

# begira



nº 41  
diciembre 2017

A red background with five white Christmas tree silhouettes hanging from the top.

*Felices fiestas*

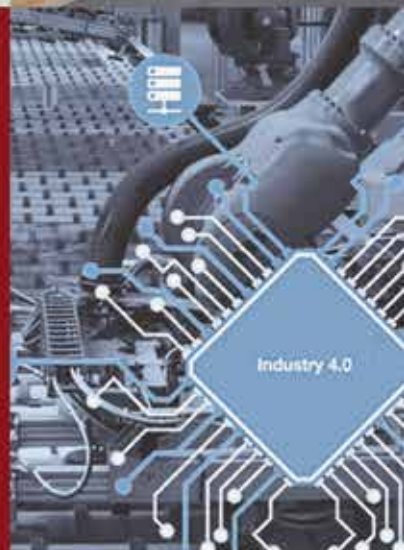
---

mesa redonda:  
Presidentes de Negocios  
Transformación Social

---

La Captación del Talento, un  
nuevo reto para las empresas

---





NOTICIAS Y ACTUALIDAD <  
ULMA ha desarrollado una **solución integral** para el proyecto de construcción del **viaducto Interlomas de México**.



NOTICIAS >  
Y ACTUALIDAD  
**Suministro de rodillos**  
para una **ingeniería francesa**



MESA REDONDA <  
Presidentes de Negocios  
**Transformación Social**



> LOS OTROS TALENTOS DEL GRUPO ULMA  
**Maite Zabaleta**. Una vida ligada al deporte y la montaña



> NOTICIAS Y ACTUALIDAD  
**Fachada Ventilada** con una innovadora  
textura CREAKTIVE 3D en **Finlandia**

4 **noticias y actualidad**

La mayor Distribuidora de Medicamentos de Uruguay, D4, opera a pleno rendimiento con el sistema logístico automatizado de ULMA

Würth España se convierte en proveedor preferente de herramientas de ULMA Carretillas Elevadoras

ULMA Agrícola ha participado en la FRUIT ATTRACTION 2017

Únete a la era de la Industria 4.0

ULMA Packaging desarrolla el nuevo sistema TIGHT-BAG para productos congelados

ULMA Piping se adjudica la segunda fase del proyecto Parsian C2 en Irán

16 **los otros talentos del Grupo ULMA**

Maite Zabaleta. Una vida ligada al deporte y la montaña

18 **mesa redonda**

Presidentes de Negocios  
Transformación Social

24 **reportaje**

La Captación del Talento, un nuevo reto para las empresas

28 **Fundación ULMA**

La actividad de 2017 en titulares

30 **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,  
Aitor Albisu, Jesús Mari Eguiluz y  
Carlos Sarabia.  
**DISEÑO Y MAQUETACIÓN:**  
Igone Basterra  
ibasterra@ulma.com  
**IMPRENTA:**  
Gertu S. L.



Esta revista está impresa  
en papel reciclado.  
**#gestosostenible**

## ULMA HANDLING SYSTEMS

### La mayor Distribuidora de Medicamentos de Uruguay, D4, opera a pleno rendimiento con el sistema logístico automatizado de ULMA

ULMA Handling Systems anuncia la plena operación del almacén automatizado con área de preparación de pedidos, en el operador logístico D4 Logística & Distribución, en Uruguay. La empresa, una alianza de los laboratorios farmacéuticos Celsius, Roemmers y Urufarma, es la mayor distribuidora de medicamentos del país.

La historia de este almacén automatizado se funde con la creación del propio D4. Al iniciar sus actividades, el distribuidor decidió invertir en una instalación automatizada debido al incremento en el número de operaciones: volumen anual de 60.000 pedidos; 30 millones de unidades y 750.000 líneas de SKUs por pedido.

*“Es inimaginable atender a esta demanda de manera eficiente sin un sistema automatizado de almacenaje y preparación de pedidos. Antes del D4, cada laboratorio gestionaba su almacenaje y preparación de pedidos de forma convencional y manual pero claro, con menor capacidad”,* cuenta Diego Manganeli, gerente general de D4 Logística & Distribución.

