener que adaptarse a un entorno empresarial en incesante evolución. Los modelos tradicionales de fabricación han sido relegados por actividades orientadas al servicio y esta tendencia ha derivado, por imperativo, en la búsqueda de maquinaria más fiable, más limpia, más segura y más productiva”, aclaran.

En la primera parte del workshop se hizo especial hincapié en el papel que juega la tecnología en la búsqueda de modelos de negocio orientados al servicio y contó con expertos procedentes del instituto alemán Fraunhofer, de la Universidad de Brescia (Italia) o de la empresa francesa Predict, especializada en avanzados sistemas de mantenimiento, además de la representación de centros

del tejido industrial vasco, como IK4-TEKNIKER, el Instituto Vasco de Competitividad Orkestra o la consultora B+I.

Igualmente se llevó a cabo una demostración real del gestor de flotas de ULMA en una carretilla elevadora y a continuación se contaron cinco ejemplos específicos de ULMA, Fidia, Kine Robot Solutions, Motorlan Fagor Automation y H-ENEA Living Lab.

ULMA Carretillas Elevadoras ha desarrollado una nueva solución tecnológica que permitirá hacer su flota de carretillas más inteligente, permitiendo al cliente optimizar la productividad y facilitar su mantenimiento.

Otra de las novedades es el “pulso electrónico” desarrollado también en el seno del Grupo ULMA Servicios de Manutención, que además de obtener información clave del estado de la batería, alarga la vida útil de la misma mediante un procedimiento basado en la tecnología de pulsos; un proceso que permite garantizar el doble y, a veces, el triple de la vida normal de la batería.



ULMA AGRÍCOLA

ULMA Agrícola experto en la protección contra la corrosión

En los últimos meses ULMA Agrícola, ha realizado la ampliación de 1Ha de las instalaciones de un cliente que lleva más de 14 años confiando en los productos y servicios que ofrece ULMA Agrícola.

ULMA Agrícola cuenta con una dilatada experiencia en realizar soluciones eficientes para casos como este, en el que la instalación se ubica en una zona de gran salinidad y radiación solar.

La instalación, dedicada a viveros, ha realizado la ampliación con dos módulos de invernaderos, uno de ellos con naves de Multicapilla Gótico de G6 y G8 equipadas con pantalla doble (de sombreado y ahorro térmico), removedores y doble cámara hinchable en los techos. El segundo se ha realizado con naves de Multicapilla Gótico de G9.6 equipadas con ventanas cenitales de tipo mariposa y pantallas de sombreado.

En esta ocasión, la novedad se ha centrado más en el uso del arco oval 90x50 y en pintar toda la estructura galvanizada en blanco.

ULMA Agrícola utiliza ya en todas sus nuevas instalaciones el arco oval de 90x50. Se trata de un producto más robusto, que frente al tubo redondo de 60 responde con un 130% más de inercia y una capacidad de resistencia superior en un 60%.

Pintando toda la estructura galvanizada en blanco, además de obtener mayor luminosidad dentro del invernadero y una sensación térmica mucho más agradable, esta capa de pintura brinda una mayor protección contra la corrosión y hace que la estructura alcance una temperatura inferior a la que podría llegar a alcanzar con el galvanizado.

ULMA HANDLING SYSTEMS

ULMA Handling Systems e IK4-Tekniker apuestan juntos por la innovación

ULMA Handling Systems y el centro tecnológico IK4-Tekniker consolidan su relación y se convierten en entidades colaboradoras tras la firma de ambas empresas para colaborar de forma conjunta en proyectos de I+D+i.

El objetivo del acuerdo es establecer una colaboración estable en el tiempo entre ULMA y el centro tecnológico y profundizar, aún más, en la apuesta que está realizando ULMA Handling Systems por la innovación y el desarrollo de nuevas soluciones y



sistemas en el ámbito de la intralógica.

Para ULMA Handling Systems, la renovación de su cartera de productos forma parte del compromiso que mantiene con la innovación y la búsqueda de soluciones que aportan mejoras en los procesos y que revocan en una sustancial reducción de costes.

ULMA PACKAGING

ULMA Packaging publica un nuevo catálogo de soluciones de envasado para comida preparada

EL NUEVO CATÁLOGO DE ULMA PACKAGING RECOGE UNA AMPLIA GAMA DE TIPOS DE ENVASES PARA PRODUCTOS ORIENTADOS A LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA HASTA LOS DESTINADOS AL CONSUMIDOR FINAL GRACIAS A LA POSIBILIDAD DE ELEGIR ENTRE CINCO SISTEMAS DE PACKAGING DIFERENCIADOS.

El sector de la comida preparada requiere como ningún otro, soluciones de envasado de la máxima calidad, que le permitan ofrecer una excelente presentación del producto, así como una extensa garantía de su óptima conservación para que el usuario final pueda disfrutar de un producto fresco y sabroso en cualquier momento del día de forma fácil y sencilla.

ULMA Packaging sabe que el éxito de sus clientes depende de la calidad de sus productos, y por tanto también de su envasado.

Para ello, por sus más de 50 años de experiencia en el desarrollo de equipos de envasado orientados a este sector, ULMA Packaging garantiza soluciones de máxima calidad para la comercialización de sus productos.

Su oferta tecnológica abarca un amplio espectro dentro de la industria de la comida preparada y de elaborados cárnicos, avícolas, de pescado, hortofrutícola, etc.





Twitter Corporativo en ULMA; más de 1.700 seguidores

¿Sabías que ULMA cuenta con un perfil muy activo en Twitter? Actualmente, cuenta con 1.700 seguidores y publica diariamente información relacionada con el Grupo y sus Negocios. En un mundo en el que todas las marcas buscan generar una comunidad en torno a ellas, ULMA no podía quedarse atrás. Hoy por hoy, si no estás en Internet se puede decir que no existes y si no estás en Twitter se puede afirmar que nadie te conoce.

Las redes sociales, y fundamentalmente Twitter, se han convertido en los auténticos escaparates de una Marca. Si quieres ser referente e influyente en tu sector, estar en Twitter de manera activa es un "must be". No es una elección sino una decisión estratégica.

De cara al año 2017 se pretende dar un impulso en la comunicación en RRSS y especialmente en Twitter. Será precisamente el canal donde ULMA dé a conocer tanto las noticias relacionadas con sus Negocios, con el ámbito corporativo y también la relación que mantiene con los agentes que forman parte del territorio en el que vivimos.

Los contenidos que puedes ver en



el perfil de Twitter son muy variados; desde noticias de los negocios, fotos de ferias a las que acuden, proyectos en los que participan, videos relacionados con eventos o proyectos, relación de ULMA con los diferentes agentes del entorno, etc.

¡No pierdas más el tiempo! Entérate de las últimas novedades de ULMA y aporta tu granito de arena formando parte de la Comunidad ULMA.



Vehículos autoguiados de ULMA Inoxtruck en Campofrío

Cuatro vehículos autoguiados fabricados por ULMA Inoxtruck forman parte, junto a otras grandes instalaciones de empresas del Grupo ULMA como ULMA Handling Systems y ULMA Packaging, de la automatización del flujo productivo de la nueva planta que Campofrío acaba de inaugurar en Burgos. Estos vehículos sin conductor, equipados con baterías de IonLitio, moverán cargas dentro de la planta de elaboración durante las 24 horas del día, 7 días a la semana.

Es el fruto de un proyecto en cooperación en el que también ha participado ULMA Embedded Solutions y que supone la culminación del desarrollo tecnológico de producto que ULMA Inoxtruck trazó en su hoja de ruta cuando se puso en marcha la nueva empresa en 2010.



Proyecto para la OCP

Una ingeniería marroquí adjudica a ULMA Conveyor Components el contrato de suministro de rodillos y soportes para el tratamiento de fosfato para la OCP en Marruecos.

El proyecto, llave en mano, consta de

una nueva línea (Nº 7) de alimentación de la planta de lavado del fosfato en Khouribga.

El cliente final, OCP, con el que ULMA Conveyor Components ya tiene un contrato de reposición de rodillos, es el principal productor mundial de fosfato. La OCP

está embarcada en un ambicioso proyecto para duplicar su capacidad de extracción y triplicar su capacidad de procesamiento en el horizonte del año 2020. Para ello tienen aprobado un plan de inversiones de 115 billones de MAD (unos 1.000 millones de €).



Rehabilitación energética en un edificio clásico manteniendo su estética

LA FACHADA VENTILADA ULMA SE HA ADAPTADO AL DISEÑO ORIGINAL, SIN RENUNCIAR A LAS VENTAJAS DEL NOVEDOSO SISTEMA.

ULMA Architectural Solutions ha participado en la rehabilitación de la fachada de un emblemático edificio situado en la Gran Vía del barrio donostiarra de Gros. El arquitecto buscaba una solución moderna, incorporando aislamiento de alta calidad por el exterior, pero manteniendo la estética anterior del edificio.

Según el arquitecto autor del proyecto **Álvaro Arcaya**, de Arcaya Arquitectos, "parece que hay que renunciar a los sistemas técnicos novedosos como la fachada ventilada para rehabilitar las zonas clásicas y no es así, esta obra lo demuestra. **La fachada ventilada ULMA ha sabido adaptarse a los requerimientos que pedíamos desde AR Arquitectos y hemos conseguido romper con la imagen de sistema modular estandarizado.**"



Los cuatro puntos clave a destacar:

1. Eliminación de juntas verticales

El hormigón polímero permitía un formato con dimensiones superiores al espacio entre ventanas (1800 de ancho), para que cubriera la máxima distancia y la junta vertical se disimulara mejor. De esta manera, se consigue un predominio de las líneas horizontales y el resultado estético es más vistoso.

2. Eliminación de juntas horizontales con el paso de la greca

Se creó una placa especial grecada con el paso de la greca específico de 11mm para que tuviera el mismo tamaño que la junta horizontal. De esta forma, se disimulan las juntas horizontales. Se buscó una altura específica de greca para que la altura de la placa cubriera el espacio entre forjados y conseguir así que no hubiera ningún corte visualmente.

3. Color especial

El arquitecto solicitó un color especial según carta NCS, para que contrastara con la fachada de hormigón visto y sus recercados.

4. Cálculo de estructuras

El cerramiento sobre el que había que anclar la subestructura estaba en muy malas condiciones, por lo que hubo que diseñar 3 posibles soluciones de estructura ancladas solamente a los forjados para adecuarse a las condiciones del edificio. ULMA se encargó de hacer los 3 cálculos de estructura y se eligió el que más garantías daba.



Francisco Javier Elías Chocarro, nuevo gerente de ULMA Carretillas Elevadoras

El nuevo Gerente de ULMA Carretillas Elevadoras, Francisco Javier Elías Chocarro, es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Executive Master in Business Administration (EMBA), y ha desarrollado gran parte de su actividad profesional en empresas de servicios y, concretamente, del sector del alquiler de maquinaria.

De origen bilbaíno, Francisco Javier Elías, de 52 años de edad, tiene una dilatada experiencia al frente de distintas unidades de negocio dentro del Grupo GAM (Grúas Aldaiturriaga), gestionando el desarrollo internacional del Grupo en LATAM (Chile, Brasil, Perú, Colombia y Panamá) y, posteriormente, como Director General de la filial del Grupo en México.

Su objetivo es orientar a la organización frente a los nuevos retos de su sector, enfocándose al crecimiento de cuota de mercado y expansión territorial, basados en el Cliente, la Calidad de Servicio y la Mejora Continua.

Aunque su incorporación a ULMA Carretillas Elevadoras se produjo el 13 de octubre, durante unos meses contará con el apoyo y asesoramiento del Gerente saliente, Angel Sánchez, que le cederá el testigo cuando se jubile el 31 de diciembre.