La solución desarrollada por ULMA Handling Systems engloba procesos de embalaje, almacenaje automatizado hecho por Fine Stockers (transelevadores para cajas o miniloads) y un sistema de



separación de pedidos con tecnología Pick to Light. El almacén tiene capacidad para operar 300 cm<sup>3</sup> de SKUs: lo equivalente a 12.500 cajas plásticas y un edificio de 12 metros de altura.

*“Este sistema ofrece una máxima flexibilidad de servicios a los clientes de D4 Logística & Distribución, adaptándose a las oscilaciones de demanda del*



*mercado de distribución farmacéutica”,* explica Cesar Fracalanza, director general de ULMA Handling Systems para Brasil y América Latina.

## ULMA PIPING

### Desarrollo de pieza Block-Branch

ULMA Piping ha diseñado y fabricado elementos Block Branch para el Grupo Petronas, para el proyecto Rapid de 20.000 millones de euros que está llevando a cabo en Malasia.

El diseño de estos elementos se ha llevado a cabo siguiendo las directrices marcadas por Tecnimont, una de las ingenieras italianas más importantes del sector Oil&Gas. En lugar de los elementos estándar para la conexión de tubos, se han desarrollado elementos con un diseño especial y diferente.

Después de trabajar el diseño en la oficina técnica, se ha aceptado la

propuesta de ULMA Piping. A pesar de ser piezas especiales, se ha seguido el proceso habitual de las bridas: forja, tratamiento térmico y mecanizado realizado en base a plano.

Más allá de los productos corrientes del catálogo, el resultado de este proyecto ha consistido en el diseño y venta de un nuevo elemento realizado por ULMA Piping.



## ULMA CONVEYOR COMPONENTS

### Renovación de 2 años del contrato de suministro para Minera Las Bambas

La explotación Minera Las Bambas es una mina de cobre de gran envergadura perteneciente al Grupo Minero MMG. Se encuentra ubicada a más de 4.000 metros sobre el nivel del mar en la Provincia de Cotabambas, Región de Apurímac, Perú. Tiene reservas minerales de 7,2 millones de toneladas de cobre y recursos minerales de 12,6 millones. Se estima que en los cinco primeros años se producirán más de 2 millones de toneladas de cobre en concentrado.

La planta concentradora ha sido diseñada para tratar 140.000 toneladas diarias de mineral (lo cual equivale a 51,1 millones de toneladas por año), y tiene espacio adicional en el área que ocupa para aumentar la capacidad de molienda.

La mina produce concentrado de cobre que contiene oro y plata como subproductos, así como un concentrado de molibdeno.

En marzo de 2016 ULMA Conveyor Components fue adjudicataria del contrato de 1 año de duración para el suministro de rodillos en consignación y el asesoramiento técnico del personal de Mantenimiento.

Una vez vencido el contrato anterior, se puso en marcha un nuevo tender en julio de 2017. La propuesta de ULMA Conveyor Components consistía en un contrato, en consignación, de 2 años de duración para el suministro de rodillos y un plan de asesoramiento y formación.

Minera Las Bambas escogió a ULMA Conveyor Components para asegurarse el suministro y correcto funcionamiento de la correa transportadora, de 5,2 km de longitud, que transporta el mineral desde el tajo abierto hasta la planta de proceso.



## ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS

### CAMPOFRÍO vuelve a confiar en Drenaje ULMA para su fábrica en Burgos



SE HAN INSTALADO MÁS DE 1.000 METROS LINEALES DE DRENAJE INOXIDABLE EN LA INDUSTRIA CÁRNICA MÁS GRANDE Y MODERNA DE EUROPA

Gracias a una inversión de 225 millones de euros, una superficie de 99.000m<sup>2</sup> y una capacidad productiva de más de 100.000 toneladas al año, la nueva planta de CAMPOFRÍO en Burgos, que abrió sus puertas 2 años después de que un incendio arrasara la antigua, es el complejo cárnico más grande y moderno de Europa.

ULMA Architectural Solutions ha participado en este proyecto suministrando el sistema de **drenaje en acero inoxidable**, que cuenta con productos especialmente concebidos para la industria cárnica para asegurar la higiene requerida. En total, se han instalado **más de 1.000 metros lineales** de canales y canales ranurados inoxidables con rejilla Hygienic Pro® y más de 400 sumideros inoxidables de distintos tipos, además de tapas estancas de arqueta. El **sistema de drenaje inoxidable ULMA** está especialmente **diseñado para evacuar de forma eficaz los residuos orgánicos** que se acumulan en los procesos industriales cárnicos, permitiendo una **limpieza rápida** y garantizando un **excelente comportamiento antibacteriano**. La reja Hygienic Pro®, cuenta con un diseño apropiado para facilitar la limpieza. Campofrío ya confió en el sistema de drenaje inoxidable ULMA para su fábrica de pizzas en Soria hace unos años.

Además del sistema de drenaje inoxidable en el interior, en el exterior de la planta se han suministrado 300 metros lineales de canal de drenaje KOMPAQDRAIN®. Se trata de un novedoso canal compacto fabricado en hormigón polímero, en el que canal y rejilla forman una única pieza, garantizando mayor resistencia y rigidez. Gracias a su innovador sistema MAX FLOW®, que se basa en el diseño curvo de sus orificios de entrada de agua, se consigue acelerar la velocidad del agua dentro del propio canal, de modo que provoca un efecto de autolimpieza de forma natural y aumenta la capacidad de drenaje.



## ULMA CARRETILLAS ELEVADORAS

### Würth España se convierte en proveedor preferente de herramientas de ULMA Carretillas Elevadoras

Würth España será el proveedor de materiales, herramientas y maquinaria del servicio postventa de ULMA Carretillas Elevadoras, tras el acuerdo al que han llegado ambas compañías. La empresa alemana pondrá a disposición de los 150 técnicos de ULMA y de su red de distribución un catálogo digital personalizado con los materiales, herramientas y maquinaria imprescindibles para la atención a sus clientes en el servicio de mantenimiento posventa.

Con la firma de este contrato de colaboración ULMA Carretillas Elevadoras pretende no sólo optimizar recursos «gracias a la concentración de compras» sino garantizar el mismo tipo de material y el mismo estándar de calidad en cualquiera de las furgonetas y talleres.

En definitiva, una alianza que ULMA considera rentable y competitiva y que hará de la compañía una de las empresas con mejor servicio de mantenimiento del mercado en todo el país.



## GRUPO ULMA

### Barnetegi Digital – Espacios para el diálogo

El Área de Marca y Comunicación del Grupo ULMA, junto con MONDRAGON Unibertsitatea y la SPRI, organizaron el pasado día 7 de noviembre un barnetegi digital para responsables y técnicos de marketing de los Negocios de ULMA. Se trató de un curso intensivo donde se analizaron diferentes temas relacionados con el Marketing Digital. El barnetegi se celebró en el Hotel Etxegana de Zeanuri, un entorno idílico para escapar del día a día y abstraerse de la rutina diaria. Participaron 16 personas, la mayoría de ellas pertenecientes a los departamentos de marketing y comunicación e IT de los negocios.

Se ofrecieron espacios de diálogo para poner en común los proyectos, actuales y de futuro, en los que se verán inmersos durante los siguientes años desde

los Negocios, Negocios cada vez más digitalizados y más cambiantes. En líneas generales, todos los asistentes coincidieron en destacar la importancia de este tipo de

cursos y agradecieron la labor del Área de Marca y Comunicación del Grupo así como el excelente curso impartido por MONDRAGON Unibertsitatea.



## ULMA AGRÍCOLA

### ULMA Agrícola ha participado en la FRUIT ATTRACTION 2017

La 6ª edición de Fruit Attraction, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, organizado por FEPEX e IFEMA, se ha celebrado del 18 al 20 de octubre. Un total de 45.000 m<sup>2</sup> netos de exposición y la participación de 1.500 empresas confirma a Fruit Attraction como uno de los principales eventos internacionales del sector. La Feria ha abordado su edición más completa con la participación de empresas de toda la cadena de valor del sector hortofrutícola que ha mostrado a los más de 60.000 visitantes profesionales de 110 países sus variedades, calidades, productos de vanguardia y los sistemas más innovadores de esta industria.

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



## ULMA CONSTRUCTION

### La filial de ULMA Construction en Argentina celebra su 20 aniversario

Hace 20 años se constituyó **ULMA Andamios y Encofrados Argentina S.A.** como consecuencia natural de la vocación internacional de ULMA Construction que para entonces ya contaba con sus primeras filiales en Portugal, Francia y Chile.