ULMA AGRÍCOLA

Presente en ferias de todo el mundo

ULMA Agrícola continúa apostando por las ferias y encuentros del sector agrícola como parte de su estrategia de internacionalización y refuerzo de su liderazgo en el mercado mundial.

A lo largo de este año 2016 ha contado con un amplio calendario de ferias, tanto de carácter local como internacional, destacando en especial su fiel asistencia a las ferias FIMA de Zaragoza, GREENTECH en Ámsterdam, FRUIT ATTRACTION en Madrid, EXPO AGROALIMENTARIA en México y GROWTECH EURASIA en Turquía. Confirma así, no sólo su solidez como empresa, sino también su apuesta por la internacionalización y el constante empeño de la compañía por estar cerca de sus clientes y usuarios finales.

De los productos presentados por ULMA Agrícola recalcar en especial la brida Lotu. Esta nueva brida, sustituirá al cabezal actual de los invernaderos de ULMA Agrícola, por lo que se convertirá en la pieza clave que ofrece una mayor

resistencia a la torsión del canalón, así como una mayor solidez en la unión entre canalón, cabezal y pilar además de permitir ajustes en altura y facilitar el montaje.

Se trata de una gran innovación para las estructuras de los invernaderos de ULMA Agrícola, ya que con un único producto cubre eficazmente las funciones para las que hasta el momento eran necesarias un gran número de elementos o referencias diferentes. Esto se traduce en una simplificación tanto en proceso de montaje como en el de producción y logística de todos los invernaderos multicapilla que ULMA Agrícola ofrece actualmente en su cartera de productos pudiendo así ofrecer un mejor producto y servicio a sus clientes.

Estos eventos además de ser un escaparate para mostrar la amplia oferta de soluciones y servicios sirven para apoyar su relación y constante acercamiento al cliente y usuario final.



ULMA HANDLING SYSTEMS

BRIDOR se suma a la automatización logística a temperatura controlada (-20°C)

Bridor, empresa francesa dedicada a la panadería, bollería y pastelería ha confiado en ULMA Handling Systems para desarrollar un completo sistema logístico automatizado en su instalación. El objetivo que ha impulsado a acometer el proyecto de automatización ha sido mejorar en productividad, aumentar su eficiencia y obtener un mayor control del material gestionando su trazabilidad.

El proyecto que desarrollará ULMA Handling Systems se centrará en un sistema de almacenamiento automático central para la preparación de pedidos de Bridor.

La instalación de Bridor estará compuesta por un almacén robotizado a una temperatura de -20°C equipado por 8 transelevadores (unit load) con una capacidad de más de 19.000 paletas. Además, el área de producción y almacén automático estarán comunicados a través de STV's Sorting Transfer Vehicles (sistema inteligente de transporte) los cuales operarán a temperatura controlada entre 3º y 5°C. El proyecto contará además con 6 puestos de salida para la expedición que también estarán a una temperatura de -20°C.



ULMA CONVEYOR COMPONENTS

Proyecto Terminal de Carbón y Mineral de Hierro en Croacia

Una ingeniería croata adjudica a ULMA Conveyor Components el contrato de suministro de rodillos y soportes para la nueva terminal de graneles de Ploče, Croacia. El puerto se encuentra cerca de la desembocadura del río Neretva, en la costa del Mar Adriático. La terminal cuenta con un ferrocarril que conecta con las minas, plantas siderúrgicas y otras importantes instalaciones industriales de Bosnia y Herzegovina. Es el segundo mayor puerto de carga en Croacia, después del Puerto de Rijeka con una capacidad de carga de 4,5 millones de toneladas.

El proyecto incluye la construcción de nuevos transportadores con capacidades de hasta 4.000 tn/hr, maquinaria para cargar y descargar barcos, sistemas para la carga de trenes y los sistemas de control de la nueva terminal para el manejo del mineral de hierro y carbón.

La nueva terminal supone una inversión de 30 m € y estará operativa a principios de 2017.

ULMA CONSTRUCTION

Soluciones innovadoras de encofrado en arquitectura de vanguardia

El Museo Fondazione Prada, diseñado por el arquitecto Rem Koolhaas, ha pretendido integrar en un solo espacio dos conceptos en continua interacción: **la arquitectura existente y la arquitectura de vanguardia.**

Ubicado en Milán, en una antigua zona industrial de principios del siglo XX, ha combinado siete edificios originales con tres de nuevas edificaciones: Podium, Cinema y Torre.

La Torre de 66m de altura y 18x35m de planta cuenta con nueve pisos diferentes entre sí tanto en altura como en geometría, creando así grandes balconadas.

Al tratarse de un edificio con plantas no típicas o no estándares, el equipo de ULMA ha planteado para este caso una solución de encofrado y apeo particular capaz de adaptarse a cualquier forma y tamaño. Cerca de 2.000m² de ENKOFORM VMK para muros, así como 1.200m² para losas, cada 2 plantas, han cumplido con las geometrías y los patrones diseñados por el arquitecto.

La particularidad de cada planta con la combinación de cercha MK y sistema multidireccional BRIO que ha permitido el apeo sin realizar ningún tipo de agujero sobre el muro, de acuerdo a las indicaciones de diseño.

Los requisitos de acabado del hormigón blanco fueron muy estrictos ya que se ha empleado por primera vez

una mezcla de hormigón muy fluida con polvo de mármol. Durante los 18 meses que duró su ejecución y dadas las particularidades del edificio, la asistencia en obra fue dinámica y continuada.



GRUPO ULMA

El Grupo ULMA lanza 4 nuevas piezas audiovisuales



Como parte de su estrategia de comunicación, desde el Grupo ULMA se han lanzado cuatro nuevas piezas audiovisuales que dejan clara la apuesta de ULMA por el lenguaje audiovisual adaptándose al contexto del mundo digital. Todos los videos están disponibles en Youtube. El primero de los videos pertenece a Los otros talentos del Grupo ULMA. El protagonista es Jon Jiménez, de ULMA Carretillas Elevadoras. La segunda de las piezas que se ha lanzado ha sido el video social de ULMA que pone el broche de oro a la campaña Somos ULMA. En el tercer video se hace un repaso de Bidegorriak Euskararentzat 2016 mostrando los momentos más divertidos del día. El último video está grabado con un dron y en él se muestran los edificios de ULMA.

ULMA PACKAGING

Nuevo apartado web de casos de éxito en proyectos de automatización



Recientemente ULMA Packaging ha publicado una nueva sección en su web corporativa de casos de éxito de proyectos de automatización realizados en el último periodo. Estos artículos recogen de manera resumida la complejidad de los retos de automatización que afronta ULMA Packaging y cómo les da una solución específica en cada caso. Analizando las necesidades concretas de cada cliente, desde ULMA Packaging Automation diseñan y fabrican desde sistemas de alimentación y manipulación de producto, logística de bandejas y cajas, células de encajado, hasta el paletizado final. El apartado irá creciendo junto con los proyectos que está desarrollando UPA para así ofrecer contenidos que esperamos sean de gran interés entre sus clientes.

ULMA CONVEYOR COMPONENTS

21º Congreso de Tecnología de Manipulación de Granel

Los pasados 12 y 13 de octubre tuvo lugar en Garnich (Munich) Alemania el 21º Congreso de Tecnología de Manipulación de Granel (21st Expert Meeting for Bulk Handling Technology).

Se trata del congreso anual de expertos en manipulación de material a granel, donde tanto empresas como universidades exponen las novedades, estudios, proyectos y avances tecnológicos más recientemente desarrollados. La asistencia superó las 300 personas, todas ellas pertenecientes a los sectores relacionados con la materia: Minería, Ingenierías, Fabricantes de Transportadores y Suministros

Industriales (repuestos) para conveyors. ULMA Conveyor Components GmbH participó tanto en el congreso como en la exposición asociada con un stand en el que mostró las soluciones aplicadas a los rodillos para equipar los conveyors de alta capacidad de transporte a granel. El interés y la respuesta de los asistentes fueron muy positivos. Se realizaron multitud de contactos entre los expertos y se espera que, como consecuencia de ello, el posicionamiento de ULMA Conveyor Components en el exigente mercado alemán, mejore notablemente.



ULMA PIPING

Bridas de orificio para control de caudal en SHELL

ULMA Piping se ha homologado en la petrolera SHELL con las bridas de orificio con Nipple soldado. La empresa de hidrocarburos anglo-holandesa es una de las cuatro más grandes del sector petrolífero junto a BP, ExxonMobil y Total.

Mediante el orificio con Nipple soldado, se realiza el control de caudal a través de la medición de presión en dos zonas separadas por un reductor de sección. A las bridas se les realiza un orificio y posteriormente se le suelda un Nipple en donde se instala el presostato para la medición de presión. Para obtener el caudal de la tubería, se

aplica el principio de Bernoulli. Este producto amplía la gama de productos que ULMA Piping está desarrollando en la periferia de la brida estándar, donde es líder mundial del sector Oil & Gas.



ULMA CONSTRUCTION

Descubre las caras del proyecto ULMA Construction en su nuevo video corporativo

Este video es otro paso más en la actualización de soportes de comunicación de ULMA Construction, tras el lanzamiento del Construction Book. Con ellos ULMA Construction pretende transmitir de forma audiovisual y gráfica su identidad, sus valores y su forma de trabajar.

A través de los testimonios de trabajadores y clientes ULMA Construction presenta de forma audiovisual no sólo su dimensión empresarial, sino lo que es más importante, su vertiente humana. ULMA Construction pone en valor su principal característica diferenciadora: la implicación de su gente en un servicio al cliente más cercano y resolutivo.

Aspectos como la dimensión internacional de la empresa, la apuesta por un I+D propio, la capacidad logística contrastada, el acompañamiento al cliente durante todo el proceso y la posibilidad de realizar cualquier proyecto, son cualidades que definen a ULMA Construction como empresa.

Este video refleja la realidad del día a día de ULMA Construction contada a través de las personas, de los trabajadores y clientes de la empresa en todo el mundo. Sus rostros presentan qué hay detrás del proyecto ULMA Construction: personas capaces de integrarse en el proyecto del cliente y de ofrecer soluciones innovadoras, seguras y ante todo más eficientes.

ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS

ULMA Architectural Solutions afianza su proceso de internacionalización en Latinoamérica con presencia en las ferias EXPOCAMACOL y EXPO CIHAC

ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS HA PRESENTADO SUS SISTEMAS DE DRENAJE EN HORMIGÓN POLÍMERO EN LAS FERIAS EXPOCAMACOL DE COLOMBIA Y EN LA FERIA EXPO CIHAC DE MÉXICO.

La feria ExpoCAMACOL fusiona la tecnología, la sostenibilidad y la construcción, por lo que reúne al sector empresarial y profesional de todas las actividades relacionadas con la cadena productiva de la construcción.

En cuanto a la feria EXPO CIHAC en México, es la cuarta edición a la que ULMA ha asistido.

En ambas ferias, el producto estrella a exponer ha sido el nuevo canal compacto, realizado íntegramente en hormigón polímero KOMPAQDRAIN. Con

su vanguardista sistema MAXFLOW, con sección en V, que otorga al canal mayor capacidad de drenaje y de auto limpieza. Estas características lo convierten en único en el mercado.

Tanto el mercado europeo como el latinoamericano ha recibido muy positivamente este nuevo desarrollo técnico que completa la ya de por sí amplia gama de soluciones de drenaje ULMA.



ULMA AGRÍCOLA

Invernaderos ULMA en la Polinesia Francesa

ULMA Agrícola ha finalizado recientemente la instalación de varias naves de invernaderos para el cultivo de hortalizas en una de las islas de la Polinesia Francesa.

La economía de la isla es caracterizada por la parte preponderante del sector terciario y el peso de las actividades no comerciales. Sin embargo, la actividad económica de la isla dista mucho de resumirse en estos dos sectores, puesto que la producción agrícola y la industria también tienen presencia y fuerte impacto en la economía de alguna de las islas.

El clima en la isla es de tipo tropical, cálido y húmedo todo el año con una duración de días y noches que se mantiene sensiblemente constante todo el año, independientemente de las estaciones.

Con estas características ULMA



Agrícola ha diseñado el proyecto adaptándose tanto a la climatología de la zona, como a las necesidades del cultivo de tomate y plantines de tomate que se producirán en su interior.

La estructura se ha protegido con acero galvanizado en caliente y los perfiles se han instalado en aluminio por su mejor comportamiento ante la salinidad.

Por otra parte, los invernaderos se han equipado con ventilaciones tipo supercénit. Se trata de una ventilación muy recomendada para una eficiente

renovación del aire caliente que se acumula en la parte superior del invernadero. También incluye una pantalla de sombreado, que ayuda a proteger las plantas en los momentos en los que la luminosidad del interior del invernadero es muy elevada. Ambos equipamientos están conectados a un automatismo que, mediante los sensores y las consignas adecuadas, accionan los mecanismos de manera automática, para que se obtenga el ambiente óptimo para la producción de un cultivo de calidad.



ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS

Nuevos dossiers de Fachadas Ventiladas y Prefabricados Arquitectónicos

ULMA Architectural Solutions acaba de lanzar dos nuevos dossiers con estilo más moderno, minimalista y adecuados a las tendencias del mercado.

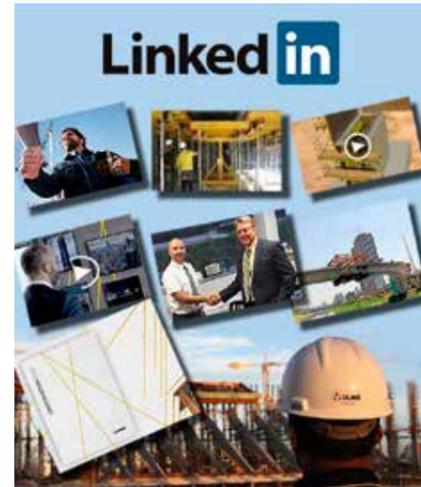
El dossier que ha sufrido un cambio más drástico ha sido el dossier de Fachadas Ventiladas, ya que además de la evidente renovación gráfica, está última edición se ha impreso en un papel con textura reciclada. Los proyectos internacionales más

recientes son los grandes protagonistas, donde abundan las imágenes detalladas de texturas y acabados especiales.

En cuanto al dossier de Prefabricados Arquitectónicos reúne las mejores soluciones de piezas en hormigón polímero tanto para obra nueva como para rehabilitación. Incluyendo tanto piezas estándar como piezas especiales realizadas a medida según las necesidades de cada proyecto.

ULMA CONSTRUCTION

ULMA Construction supera los 5.000 seguidores en su canal de LinkedIn



La red social profesional LinkedIn forma parte del ecosistema digital diseñado por ULMA Construction para reforzar y promocionar los contenidos publicados tanto en sus sitios web corporativos y locales, como en otras plataformas digitales como Youtube.

Cada una de estas plataformas digitales interrelacionadas entre sí, obedece a una estrategia de comunicación única, adaptando los contenidos a cada medio y audiencia, que en el caso de LinkedIn crece a diario y acaba de superar los 5.000 seguidores.

Son seguidores que adquieren un comportamiento activo, que además de mantenerse informados sobre las soluciones innovadoras de ULMA Construction en sistemas de encofrado y andamiaje, comparten estos contenidos con nuevos usuarios que conforman su propia red profesional, convirtiéndose en prescriptores y multiplicando su difusión.

En gran medida son los propios socios y trabajadores de ULMA Construction, que suponen un 2,5% de la audiencia, junto con supervisores de obra, distribuidores y clientes que han colaborado estrechamente en varios proyectos de construcción, los que participan más activamente realizando comentarios y aportando puntos de vista cualificados que dan relevancia y notoriedad a ULMA.

ULMA HANDLING SYSTEMS

El futuro y las nuevas tendencias en almacenes automáticos: supervisión remota de los almacenes automáticos para LOGÍSTICA 4.0



Inmerso en su estrategia de innovación constante, ULMA Handling Systems abre sus puertas a la nueva revolución INDUSTRY 4.0 vs. LOGÍSTICA 4.0 que se presenta como la Industria

del Futuro, donde el mundo virtual de la tecnología de la información (TI), el mundo físico de las máquinas e Internet se convierten en uno.

En colaboración con Centros Tecnológicos, ULMA Handling Systems se encuentra actualmente en pleno desarrollo en diversos proyectos con sello de LOGÍSTICA 4.0 orientados a la generación de sistemas de entorno colaborativo Hombre-Máquina o el desarrollo de un software de análisis capaz de convertir la gran cantidad de datos producidos por los almacenes inteligentes en información útil y valiosa para la toma de decisiones acertada. El desarrollo de estos proyectos, permitirá la monitorización e interacción en tiempo real, obteniendo notables ventajas en productividad y eficiencia de los procesos logísticos.

"LOGÍSTICA 4.0 significa convertir nuestra empresa en una empresa inteligente que nos permite gestionar la información clave para conseguir los mejores resultados que repercuten directamente en la calidad de servicio ofrecido al cliente" informa Mikel Altuna, Coordinador de Innovación de ULMA Handling Systems.

"La revolución de LOGÍSTICA 4.0 se presenta como una nueva manera de organizar la cadena de valor que tiene como objetivo la puesta en marcha de un gran número de «soluciones de intralogística- smart warehouse» capaces de una mayor adaptabilidad a las necesidades y a los procesos logísticos, así como a una asignación más eficaz de los recursos" añade Mikel.

ULMA PIPING

Nuevas oportunidades para ULMA Piping en la generación de energía

Como parte de su proceso de diversificación, ULMA Piping ha tenido que pasar una auditoría para homologar los ensayos no destructivos y poder realizar así piezas para los generadores de energía de GENERAL ELECTRIC.

El proceso de homologación duró dos días y en ese tiempo, el cliente ha tenido que verificar las capacidades técnicas tanto del proveedor (ULMA Piping) como de los técnicos a la hora de realizar los ensayos no destructivos. La homologación se dividió en dos partes, por un lado, la documentación y por otro lado los propios ensayos.

En cuanto a los ensayos, se analizaron y homologaron las técnicas de ultrasonidos para detectar los errores internos (UT Test) y líquido fluorescente para detectar las imperfecciones superficiales.

En la foto, por un lado, Anne Albanese, encargada de la homologación por parte de GENERAL ELECTRIC y, por otro lado, Jon Ozaeta, técnico de ensayos no destructivos de ULMA Piping

(tanto en ultrasonidos como en líquidos penetrantes).

Con esta nueva auditoría, ULMA Piping pone de manifiesto una vez más su clara apuesta por las nuevas oportunidades de negocio.



ULMA PACKAGING

Dos nuevos modelos de termoselladoras para el sector hortofrutícola de hasta 120 env/min

ULMA PACKAGING HA DESARROLLADO DOS NUEVOS MODELOS DE TERMOSELLADORAS PARA EL ENVASADO DE FRUTAS Y VERDURAS EN BANDEJAS PREFABRICADAS.



Tanto el modelo TSA 680 P como el TSA 875 P corresponden a esta nueva familia que difiere en el nivel de avance pero que cuentan con características comunes que las convierten en máquinas de termosellado idóneas para el sector hortofrutícola.

Mediante el innovador software UMC (ULMA Motion Control) optimiza la producción mediante un control preciso de posicionamiento de bandejas, consiguiendo alcanzar producciones de hasta 120 envases/min en función del tipo y dimensiones de bandeja.

Entre las características que más definen a esta nueva familia están:

- Fuerza de sellado
- Construcción robusta
- Facilidad de uso
- Reducido coste de mantenimiento
- Versatilidad
- Eficiencia energética
- Hasta 22 ciclos/min
- Fácil cambio de formato

El modelo TSA 875 P ha sido presentada en la pasada feria Fruit Attraction de octubre celebrada en Madrid generando un gran interés por parte de los visitantes.

Los otros talentos del Grupo ULMA

Empleados y socios del Grupo hacen compatible su carrera profesional con aficiones muy exigentes en las que demuestran que con talento y esfuerzo se derriban todos los muros.



Todo es ponerse y cada uno debe encontrar su actividad.



Nadar, correr, pedalear. Esfuerzo como terapia de vida.

Aritz Kortabarria, ULMA Handling Systems

Aritz Kortabarria, trabajador de ULMA Handling Systems, lleva 16 años practicando triatlón.

Agua, asfalto, esfuerzo, evasión, control, satisfacción, superación, solvencia. Estas palabras, sin aparente conexión entre ellas, describen el campo semántico en el que se sumerge Aritz Kortabarria cada vez que se prepara para competir en un triatlón.

Empezó hace 16 años y la práctica de este exigente deporte lleva tanto tiempo integrada en su rutina cotidiana que se ha convertido en un elemento inherente a su vida.

"Ya son tantos años que forma parte de mi vida. Es una forma de evadirte del trabajo, del estrés diario, del día a día. Yo no podría estar quieto después de trabajar. Es una vía de escape", explica Aritz, quien trabaja desde hace tres años en el departamento de SAP de ULMA Handling Systems.

Procedente del mundo de la bicicleta, empezó en el triatlón sin darse demasiada cuenta.

"Me metí en este mundo casi sin quererlo", evoca Aritz, quien entrena una media de unas 10 horas semanales que distribuye entre la práctica de la natación

y correr de lunes a viernes, mientras que la bicicleta queda reservada a los fines de semana.

La trayectoria que Aritz ha ido dibujando a base de brazadas, pedaleos y carreras le ha valido diversos puestos de honor en triatlones nacionales e internacionales, además de lograr ser 24 veces finisher en un Ironman, la prueba de triatlón más exigente que existe, integrada por 3,8 km de natación en aguas abiertas, 180 km de ciclismo y 42,2 km de carrera.

Los Ironman son una modalidad deportiva de elevada dureza, que implican una excelente forma física, un elevado

conocimiento de las propias capacidades del deportista y coquetean con los límites de quien lo practica poniéndole de frente contra su resistencia.

Durante estos 16 años, Kortabarria ha participado en competiciones de Estados Unidos, Brasil, México, Hungría, Chequia o Alemania y, recientemente, en el Campeonato del Mundo Ironman, una cita que se celebra todos los años en Hawái y que exige superar una serie de duras pruebas clasificatorias reguladas por la World Triathlon Corporation (WTC).

Sin embargo, la experiencia mundialista de Hawái ha tenido un sabor agri dulce para Aritz.

"No fue la carrera que esperaba. Hacía mucho calor y humedad. Hay que cuidar al máximo la hidratación. No pude exprimirme al máximo ni dar mi nivel. Algún día tengo que volver para quitarme la espinita", añade.

A pesar de ser una modalidad deportiva que demanda un elevado control mental, Aritz tiene muy claro que se trata de un hobby, una afición a la que acude para evadirse de las dificultades del día a día, que en absoluto representa una carga y que lo esencial para continuar practicándolo es no dejar nunca de disfrutar: *"tengo claro que el día que no disfrute no sigo en esto".*

Para él una de las mayores satisfacciones es la concentración mental que exige, esa abstracción del entorno que le permite olvidarse de todo lo demás y prestar atención únicamente a los mensajes que le envía su propio cuerpo. Respiración, pulso, ritmo...

"Cuando vas en carrera, vas concentrado en el pulso. Estás en otra dimensión intentando esquivar las malas sensaciones. La clave de una carrera está en superar esas sensaciones negativas, en la superación de los límites. Si he sabido superar con solvencia ese bache psicológico en carrera estaré satisfecho, orgulloso y en paz", razona Aritz.