**El andamio fue el producto estrella** que tanto en los inicios de la matriz como en los de la filial argentina, abrió a ULMA las puertas a un mercado que acogió con entusiasmo este producto originariamente denominado JJEIP en honor a los fundadores de ULMA. Tal fue el carácter emprendedor y el acierto de estas personas que del mismo modo que en España supuso la irrupción al mercado del primer andamio prefabricado, años después en Argentina el **andamio ULMA fue rápidamente considerado como**

**sinónimo de garantía, calidad y seguridad**, características demandadas en esos momentos por el mercado argentino en los proyectos de rehabilitación y ausentes en la oferta de otras compañías.

Según afirman las **personas que participaron en la creación de la filial argentina y que a día de hoy continúan afianzando este proyecto común**, fue tal la confianza y consideración hacia el producto y el servicio de ULMA, que **en los pliegos para la adjudicación de obras era frecuente la especificación de que "los andamios debían tener las características del andamio ULMA"**. La oferta de los sistemas de encofrado fue posterior y poco a poco **ULMA Andamios y Encofrados Argentina S.A.** fue convirtiéndose en la **empresa de confianza que ha llegado a ser en la actualidad.**



## ULMA EMBEDDED SOLUTIONS

### Únete a la era de la Industria 4.0

Cada vez son más las empresas que disfrutan de los beneficios de la industria 4.0. La tecnología actual ofrece múltiples soluciones como la de monitorización de los procesos de producción, mantenimiento de activos, mantenimiento predictivo, análisis Big Data, etc.

Un paso previo es hacer un diagnóstico de partida para conocer bien las necesidades y características de cada actividad empresarial, y de esta manera poder establecer una hoja de ruta que responda a la necesidad de cada empresa. ULMA Embedded Solutions, junto con nuestro partner IBM, organizamos un evento con el fin de dar respuesta a problemáticas y necesidades de las empresas

de nuestro entorno y mostrar cómo la industria 4.0 e IoT (Internet of Things) pueden ayudarles a mejorar y abrir nuevas oportunidades a sus negocios.

Durante el evento, IBM y ULMA Embedded Solutions presentaron casos reales de proyectos de Industria 4.0, las

tecnologías existentes en el mercado, las tendencias, y los servicios relacionados que ULMA/IBM están ofertando. También se celebraron reuniones individuales donde las empresas interesadas pudieron compartir sus ideas, dudas y preguntas con los expertos de ULMA Embedded Solutions y de IBM.



## ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS

### Fachada Ventilada con una innovadora textura CREAKTIVE 3D en Finlandia

FAZER, una de las más importantes compañías de alimentación finlandesas, ha incorporado las soluciones de fachada ventilada de ULMA Architectural Solutions para la rehabilitación de los edificios de una de sus fábricas.

Dentro del proyecto arquitectónico global de la fábrica del mayor productor de chocolate de Finlandia, se han rehabilitado las fachadas de los edificios existentes con un desarrollo de la Gama Creaktive en una textura 3D. El estudio K2S ARCHITECTS fue responsable de desarrollar este proyecto, bajo la dirección del arquitecto Mikko Summannen.

#### POSIBILIDADES DE PERSONALIZACION INFINITAS

Entre otros motivos, la capacidad de personalización y texturización de las fachadas ventiladas de hormigón polímero, han hecho decantarse al arquitecto por los sistemas de ULMA a la hora de rehabilitar los edificios.

En colaboración con el departamento técnico de ULMA, se ha desarrollado una **textura totalmente única y exclusiva** para el proyecto, inspirada en las formas triangulares de uno de los productos estrella de la marca. Como nos cuenta el arquitecto Summannen: "la idea de la textura 3D proviene del recuerdo del barquillo y de las famosas chocolatinas de este productor, aunque sigue siendo un patrón abstracto, sin reproducir ninguna forma específica".

Como nos explica, "teníamos un calendario muy apretado, prácticamente estábamos diseñando y desarrollando nuestras ideas al mismo tiempo que se estaba construyendo. Por ello, valoramos que en el equipo de ULMA hubiese

*una arquitecta que entendiera nuestras solicitudes para sacar adelante esta textura única en un tiempo mínimo. Además, el resultado final ha sido muy preciso y acorde a nuestras expectativas, quedando muy satisfechos con el diseño".*

Pero el tiempo de desarrollo no fue el único reto. Según nos comenta la arquitecta de ULMA, "la mayor complejidad para nosotros residía en el desafío de que el patrón diseñado tuviera una continuidad entre paneles encajando a la perfección unos con otros".