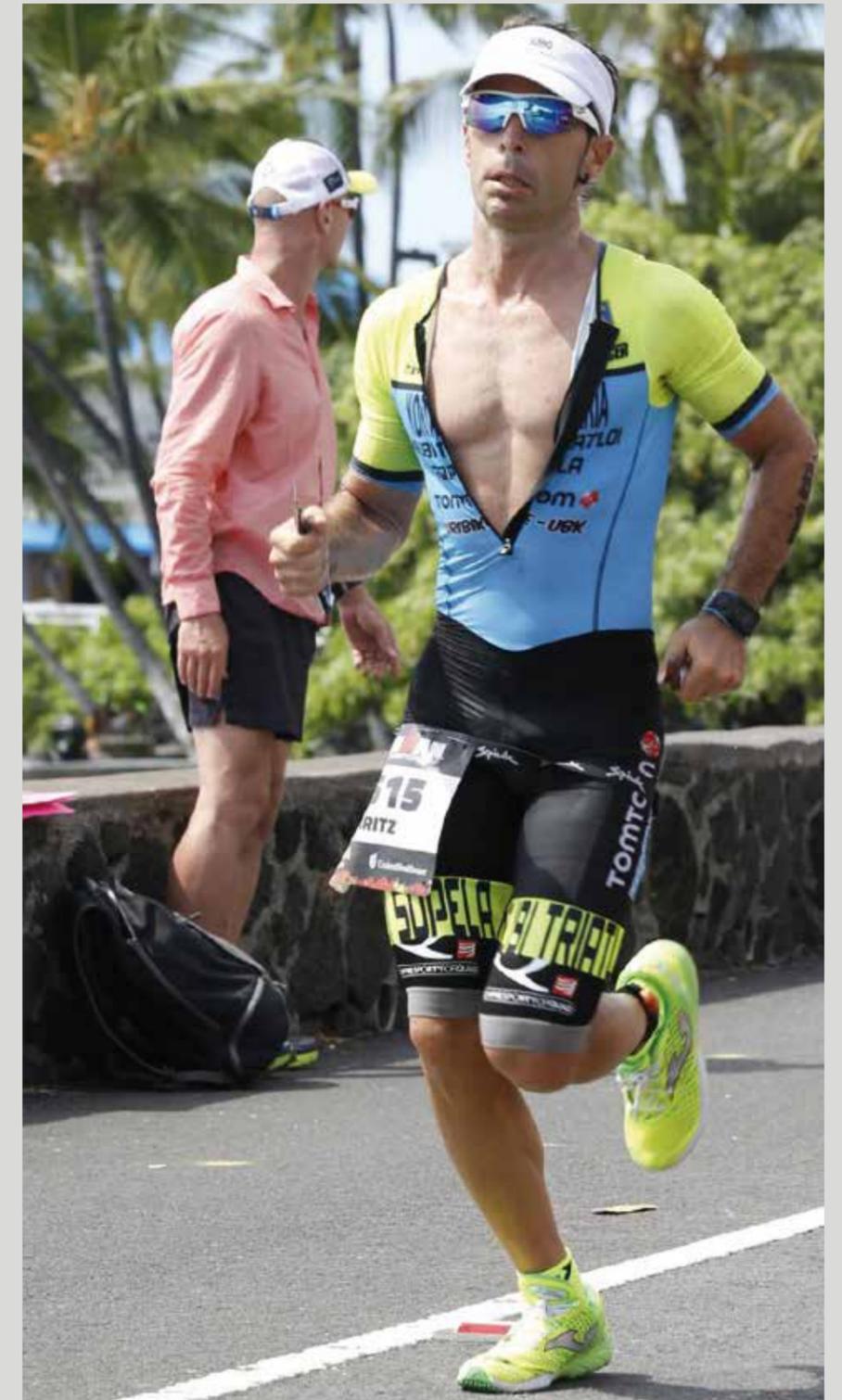
A pesar de que para él son mucho más importantes las sensaciones que experimenta durante la prueba que el resultado obtenido, Aritz tiene un palmarés significativo y el año pasado fue el undécimo clasificado elite [MB1] en el Ironman Madrid KM0, el sexto clasificado elite en el Half Triathlon Ribadesella y el cuarto clasificado elite en el Triathlon Half Astromad.

Kortabarria resta importancia a la exigencia de su deporte y está convencido de que el efecto terapéutico que para él tiene el triatlón es lo suficientemente poderoso como para disuadirlo de abandonar.

"Todo es ponerse y cada uno debe encontrar su actividad. El efecto que puede tener en mí el deporte para otra persona puede ser ir a pescar", concluye.



Es una forma de evadirte del trabajo, del estrés diario, del día a día. Yo no podría estar quieto después de trabajar.



El Grupo ULMA
es un referente
dentro de
MONDRAGON



“El factor clave de la competitividad de las empresas va a ser el de las personas.”

IÑIGO UCÍN. Presidente del Consejo General de MONDRAGON

“¿Con qué ánimo llega Iñigo Ucin a la Presidencia de la Corporación MONDRAGON?”

Con muchas ganas de trabajar y hacer cosas. Y puedo decir que lo que percibo de las personas que me rodean, tanto en el Centro Corporativo como en el Consejo General y la Comisión Permanente, es que la gente está por la labor. En este sentido, me gustaría resaltar que los últimos tres años no han sido nada fáciles y que el Congreso del pasado julio ha sido clave porque en él se ha consensuado el “MONDRAGON del Futuro” que entre todos queremos construir.

“¿Retos Estratégicos que van a marcar el devenir de MONDRAGON en los próximos años?”

Hablar hoy en día de lo que puede pasar en un horizonte de varios años es una temeridad, ya que el nivel de incertidumbre actual, tanto a nivel geopolítico, como económico, son máximos. Y lo peor es que se empieza a descontar que en el mejor de los escenarios esta situación va a perdurar por un espacio de tiempo que no va a ser corto.

No obstante, el reto está definido en la Política Socio-empresarial y no es

otro que “Conseguir que los Negocios se desarrollen desde posiciones competitivas sostenibles”. Para alcanzarlo, es necesario un Modelo de Desarrollo en cada Negocio que fije los desafíos estratégicos para alcanzar la dimensión que le permita un posicionamiento competitivo adecuado. Además, tendremos que potenciar la concentración de Negocios, gestionando proactivamente el desarrollo de alianzas estratégicas que mejoren nuestro posicionamiento producto-mercado.

“La Competitividad y la Rentabilidad de las Cooperativas

deben de ser las banderas que enarbole la Corporación. ¿Cómo se va a ayudar desde MONDRAGON a las Cooperativas a alcanzar ese reto?

Las estrategias corporativas para conseguir el reto, también se han definido:

- Compromiso e Identidad Cooperativa; potenciando el compromiso con la sostenibilidad, siendo autoexigentes y corresponsables tanto en el ámbito laboral como en el societario.

- Financiación, para poder disponer de los recursos necesarios y de una estructura financiera y patrimonial fuerte que soporte la sostenibilidad de los negocios a futuro. Para ello se buscará la diversificación de las fuentes de financiación e instrumentos de cooperación internos y con terceros.

- La innovación y promoción empresarial, para renovar permanentemente los Negocios y generar nuevos con empleo de Valor Añadido.

- La intercooperación, en una búsqueda sistemática de colaboración entre cooperativas y con terceros, como elemento generador de ventajas competitivas en todas las áreas de la empresa.

- Presencia global para poder competir en un mercado globalizado.

Teniendo en cuenta esto, estamos desplegando el Plan Estratégico del Centro Corporativo que como no puede ser de otra manera, incidirá en las estrategias descritas. No obstante, me gustaría resaltar que MONDRAGON es también y fundamentalmente el conjunto de Cooperativas agrupadas en Divisiones-Proyectos. Y en ese sentido, creo que hay tarea para todos y sin la colaboración de todas las partes implicadas, el resultado no será el deseado. Para explicarme, me gustaría utilizar como ejemplo la intercooperación, un concepto para el que podremos tener grandes enunciados, pero si los distintos decisores implicados en los distintos niveles no están por la labor, el concepto quedará en un simple enunciado, muy lejano de la realidad que

necesitamos con urgencia.

“No cabe duda de que nuestro futuro va a estar ligado a contar con personas muy capaces y con personas bien formadas para poder gestionar nuestras cooperativas. ¿Crees que la labor de la Corporación a través de Mondragon Unibersitatea resultará clave para determinar el “MONDRAGON del futuro” en este ámbito?”

Me gustaría resaltar otra vez que el conjunto de MONDRAGON está integrado por las Cooperativas, Divisiones-Proyectos y el Centro Corporativo y en este reto de contar con personas capaces, debemos de trabajar conjuntamente todos los implicados y por supuesto Mondragón Unibersitatea. A futuro el factor clave de la competitividad de las empresas va a ser el de las personas y nuestra universidad ha de ser la cantera de las personas capaces que vamos a necesitar, tanto desde el punto de vista profesional como del cooperativo.

“¿Qué papel crees que debería de jugar el Grupo ULMA en la Corporación MONDRAGON?”

El Grupo ULMA es un referente dentro de MONDRAGON. Su historia, sus negocios, su dimensión, su forma de ser cooperativa, su enfoque comarcal, etc., hacen de ULMA una experiencia singular, al igual que son también singulares el resto de experiencias cooperativas que tenemos en MONDRAGON. El papel del Grupo ULMA, al igual que el de las otras divisiones, ha de ser el de máximo aporte en todos los sentidos, haciendo que ese “MONDRAGON del Futuro” que hemos definido y aprobado en el último Congreso, sea una realidad.

“¿Qué mensaje trasladarías a los socios y trabajadores del Grupo ULMA en esta nueva etapa que se inicia?”

Que ULMA es un gran grupo y que es, junto con otros grandes grupos, parte de MONDRAGON, un referente

empresarial en muchos de sus negocios, pero sobre todo un referente mundial del cooperativismo. Que tenemos un proyecto ilusionante por delante. Un proyecto en el que, por encima de las singularidades, existe un acuerdo fundamental en los pilares que queremos mantener.

Que pese a la incertidumbre existente en el mercado y a los retos competitivos a los que nos enfrentamos, MONDRAGON es un proyecto con futuro y que nuestra forma de ser cooperativa, además de coincidir con nuestra forma de hacer empresa y querer construir nuestra sociedad, ha de ser una palanca competitiva fundamental.

Que conseguir ese cooperativismo competitivo, capaz de sobrevivir en el futuro, es labor de todos, de ese MONDRAGON constituido por nosotros, los cooperativistas que de forma cooperativa debemos de aportar ese diferencial competitivo a nuestros negocios.

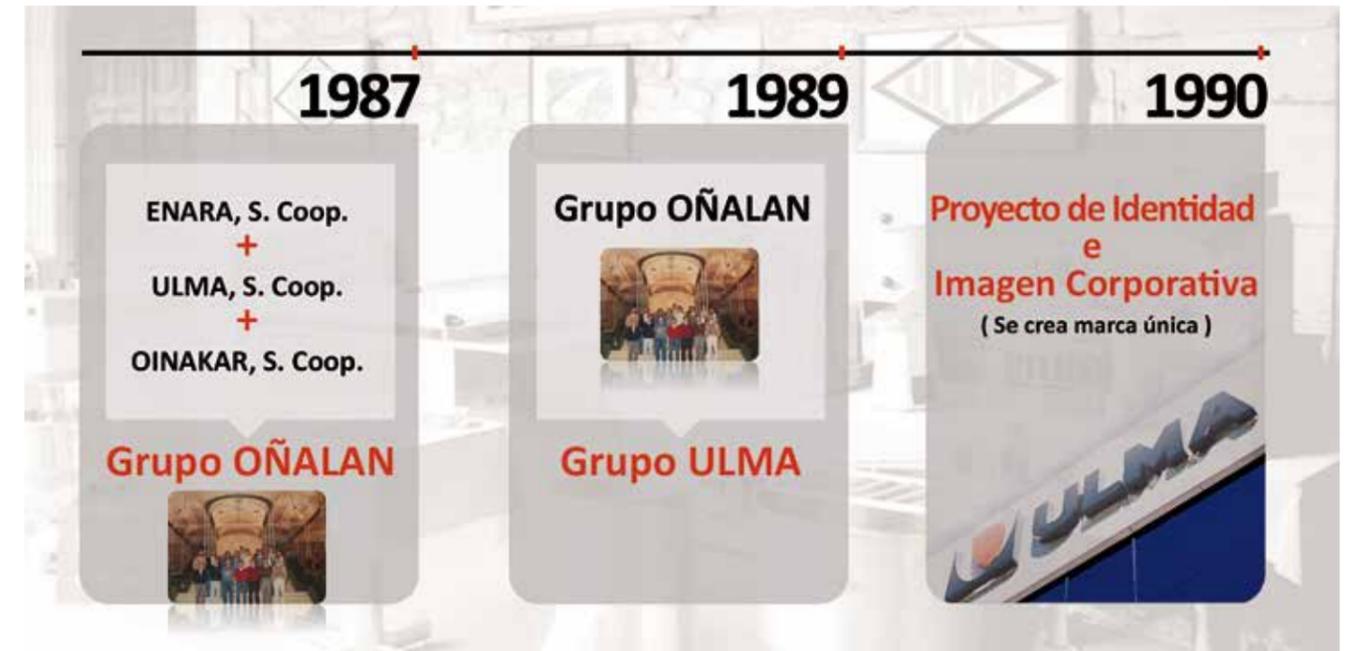
El reto estratégico que va a marcar el devenir de MONDRAGON en los próximos años está definido en la Política Socio-empresarial y no es otro que “Conseguir que los Negocios se desarrollen desde posiciones competitivas sostenibles”



ULMA, el Valor de una Marca



La construcción y consolidación de la marca ULMA se ha conseguido gracias al esfuerzo conjunto de todos los Negocios, que han trabajado con compromiso, lealtad y visión de futuro.



El 8 de julio de 2014, las selecciones de Brasil y Alemania se enfrentan en el partido de semifinales de la Copa del Mundo de Fútbol. El escenario del encuentro es el Estadio Gobernador Magalhães Pinto, situado en la ciudad brasileña de Belo Horizonte. El mundo está mirando. Decenas de miles de personas dentro de las instalaciones y varios millones desde sus hogares. Lo que tal vez muchos espectadores no sepan es que el espectáculo que están a punto de contemplar tiene lugar en un recinto que ha sido completamente remodelado con la ayuda y colaboración de ULMA.

ULMA es en la actualidad un Grupo Empresarial integrado por 8 Negocios especializados en diferentes sectores de actividad que es capaz de dar respuesta a la construcción de estadios mundialistas, capaz de ofrecer soluciones de gestión de equipajes de aeropuertos internacionales, logística de almacenamiento, infraestructuras de comunicaciones, sistemas de drenaje y fachadas ventiladas, invernaderos, carretillas elevadoras, equipos y sistemas de envase y embalaje, bridas y fittings para el sector energético, etc...

Pero para llegar hasta aquí, para llegar a contar hoy en día con una marca reconocida ha sido imprescindible emprender un camino conjunto, una historia compartida, llena de generosidad

«
El proceso de implementación de la marca única se alargó en el tiempo en función de los momentos de las diferentes cooperativas

y vocación innovadora que se remonta a la década de los 80, con la unión de las cooperativas ENARA, ULMA y OINAKAR.

Esta unión inicial se denominó Grupo OÑALAN y poco después se creó la actual Marca-Logo ULMA que daría lugar en 1990 al Proyecto de Identidad e Imagen Corporativa. Ya en esos primeros compases existe una primera demostración de solidaridad entre las cooperativas; se decide apostar por ULMA como nombre corporativo del Grupo y como nombre de marca.

Es en ese momento, 1990, cuando se pone en marcha el Proyecto de Identidad e Imagen Corporativa, que no era otra cosa que la implementación de la Marca ULMA en todas las cooperativas y la unificación de los nombres comerciales de las cooperativas que pasarían a ser Negocios. "El proceso de implementación se alargó en el tiempo en función de los momentos de las diferentes cooperativas de entonces", asegura Carlos Sarabia, Responsable del Área de Marca y Comunicación del Grupo y coordinador en aquellos años de la implementación del Proyecto de Identidad e Imagen Corporativa.

Los inicios de la "construcción" de la marca ULMA coinciden con la decisión, en 1993, de no entrar en MCC, hoy Corporación MONDRAGON. "Aquella



decisión tuvo un impacto relevante sobre el fortalecimiento posterior de la identidad e Imagen corporativa de ULMA como Grupo Comarcal", asegura Carlos Sarabia. "Fue un impulso importante para ULMA. Se determinaron unos Valores, una Visión Conjunta y una autonomía de los Negocios pero siempre con un concepto de Grupo único", recuerda Sarabia.

El proceso de internacionalización emprendido por algunos Negocios de ULMA en la década de los años 90 y la competencia con actores de todo el mundo también resultó clave para reforzar la construcción de la identidad de Marca. "Algunos Negocios salen al exterior y nos damos cuenta de que es necesario apostar por la Marca para que nos reconozcan y conseguir reputación".

A mediados de los años 90, el Grupo entra en un periodo de bonanza empresarial con un crecimiento muy importante. Todo este periodo sirvió para cohesionar a nuestras personas en un proyecto común. La construcción de la Marca sirvió para

alinear al colectivo interno en una sola dirección. Se trabajó con compromiso, lealtad y visión de futuro. Todo el proceso de unificación de marca ha resultado útil a los negocios.

Esta reflexión es compartida por Ander Ollo, de ULMA Construction, quien opina que la marca ULMA "ha tenido en el Grupo un efecto de refuerzo interno de la identidad, de sentido de pertenencia a unos orígenes y de desarrollo de valores comunes".

Para Ander, trabajar bajo el paraguas de la marca es también un elemento dinamizador de la actividad comercial: "Nos refuerza también en cada uno de los Negocios, ya que representa la pertenencia a un Grupo con una dimensión muy importante".

Pero además de una herramienta para la conquista de objetivos, **la marca ULMA es sin duda un valor arraigado a su entorno más próximo, vinculado a sus raíces y reconocido por la comunidad.** "El ser de

Oñati ha sido un plus en este proceso porque la gente se ha visto reflejada. ULMA lleva más de 55 años en Oñati y ha habido una identificación con la comunidad".

La marca ha funcionado como elemento vertebrador pero también es un activo económico. "Es un activo importante que hemos conseguido entre todos por haber tenido visión de futuro. Gracias a todos los Negocios que fueron en una misma dirección, se alcanzó una unificación que ha resultado definitiva", asegura Carlos Sarabia.

“La marca ULMA ha tenido en el Grupo un efecto de refuerzo interno de la identidad, de sentido de pertenencia a unos orígenes y de desarrollo de valores comunes”

Una mirada al futuro

Para hacer frente a los desafíos de futuro es necesario un redimensionamiento de la Marca que se ajuste a las demandas de la comunicación digital y transmita la vocación social de ULMA. Todo ello, en beneficio y refuerzo de los Negocios.

Los tiempos evolucionan. Lo vemos todos los días, donde la irrupción de las tecnologías de la información está modificando los entornos empresariales. Y lo vemos en la comunicación, donde la revolución digital está cambiando las relaciones entre las personas. Y en este contexto de cambio es clave mirar hacia el futuro.

"La marca ULMA necesita de un proceso de reflexión, tanto en los canales que tiene que utilizar como en los valores que tiene que poner encima de la mesa para alcanzar un posicionamiento y reputación acordes a las necesidades de sus Negocios. En este momento tenemos que plantearnos ya qué queremos que sea nuestra marca y para qué", precisa Carlos Sarabia. En su opinión, es necesario emprender ese camino para alcanzar el grado de reconocimiento y reputación que necesita ULMA.

"Cualquier estrategia de diferenciación te obliga a pasar por la marca. Protejámosla y seamos proactivos. Nuestra marca es un caso de éxito. El mundo ahí fuera se está moviendo muy rápido y nosotros no podemos estar parados". Ander Ollo también considera capital prepararse

para el mañana: "Trabajamos en diferentes sectores, pero tenemos en común una marca a la que hemos asociado unos Valores. El gran reto que tenemos hoy es su desarrollo coherente para todos los Negocios del Grupo".

Dos nuevos desafíos para la Marca se abren paso: la digitalización de la marca para adaptarla a los tiempos y el refuerzo de su Valor Social. "Esos dos ejes son la clave", afirma Carlos Sarabia. "Lo Social y Digital. Nuestros genes son sociales, nuestros principios son sociales. Nosotros no necesitamos hablar de responsabilidad social porque somos un Grupo socialmente responsable. El reto ahora mismo es dimensionar nuestro proyecto de marca. Es complicado, pero a la vez es muy ilusionante. Hay un trabajo apasionante por recorrer" agrega Carlos Sarabia.

"Debemos tomar las decisiones adecuadas con una visión de futuro que apasione a todas nuestras personas en este proyecto común que es ULMA" concluyen Carlos y Ander.

Debemos tomar las decisiones adecuadas con una visión de futuro que apasione a todas nuestras personas en este proyecto común que es ULMA

Relaciones Universidad-Empresa

Hemos querido sondear la opinión de tres decanos de Mondragon Unibertsitatea para que nos den su opinión sobre el actual estado de la relación Universidad-Empresa. Junto a ellos el Presidente del Grupo ULMA nos ofrece la visión desde la empresa cooperativa.

>> **L.B.: LANDER BELOKI**
Decano MU Enpresagintza

>> **C.G.: CARLOS GARCÍA**
Director de MPEG (Escuela Politécnica Superior de MU)

>> **B.P.: BEGOÑA PEDROSA**
Decana de MU Huzezi

>> **R.G.: RAÚL GARCÍA**
Presidente Grupo ULMA

« ¿Cuál es el diagnóstico actual que hacéis de la relación MU-EMPRESA? ¿Creéis que hace falta reforzar alguna cuestión? ¿Hacia dónde van las relaciones Universidad-Empresa en nuestro entorno? ¿Estamos bien posicionados?

L.B.: La relación Universidad Empresa es un elemento nuclear en Mondragon Unibertsitatea desde su origen.

Mondragon Unibertsitatea surge para dar respuesta a las necesidades formativas de una comarca y también a las necesidades de unas empresas ubicadas en la comarca, su historia ha ido siempre en paralelo con el desarrollo de la comarca y de sus empresas. Tratamos de que toda la actividad universitaria esté vinculada a ese hecho. Las relaciones con empresas se plasman en los programas, en los contenidos, en la investigación, en la transferencia, en el desarrollo de lo que trabajan en la Universidad.

Nuestro reto fundamental es poder estar acompañando a las empresas y a la altura de los retos que éstas tienen. Estamos rodeados de empresas con proyectos muy importantes que compiten a nivel internacional con grandes retos a nivel tecnológico, de desarrollo de personas, talento, etc. Estamos rodeados de empresas con retos muy ambiciosos y ese reto viene hacia nosotros. Tenemos que estar a la altura de las circunstancias,

tener dinámicas, metodologías, y en última instancia, alumnado que sale de la universidad para aportar en esas empresas. El gran reto es cómo seguir aportando a la empresa y cómo ser un acompañante de la empresa en su competitividad.