Superando todos los retos en **continua colaboración**, arquitecto y fabricante han hecho realidad una **textura en 3D**, que aporta una imagen única y espectacular a este proyecto, además de las ventajas propias del sistema constructivo como son el ahorro energético, la protección frente a los agentes atmosféricos, la durabilidad y el escaso mantenimiento o la modernización y revalorización de los edificios.



## ULMA PACKAGING

### ULMA Packaging desarrolla el nuevo sistema TIGHT-BAG para productos congelados

Se trata de un ingenioso sistema que conforma una bolsa en la que se extrae el aire sin realizar perforaciones.

El sistema denominado TIGHT-BAG™ ha sido desarrollado sobre las envolventoras verticales de ULMA con el fin de preservar la calidad del producto optimizando el volumen requerido de las bolsas.

A nivel de optimización del volumen, tiene las mismas ventajas que los tradicionales sistemas que perforan las bolsas, pero en este caso, al no existir las perforaciones no hay riesgo de contaminar el producto.

La cantidad de aire que se desea extraer es ajustable desde la pantalla de control del operador.



## ULMA HANDLING SYSTEMS

### ULMA Handling Systems, experto invitado en el Congreso Basque Industry 4.0

Bajo el lema "Construyendo un futuro inteligente", la IV edición del Congreso Basque Industry 4.0 abordó el debate sobre la cuarta revolución industrial. El evento, celebrado en noviembre en Donostia, reunió experiencias, tendencias, estrategias, opiniones, talleres, exposiciones y una amplia visión de expertos en la materia.

Mikel Altuna Alkorta, Director de Innovación de ULMA Handling Systems, ofreció por su parte una visión sobre la materia y expuso los avances desarrollados por la Ingeniería en materia de robótica colaborativa 4.0 enfocada a sistemas de preparación de pedidos.



## ULMA CARRETILLAS ELEVADORAS

### Mitsubishi y ULMA Carretillas Elevadoras celebran su 25 aniversario en el mercado con una edición especial de sus equipos

Para conmemorar sus bodas de plata, Mitsubishi Forklift Trucks ha lanzado al mercado una edición especial 25 Aniversario.

Han pasado 25 años desde que Mitsubishi Forklift Trucks inició sus operaciones en Almere, en los Países Bajos para EMEA (Europa, Oriente Medio y África). **Sus objetivos al establecerse en España se alineaban perfectamente con los objetivos de ULMA Carretillas Elevadoras: estar cerca de sus clientes para poder conocer y entender sus necesidades y así poder ofrecerles soluciones personalizadas.**

El éxito de Mitsubishi Forklift Trucks radica en la combinación perfecta que se obtiene al combinar su excelencia tecnológica global con un servicio local especializado tanto a nivel comercial

como de servicio técnico. Por ello, y como gesto de agradecimiento, Mitsubishi invitó a sus principales distribuidores de

EMEA a un evento muy especial que tuvo lugar en su sede central en Almere, Países Bajos.



## ULMA CONSTRUCTION

### ULMA Construction participa en el recién inaugurado estadio Wanda Metropolitano en Madrid



**Transformar el viejo estadio conocido como La Peineta para 20.000 espectadores en otro nuevo para 68.000 ha supuesto un gran reto técnico y logístico. Reto superado gracias a una buena planificación y rotación de material.**

En 1994 fue inaugurado el Estadio de la Comunidad de Madrid. Entonces disponía de una única grada ovalada con capacidad para 20.000 espectadores.

Ahora, tras la remodelación, el estadio tiene una capacidad para 68.000 personas y ha sido construida en forma elíptica con ejes de 300 y 255 m. Con más de 46.000 m<sup>2</sup>, la cubierta se ha colocado a 50 m de altura respecto al terreno de juego. El estadio, propiedad del Club Atlético de Madrid, también ha sido diseñado con un auditorio, palcos VIP y zonas de recreo, lo que le ha convertido en un estadio

deportivo multifuncional y con espacios muy enfocados al disfrute del aficionado.