C.G.: Enganchando con el final de la exposición de Lander, hay que decir que acabamos de terminar un plan estratégico, las tres facultades y MU en su globalidad, en el que han surgido, de los contrastes que ha habido con las empresas, dos mensajes concretos, de cosas que no hacemos y tenemos que hacer. Las empresas ven la necesidad a medio y largo y plazo de tener que seguir capacitando a sus trabajadores y ahora en concreto hay una necesidad apuntando a la capacitación tecnológica, en concreto en gran parte de las cooperativas de esta comarca. Y ahí nosotros tenemos que ser flexibles e imaginativos para compatibilizar el que trabajadores a jornada completa puedan formarse de manera reglada. Es esta una necesidad que no estamos cubriendo muy bien.

En segundo lugar, hemos detectado que, en el ámbito tecnológico, tenemos que ser más proactivos para poder adaptarnos a las necesidades de las empresas. La relación que actualmente tenemos con las empresas es muy buena, tenemos muchos ejemplos: prácticas, trabajos fin de grado, fin de



máster, actividades de formación continua, proyectos de investigación bajo contrato, o de transferencia, prestación de servicio, etc, pero son relaciones "operativas".

Creo que tenemos que dar un paso más por adelantarnos a sus necesidades tecnológicas, y ser más proactivos, para lo cual debemos buscar cauces de comunicación con las empresas, generar foros de encuentro y establecer alianzas estratégicas, de manera que nos digan qué opinan de las nuevas iniciativas que queremos poner en marcha, que nos manifiesten sus necesidades no cubiertas, y que, en general, orienten nuestras acciones. Y, para ello necesitamos la complicidad de las cooperativas.



>> **B.P.: BEGOÑA PEDROSA**

B.P.: Retomando alguna de las ideas expuestas, tenemos que seguir aportando, adelantándonos en necesidades tecnológicas, pero es complicado. Hoy en día es casi imposible, estamos avasallados, no sabes qué va a venir en el ámbito tecnológico.

Desde la formación inicial, yo creo que una de las cosas que también podemos hacer desde la Universidad es capacitar a los estudiantes en temas que son más intangibles, que también va a ser muy necesario. Hablo de competencias sociales, cosas que no tenemos tan desarrolladas en nuestros currículos, porque son muy herméticos. Muchas veces nos apoyamos en la excusa de la burocracia. Tenemos que cumplir con procesos que nos marcan mucho los límites de los currículos, pero tenemos margen para sacar más provecho del tiempo que pasan los futuros profesionales con nosotros, que es mucho; pueden ser entre cuatro y ocho años si se incluyen doctorados. Y todavía pienso que esto no nos lo tomamos tan en serio como deberíamos. Adelantarnos es muy difícil.

En el futuro todo no va a ser digital y tenemos que hacer una profunda reflexión, por eso entro también en temas sociales; la transferencia en temas sociales no está del todo explotada: la comunicación, los puntos de encuentro, conocernos más... Estamos bien posicionados, pero se puede hacer mucho más.

« Mondragon Unibertsitatea surge para dar respuesta a las necesidades formativas de una comarca y también a las necesidades de unas empresas ubicadas en la comarca »

>> **L.B.**

R.G.: Yo creo que el diagnóstico es correcto. La colaboración que existe se reconoce y valora pero la verdad es que queda campo por recorrer todavía. Habría que establecer los engranajes necesarios para que podamos ir más allá, para que los representantes de las empresas y los de la universidad tengamos unos foros en los que sistemáticamente nos sentemos a hablar de formación y desarrollo, concretándolo por medio de sesiones de formación, proyectos de desarrollo de productos y tecnologías, proyectos de desarrollo en gestión y desarrollo de personas... todo ello con una sistemática para identificar necesidades y puntos en común y a partir de ahí poner en marcha proyectos. Tiene que haber canales, y mecanismos para que salgan ideas y proyectos.

«**Nuestro futuro va a estar ligado a contar con personas capaces y con personas bien formadas para poder gestionar nuestras empresas. ¿Qué papel creéis que tiene que jugar Mondragon Unibertsitatea en este tema? ¿Creéis que realmente se va a producir un importante déficit de personas cualificadas a corto plazo y que ello repercutirá en las empresas?**

C.G.: Sin duda. La pelea por incorporar talento en las empresas se está complicando, la competencia entre las empresas comienza a ser feroz.

Pero no sólo eso, las empresas necesitan formar a los que ya son sus trabajadores y necesitan, además, que los contenidos se adapten continuamente a sus nuevas necesidades. Y, con frecuencia, necesitan tal grado de especialización que no se puede dar respuesta desde la formación tradicional y hay que poner en marcha nuevos mecanismos de formación. Todo esto pide una comunicación muy fluida entre empresa y universidad, y de ahí nuestra apuesta por poner en marcha foros de encuentro con nuestros aliados estratégicos.

MU se compromete a ser 100 por cien fiable en estas relaciones. Nuestro mejor potencial, el de MU, está en las actuaciones a largo plazo; hay que tener en cuenta que la formación en general requiere tiempo, y por tanto desde ese punto de vista somos muy inerciales, por lo que necesitamos actuaciones y alianzas estables. Una de las claves del éxito de estas alianzas está en su estabilidad, en dotarles de orden, de sistemática, en definitiva, ser predecibles porque si no el día a día nos come.

B.P.: De hecho, es una de las cuestiones. El año pasado, haciendo el plan estratégico, ésa precisamente era una de las cosas que nos decían los grupos de interés: confiamos en vosotros, pero el día a día os come. Con la empresa nos pasa eso, pensamos que está ahí, que está atendida, pero cuesta responder de manera más ágil a las necesidades.



>> **L.B.:** LANDER BELOKI

L.B.: En el tema de la formación, necesitamos conocer mucho a la empresa y saber en qué temas está metida, qué le preocupa, qué tiene entre manos, qué se propone. Eso no es una visita, es una relación en la que vas creando confianza, y desde ese conocimiento puedes ser capaz de aportar, sin esa distinción tan taxativa que a veces se hace, aportación desde la formación o desde proyectos, hay muchos elementos comunes.

Vamos identificando temáticas concretas en las que aportamos a cada empresa y en torno a esa temática o reto concreto orientamos los distintos instrumentos que tenemos en la universidad, tales como trabajos fin de grado, trabajos fin de máster, prácticas, alternancia, módulos de programas en los que pueda participar la empresa, programas de doctorado, proyectos de investigación, con infinitas posibilidades de combinación de todo lo anterior, es decir, vamos alineando instrumentos académicos de aprendizaje para los alumnos en los retos compartidos con empresas en una colaboración a largo plazo.

R.G.: En este mundo, además, cada vez más hay más incertidumbre y menos certezas, y si hay una relación fuerte,

en este caso con el ámbito universitario, vamos a ser capaces como empresa de dar una mejor respuesta.

Creo que más que distinción entre formación y proyecto, yo hablaría de retos compartidos.

C.G.: Sí, de acuerdo. La formación va a ser clave, hace falta un mix bueno entre formación genérica y formación especializada, porque por un lado se nos piden profesionales todo terreno que sepan adaptarse a todo tipo de situaciones cambiantes, y que además no tengan sólo conocimientos tecnológicos, sino que hayan desarrollado competencias transversales, que sean buenos comunicadores, que trabajen en equipo, con capacidad de síntesis, con perfil internacional, por supuesto etc. Y, por otra parte, se nos pide también especialización muy concreta en determinadas tecnologías, muchas empresas necesitan incorporar perfiles muy adhoc para sus necesidades.

El reto está en el diseño de procesos de aprendizaje que permitan esa combinación de un perfil todoterreno de base con una alta especialización en algunas temáticas.



La formación va a ser la clave, hace falta un mix bueno entre formación genérica y formación especializada

>> **C.G.**

L.B.: De las 10 carreras más demandadas por los bachilleres vascos, 5 se están dando en MU, y de esas 5 creo que 3 eran ingenierías.

C.G.: Así y todo, no es suficiente. Faltan vocaciones técnicas, sin duda debemos ser más atractivos para los jóvenes de entre 15 y 20 años, porque nos va a hacer falta para mejorar nuestras empresas y, en definitiva, nuestra sociedad.

B.P.: ¿Pero son atractivas tal y como las planteamos? Esa es la pregunta. No ocurre solo a nivel CAV, es un patrón mundial, hay datos de la OCDE, las carreras técnicas no son atractivas tal y como las planteamos.

C.G.: A ver, aquí vamos a romper algún mito. Que no sacamos todos los ingenieros que necesita la empresa está claro. Según la última encuesta de Lanbide acerca de los titulados en 2012, la tasa de paro de los ingenieros de MU es de un 7%, cuando la media universitarias a nivel de Euskadi es el 16.5%. Es verdad que nos hace falta más, porque tenemos un tejido industrial tremendamente grande y todo lo que hagamos es poco.

Claramente se trata de ser atractivos y mostrar el lado amable de las ingenierías.

Hay un mito ahí de que la ingeniería es una carrera difícil y yo estoy absolutamente en desacuerdo con esa afirmación. No es una carrera que pida cerebritos ni un esfuerzo desproporcionado.

B.P.: El dilema no lo planteo en las ingenierías, yo lo planteo desde etapas anteriores. Lo que se está investigando viene de los niveles inferiores.

Estamos teniendo peticiones en educación secundaria básica y bachiller que nunca hemos tenido; se están moviendo y cambiando muchos procesos.

Hay mucha innovación en educación infantil y primaria, pero en secundaria y bachiller, que es donde la gente ve qué es lo que le gusta, el camino a seguir... no hay tanta innovación en metodologías, y hay que enganchar a los chavales...

No es un tema de ingenierías, hablo de niveles más inferiores.

C.G.: Efectivamente, la elección no se hace con 18 años cuando entras en la universidad, la elección se hace con 16 años en bachiller. Es cuando eligen.

Y hay otra razón que explica por qué tenemos tan pocos ingenieros, porque, exagerando, hemos renunciado casi a la mitad del público, que es el público



>> **C.G.:** CARLOS GARCÍA

femenino. En MU el 30 % de los alumnos de Ingeniería son chicas y es una cifra bastante buena (la media del estado, andará en un 20%), pero insuficiente. Ese mito de que la ingeniería es una carrera masculina ha hecho y está haciendo mucho daño, no sólo a nuestra sociedad, a toda la sociedad europea y occidental.

No hemos sido capaces de ser atractivos para el público femenino y no tengo explicación racional para ello, porque las chicas son tan buenas o mejores ingenieras que los chicos. Aún más, y lo que voy a decir se puede ver también en la última encuesta de Lanbide, en las titulaciones de Ingeniería no se aprecia brecha salarial significativa entre hombres y mujeres y, en algunos casos (en concreto en automática, informática, telecomunicaciones, organización industrial, etc.) estadísticamente se ve que las mujeres ganan incluso por encima de los hombres.

R.G.: Lo que sí tenemos ahora mismo es escasez de personal cualificado, por ejemplo, en el Grupo ULMA y especialmente en las empresas más tecnológicas del Grupo.

Aunque todavía no hemos salido completamente del túnel, es ya una

realidad que algunos negocios están sufriendo una carencia de ingenieros, de técnicos y otros, personas para el ámbito más técnico.

L.B.: Hay una labor muy importante para todo ello que yo creo que tiene margen de mejora, que es la orientación preuniversitaria.

Es fundamental que la gente disponga de toda la información para elegir qué estudiar y dónde estudiar. A veces nos encontramos con jóvenes que quieren revertir su carrera porque no encuentran trabajo. Esto no quiere decir que cualquier carrera no puede ser cursada pero sí que el que entra ahí sepa a qué se enfrenta y qué futuro y qué tipo de trabajos puede tener.

Todos estamos muy preocupados con el empleo, pero me da la impresión de que esa no es la variable que más tiene en cuenta la gente joven a la hora de decidir qué estudiar, me da la impresión de que está más en clave de qué me gusta.

C.G.: ¿Hay alguna manera de hacer ver a la gente joven qué supone hacer una ingeniería? Hace unos meses me lo preguntaba uno que empezaba, y sé que es difícil de trasladar.

Esta semana y la que viene hacemos unas puertas abiertas en la Semana de la Ciencia tanto en Mondragón como en ORONA Ideo y vienen un montón de ikastolas todos los días. Estamos intentando mostrar la cara amable de la mecánica, de la electrónica, de la informática... que son titulaciones todavía muy masculinas.



Es una realidad que algunos negocios están sufriendo una carencia de ingenieros, de técnicos y otros, personas para el ámbito más técnico

>> **R.G.**

L.B.: Es un tema de roles, a nosotros nos pasa en la facultad. Es curioso, pero es relativamente predecible. El porcentaje de mujeres es mucho más alto en Administración y Dirección de Empresas.

En Empresariales en general el público femenino es mayoría, pero no en emprendimiento. Se puede asociar con roles, carácter, desde el punto de vista cultural, ... Hay que ver cómo ir eliminando esas barreras.

B.P.: Eso hay que construirlo en la escuela y en la sociedad, donde los alumnos ven y oyen lo que se les transmite, lo que ven en TV; el mercado proyecta la diferencia de roles. Trabajamos con alumnos nuestros estos temas; en magisterio hay módulos para trabajar el género, pero es algo que tenemos que reforzar más, ya que vemos que en los países del norte de Europa está cogiendo carácter troncal en el currículo. Hay unos problemas tremendos con el género.

A muchos alumnos de la Universidad, cuando les preguntas qué piensan de esto, tienen asumido que esto no es un problema, que está superado, y estamos hablando de futuros educadores.

« **Estamos hablando de que la universidad tiene que ser un mecanismo de transformación. Para que eso realmente sea así, ¿qué retos hay encima de la mesa? Y MU, ¿qué retos tiene?**

R.G.: Visto desde fuera, el reto de MU en mi opinión es, por un lado, articular los engranajes de colaboración con las empresas para que todos nos beneficiemos de lo que aporta cada una. Además, esto ayudaría incluso a fortalecer ese prestigio que tiene MU de colaboración histórica con la empresa, lo cual aporta un elemento diferenciador muy importante respecto a otras universidades.

Otros retos pueden ser impulsar desde MU cambios en los modelos pedagógicos, adaptarse a las necesidades sociales, trabajar la igualdad de género, intentar influir y



>> **R.G.:** RAÚL GARCÍA

facilitar la vida a los jóvenes que tienen que decidir qué camino académico tomar y, en general, asumir un rol de avanzada en innovaciones pedagógicas, tecnológicas y de gestión. Que la universidad nos sirva para impulsar a las empresas para avanzar en esos campos.

B.P.: En relación a los cambios pedagógicos, el otro día en una escuela la persona que coordina todas las etapas nos contaba que hay un GAP entre los alumnos que entraron el año pasado en bachiller frente a los de este año en 1º de la ESO, hay un GAP en el frameworking, respecto a la actitud que tienen cuando están en el aula con el tema tecnológico, y que les estaba costando adaptarse a algunos cambios.

Habían preparado una estrategia para adaptarse a los cambios metodológicos y vieron que con los de primero de la ESO no tienen ningún problema. Estamos hablando de 2-3 años de diferencia. Para cuando lleguen a la Universidad, nos podemos hacer a la idea.

Para mí es una de las cuestiones en las que la Universidad se tiene que aplicar también. Para cuando lleguen donde nosotros, o estamos con el chip cambiado o nos van a sacar a nosotros de las aulas. Esto lo hemos trabajado mucho en MU, somos vanguardistas en temas de

innovación metodológica y podemos hacer una proyección de cómo van a ser esos alumnos en su futuro profesional.

En este terreno, hay estudios e investigaciones y las hipótesis están encima de la mesa, eso es algo que está ahí, no es que va venir, está ya ahí, e influye muchísimo en cómo van a ser las personas y los profesionales de futuro.

C.G.: Yo voy a decir algo que pensaba que ibas a decir tú, Begoña. Tenemos que mantener y mejorar el Paradigma de que formamos jóvenes preparados para trabajar en cooperación, en cooperativas o no. Este es nuestro diferencial, nosotros no formamos individuos preparados para correr, sino que formamos personas preparadas para liderar y arrastrar a otras personas y ser capaces de correr todos juntos y todos a la vez, para el trabajo en cooperación, y eso lleva muchos apellidos de competencias que hay que trabajar en el proceso de aprendizaje.

B.P.: Sí, las competencias de saber ser, saber estar, todas éstas que están escritas en los currículums desde hace tiempo.

Tenemos el Modelo LEINN en Enpresagintza que Lander puede hablar de ello. Es una herramienta más, y en los modelos avanzados que estamos viendo (en metodologías), en los buenos modelos, en las buenas prácticas, vemos cómo se está aplicando, y cómo está influyendo de manera que los alumnos que están trabajando de esta manera están muchísimo más motivados en las aulas. Y no hablamos sólo de escuelas privadas, sino que hablamos de modelos de educación pública a nivel de Europa, a nivel estatal, incluso aquí también hay muy buenas prácticas, donde están trabajando con el one to one, y promoviendo valores cooperativos muy fuertes y donde la conflictividad dentro de la comunidad educativa ha descendido de manera significativa. Eso quiere decir que hemos llevado a esos alumnos a trabajar de manera motivada, se han aplicado, se han comprometido y se han enganchado.



« Cuando hablamos de trabajadores del futuro, y de capacidades y competencias que tienen que desarrollar, las tecnológicas por supuesto y la especialización son necesarias, pero también todo lo intangible, los valores, lo social...

>> **B.P.**

Vamos a llevar eso al contexto de la empresa. Porque cuando hablamos de trabajadores del futuro, y de capacidades y competencias que tienen que desarrollar, las tecnológicas por supuesto y la especialización son necesarias, pero también todo lo intangible, los valores, lo social... los que van a entrar de aquí a diez años tienen otras expectativas y otras necesidades, y la empresa está preparada para eso o será complicado de gestionar.

L.B.: Un reto fundamental de MU a medio plazo es cómo seguir transformando la forma en que los alumnos aprenden.

Los profesores hemos pasado de enseñar a los alumnos a organizar dinámicas y metodologías para que ellos aprendan. Y nuestra labor y contribución fundamental es diseñar ese proceso de aprendizaje, los alumnos aprenden en espacios y dinámicas muy diferentes a los que nosotros aprendimos. El peso específico de materias impartidas en formato magistral cada vez es menor y se aprende cada vez más trabajando en equipo, fuera de las aulas de la Universidad por ejemplo en empresas o creando empresas para ir al mercado, con estancias en otros países... ahí tenemos enormes retos.

No es cuestión solo de incorporar esas dinámicas en los currículums, sino que eso esté presente en el sistema de evaluación, en las memorias, en las dinámicas, porque estamos viendo que esa forma de aprender es mucho más efectiva, coherente y potente

y la universidad tiene que ir cambiando.

En ciertas cosas tenemos más ventaja, pero ya sabemos que las ventajas se pierden enseguida si no seguimos pedaleando y fuerte.

Uno de los retos en MU es cómo ser innovador en el diseño de experiencias de aprendizaje, un aprendizaje en el que el aula juega un rol, pero hay otra serie de elementos en la vida del alumno en la Universidad donde van a tener que estar presentes nuevos valores, nuevas dinámicas, se tiene que tener en cuenta la digitalización y todo lo demás. Ahí tenemos un reto importante e interesante. Una de las ventajas que tenemos es que en la sociedad el conocimiento y el talento cada vez va a tener más importancia.

Para poder mantener el estándar de generación de riqueza, estado de bienestar, la generación del talento es el gran reto, y la gente capacitada va a ser fundamental y la Universidad va a ser un elemento clave; así que tenemos que hacerlo muy muy bien.

R.G.: Al hilo de lo que habéis comentado, añadiría al tema del valor de la cooperación, la sostenibilidad, que para mí va muy ligado a la cooperación.

Cooperar para el bien común, para la comunidad que sea, buscando el bien de todos, de la gran comunidad, del planeta. Es todo un reto, trabajar también esa sensibilidad por la cooperación y la sostenibilidad, intentar meterla en la formación de los alumnos para que salgan de manera natural con ese chip ya incorporado, y para que luego en su vida profesional desarrollen su trabajo teniendo en cuenta esos principios.

B.P.: La clave es que la persona es lo que la educación le hace ser. Y por eso tenemos que prescindir de muchos contenidos que pensamos que son imprescindibles dentro de los currículums y dejar paso a otros elementos, digo elementos por no decir competencias; valores, contenidos..., que son necesarios para un futuro mejor.

Fundación ULMA

En esta sección te ponemos al día de la actividad que tu Fundación realiza, en colaboración con las personas que formamos ULMA, como forma de canalizar nuestro compromiso con la transformación de la sociedad hacia un modelo más humanizado y sostenible.

Un año más de intensa actividad

Las recogidas solidarias, la conciliación laboral y familiar y el fomento del euskera han sido algunos de los objetivos este año.

| Solidaridad con los refugiados sirios

Como resultado de la campaña realizada hasta finales del año 2015, Fundación ULMA recogía casi 6.000 euros aportados por personas como tú, que sirvieron para que en enero de este año ACNUR pudiera enviar hasta Siria más de 500 lotes de alimentos básicos y mantas de abrigo, que repartieron entre familias de refugiados en la localidad siria de Madaya.

| Campaña de socios:

Berria y Goiena Klub

Por trabajar en ULMA ofrecíamos la posibilidad de suscripción anual a Berria o Goiena Klub, con importantes descuentos en la cuota anual. Estos dos medios de comunicación locales publican íntegramente en euskera y de esta manera fomentamos también su uso.

| Start Innova:

Fomentando el emprendizaje

Fundación ULMA participa en el programa Start Innova para la capacitación de jóvenes sobre las metodologías y herramientas necesarias para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento empresarial, social o de otra índole.

En esta edición con los estudiantes de bachiller de la ikastola Elkar Hezi de Oñati, donde tres proyectos de alumnos de esta ikastola quedaron entre los cinco finalistas, ocupando segunda, tercera y quinta posición en la clasificación final entre más de 750 alumnos de diferentes centros participantes.



Algunas de las iniciativas puestas en marcha por Fundación ULMA durante este año >>

| Taller de Marcha Nórdica

Dentro del programa de salud "Izan Osasuntsu", el 23 de febrero tuvimos ocasión de asistir a una charla-taller sobre Marcha Nórdica, impartida por el Club Nordic Walking. Las personas que asistieron pudieron conocer los beneficios que tiene para la salud y practicar los primeros conocimientos de iniciación en esta técnica tan saludable.

| Salida a Illunbe

El 27 de marzo tuvo lugar la tradicional salida a Illunbe para ver el partido de baloncesto Gipuzkoa Basket Club contra el FC Barcelona Lassa. Como en años anteriores, el viaje en autobús y la entrada fueron gratuitos para todas las personas trabajadoras de ULMA y sus familiares.

| Recogida de material escolar para Sahara

Recogida de material escolar para enviar a los niños que viven en los campamentos de Tinduf en Sahara. En total 2.000 kilos de

cuadernos, estuches, pinturas, bolígrafos, etc. y 242 mochilas, es lo que conseguimos enviar hasta allá con la imprescindible colaboración de la ONG Hermansoloña (Hermanamientos solidarios de Oñati), que fue quien se ocupó de la clasificación y del envío de todo el material recogido en una furgoneta que viajó directamente desde Oñati hasta los campamentos saharauis.

| Bidegorriak euskararentzat

Bidegorriak euskararentzat ha sido un proyecto socio-cultural impulsado por el equipo de Motivación del Euskera de ULMA, con el objetivo de reivindicar que el euskera, como lengua minoritaria que es en el mundo, necesita tener aquí su espacio propio y un especial cuidado por parte de todos. En ULMA lo cuidamos con especial cariño.

Este proyecto tuvo tres fases diferenciadas:

· Marzo-abril-mayo:

Durante estos meses se publicaba el decálogo de la ecología lingüística, donde cada semana pudimos aprender

las normas de convivencia entre las diferentes lenguas en el mundo. Y a su vez jugábamos al concurso lingüístico de preguntas y respuestas relacionadas con el mismo tema.

· Junio-julio:

Los murales del euskera, en forma de árboles, recogían los compromisos que escribían los trabajadores en pegatinas con forma de hoja para colocar en los árboles.

· Septiembre:

Para dar fin a este proyecto, el pasado 23 de septiembre, mostramos al pueblo de Oñati el compromiso de ULMA con el uso del euskera, organizando una marcha ciclista por el bidegorri que pasa por delante de todos los Negocios de ULMA en Oñati. Más de 150 personas participaban en el recorrido, que terminó en la plaza con la actuación musical de Amaia Txintxurreta. Y por la noche actuación del grupo KALAKAN en la Parroquia, con la colaboración de Oñatz Dantza Taldea y Ganbara Abesbatza.

+ 1.000 personas participaron en alguna de las actividades de esta exitosa iniciativa



<< Algunos de los participantes durante los talleres infantiles del mes de junio

| Talleres infantiles en verano

Con el objetivo de ayudar a padres y madres trabajadoras en la conciliación de la vida laboral y familiar, Fundación ULMA organizó en las instalaciones de Grupo ULMA en Oñati los primeros Talleres infantiles. Estos talleres se desarrollaban durante las tardes del mes de junio, cuando los más pequeños de la casa ya sólo tienen clase por la mañana. En horario de 2 a 6 de la tarde, para cubrir así el horario laboral de padres y madres trabajadoras de ULMA.

En estos talleres un total de 46 niños y niñas, acompañados de 4 monitores, tuvieron ocasión de aprender la importancia de cuidar la naturaleza que nos rodea por medio de juegos, experimentos y manualidades, así como salidas para observar el entorno.

Además, otros participantes enviaron su trabajo manual y pudieron sumarse a la fiesta del 30 de junio, que ponía fin a los talleres.

La valoración de esta primera edición por parte de padres y madres, así como de los propios niños y niñas fue muy positiva, según se recoge en los resultados de la encuesta que rellenaron los participantes.

| Caramelos solidarios

Para colaborar con la Asociación de Ayuda a la Niñez, APAN, y la Fundación FLEXER de ayuda al niño con cáncer, hemos realizado una compra de caramelos solidarios, que desde entonces se colocan en la Sala de Consejos de Grupo ULMA. Y animamos a todos los negocios para que sus caramelos sean también solidarios con alguna causa.

| Campaña de recogida de alimentos

Recogida solidaria de alimentos para enviar al Banco de Alimentos, quien a su vez se ocupaba de hacerlo llegar a los ayuntamientos de la zona para repartirlo entre las familias más necesitadas.

Se recogió principalmente leche, porque era lo que más solicitaban en ese momento, pero también recogimos conservas vegetales, de legumbres y pescado.

| Apoyo psicológico

Servicio de apoyo psicológico para familiares de personas mayores dependientes que viven en la Residencia San Martín de Oñati.

Se trata de sesiones de grupo coordinadas por el Director del área de Recursos Humanos de Grupo ULMA, y psicólogo, Joseba Martínez, de manera totalmente voluntaria los viernes por la tarde a partir de las 6.

El objetivo de estas sesiones es estar cerca de estos familiares y darles pautas para llevar su situación personal de la mejor manera posible, utilizando ejercicios de relajación, técnicas de programación neuro-lingüística y apoyo grupal. Todo ello para ayudarles a hacer frente a situaciones que les puedan generar ansiedad o malestar.

La primera fase junio-julio resultó muy positiva, según la valoración realizada por los asistentes y el propio personal de la residencia, por lo que se ha iniciado una segunda fase que comenzó en octubre y se desarrollará hasta fin de año.

<< Un momento durante las sesiones de apoyo psicológico para familiares de personas mayores dependientes



| Voluntariado social a Honduras

Fundación ULMA lanzaba en esta misma revista, en el mes de julio, una llamada para identificar alguna persona dispuesta a viajar a Honduras con la ONG ACOES (Asociación Colaboración y Esfuerzo), para trabajar como voluntaria dedicando un mes a personas a las que ayudar, enseñando lo que cada uno mejor sepa hacer.

Pero esta llamada no tuvo respuesta. Seguiremos con la idea y en 2017 volveremos a plantear la propuesta. Si crees que tú puedes ser esa persona, ya puedes empezar a planificar la agenda del año que viene para dejar hueco a tus vacaciones solidarias.

| Recolección para los refugiados en Grecia

La plataforma ciudadana Hotz Oñati de ayuda a los refugiados que llegan a las fronteras de Europa, inició una campaña de recogida de materiales para enviar a refugiados en Grecia. Para poder pagar los envíos hasta Grecia, organizaron una recolección en diferentes empresas en Oñati, colocando en las mismas huchas solidarias. Fundación ULMA colocó estas huchas en todos sus Negocios durante un mes y recogió algo más de 100 Euros. Algo es algo, y todo ayuda.

| Campaña de Fundación Mundukide "Un minuto al día"

El día 17 de octubre, Día internacional para la Erradicación de la Pobreza, arrancaba en ULMA la campaña de Fundación Mundukide

"Un minuto al día", cuyo objetivo es captar nuevos socios. La propuesta es sencilla: donar el valor de un minuto al día de nuestro sueldo mensual para que Mundukide pueda seguir trabajando en sus proyectos en países del sur.

Hasta el mes de diciembre la campaña estará presente en nuestras cooperativas, para pasar después a otras cooperativas de Mondragón.

| ERRIGORA: La cosecha del sur de Navarra solidaria con el euskera

Hasta el 8 de noviembre, ofrecíamos la posibilidad de comprar a través de ERRIGORA productos de la cosecha navarra solidaria con el euskera, ya que el 25% del importe recaudado, ERRIGORA lo destina al proyecto de difundir el euskera en el sur de Navarra.



| Recogida de juguetes para Cruz Roja

Para terminar el año, Fundación ULMA se suma a la campaña de Cruz Roja para la recogida solidaria de juguetes. Hasta el 16 de diciembre hay cajas de recogida en tu

cooperativa, donde puedes aportar juguetes para edades de 0 a 15 años, que sean nuevos, no sexistas ni bélicos, y que cumplan las normativas de seguridad para la edad indicada.

Si no sabes qué juguete comprar o no tienes tiempo, también puedes colaborar con la campaña haciendo una aportación económica de 5, 10 ó 20 Euros para que Cruz Roja se ocupe de comprar lo que les falte:

- Realizando un ingreso en la cuenta de Cruz Roja: ES22 3035 0001 510010018156
- O solicitando en tu Departamento de Personal que lo aporten y lo descuenten de la nómina de diciembre que se abonará el 5 de enero de 2017.

Todos los juguetes conseguidos se entregarán en los ayuntamientos de la zona para repartirlos entre las familias más necesitadas.

Esta Navidad, con la ayuda de todos, ningún niño de tu entorno sin juguetes.

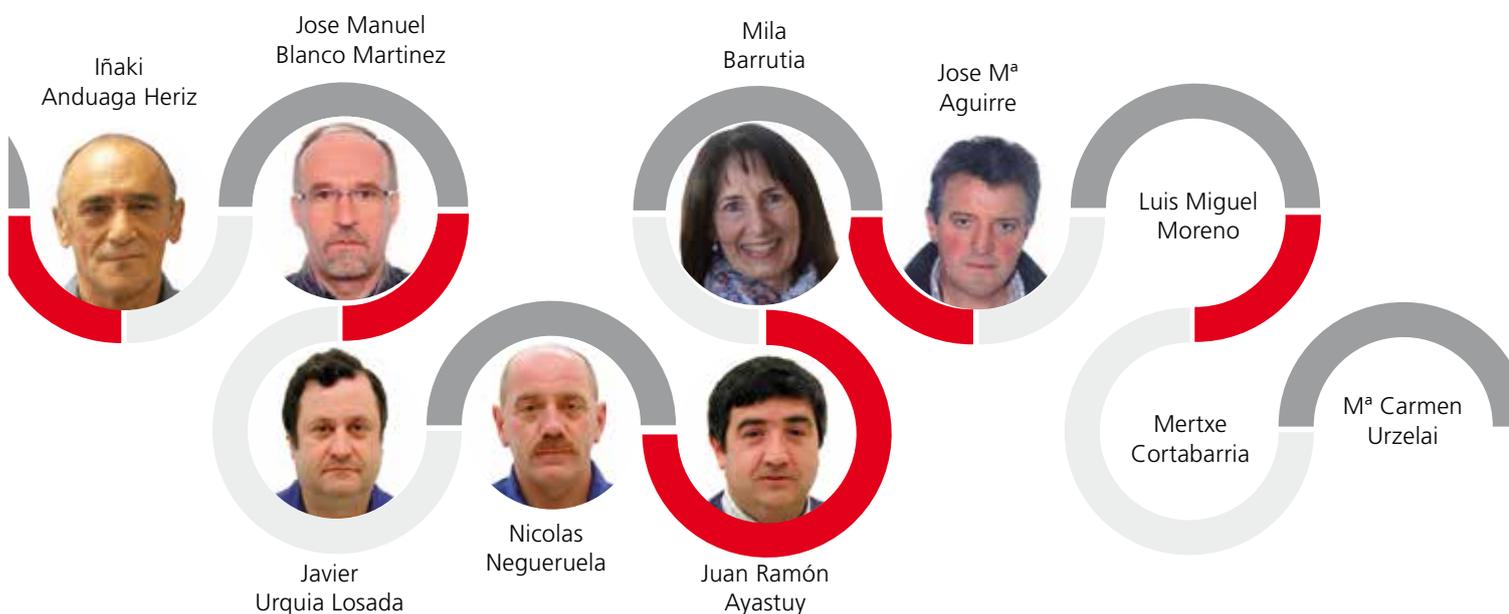




Basílica de Aránzazu, Oñati

La nueva basílica se comenzaba a construir en 1960, abierta a la liturgia en 1955 y consagrada en 1969. Se levantó sobre la antigua iglesia que había sido edificada en el siglo XIX, después de ser destruida por el incendio de 1834. Conserva la planta de la misma que sirvió de cripta. El proyecto fue de los arquitectos Sáenz de Oiza y Luis Laorga. Junto a ellos intervienen el escultor Jorge Oteiza para la fachada principal, el pintor Lucio Muñoz para la decoración del ábside, el escultor Eduardo Chillida para las puertas principales de acceso, Fray Javier María Álvarez de Eulate encargado de las vidrieras y el pintor Nestor Basterretxea para la decoración de las paredes de la cripta. Es la talla en punta de diamante lo que llama la atención cuando se ve la fachada principal. Las tres torres que componen el conjunto, la del campanario, alejada unos metros, y las dos que enmarcan la fachada, están realizadas con bloques de piedra caliza tallados en punta de diamante en clara alusión al espino en el que, según cuenta la historia, apareció la imagen de la Virgen.

JUBILACIONES: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2016



¡Gracias a todos y a disfrutar! **Felicidades**