**Este tipo de obras suponen la elaboración de un estudio minucioso del proyecto. Además, ULMA Construction ha realizado un despliegue técnico y logístico de gran envergadura, manteniendo un continuo contacto con el cliente para planificar todos los pasos.**

## ULMA PIPING

### Visita de la Universidad de Texas a las instalaciones de ULMA Piping

Esta visita se engloba dentro del acuerdo de colaboración entre la Universidad de Texas y MISE, la cooperativa que representa a las empresas de ingeniería y servicios, tanto empresariales como educativos de MONDRAGON. Aprovechando la visita a MONDRAGON, mostraron interés a través de su área internacional, y más concretamente desde su oficina de México, en conocer de primera mano nuestras instalaciones. El interés viene principalmente por la estrecha vinculación de esta universidad con el sector petrolífero, sector de referencia en EEUU, sobre todo en el estado de Texas.

Cabe destacar que sólo en el área de Houston, sede de la oficina comercial de ULMA Piping en USA, principal urbe del estado y la cuarta de EEUU en población, se concentra el 15% de la capacidad de refinado de EEUU.

La Universidad de Texas, sexta universidad del país y primera en inversión en investigación, además de ser un referente en diferentes campos, se destaca, por su ubicación geográfica, en ser pionera en la formación de personal relacionado con el sector petrolífero. En la visita, además de mostrarles las instalaciones e introducirles

en todo lo concerniente al Grupo ULMA, se procedió a la búsqueda de campos de colaboración entre ambas empresas.



## ULMA ARCHITECTURAL SOLUTIONS

### Bancos con pieza prefabricada especial en el centro de outlets de Viladecans, Barcelona

**ULMA Architectural Solutions ha colaborado en el diseño, fabricación y suministro de bancos circulares con el prestigioso estudio de arquitectura Batlle i Roig.**

Viladecans, es uno de los tres nuevos centros de The Style Outlets de Europa. Además de marcas de ropa y calzado, dispone de zona de restaurantes y un entorno natural. Se trata de piezas curvas formando bancos circulares, los cuales han servido como isletas para hacer combinación de elementos en su interior. Se han combinado surtidores de agua con vegetación, dándole así al conjunto un aire agradable y armonioso para el usuario.

Es en la zona comercial donde se han instalado estos bancos realizados con **piezas prefabricadas en hormigón polímero**, especialmente diseñadas para el proyecto, creando así, cómodos bancos de color blanco, con iluminación led en su parte inferior. Se ha dado una solución óptima en cuanto a **estética y**

**funcionalidad**, ya que el objetivo principal era contar con piezas en curva con un **acabado liso e impermeable**. Además de estas características, el hormigón

polímero posibilita realizar piezas ligeras, facilitando así la colocación en obra y su condición de prefabricados favorece su instalación y manipulación.



## ULMA AGRÍCOLA

### Nuevo catálogo Multicapilla de ULMA Agrícola

ULMA Agrícola, es una empresa que está en continua evolución y trabajando en la mejora continua, teniendo siempre presente obtener la máxima satisfacción del cliente. En este catálogo hemos mostrado de manera muy visual y amena, información tanto de la empresa, del proceso de trabajo, como de las soluciones ofrecidas por ULMA Agrícola.

En el catálogo se recoge una pequeña muestra de diferentes proyectos y aplicaciones realizados con producto Multicapilla de ULMA Agrícola, en el que se indican los diferentes equipamientos y la solución ofrecida en cada caso. En este soporte no podía faltar un apartado de detalles técnicos donde se indican la amplia variedad de opciones estándar que las diferentes estructuras Multicapilla, de ULMA Agrícola pueden ofrecer. El producto Multicapilla de ULMA es un producto muy versátil, modular y de fácil montaje.



## ULMA CONVEYOR COMPONENTS

### ULMA Conveyor Components expone todo su potencial en la feria PERUMIN 33

PERUMIN es una de las mayores ferias sobre el sector minero organizadas en Sudamérica, concretamente en Arequipa, Perú. Las cifras de la feria hablan por sí solas; 16 países representados, más de 1.600 stands y alrededor de 68.000 visitantes que se reparten en los 5 días que dura la feria.

Por parte de ULMA Conveyor Components, asistió el equipo comercial al completo y se presentaron diferentes productos, haciendo especial hincapié en el recién estrenado sistema de polines monitorizados el cual tuvo una gran acogida y despertó un gran interés entre los asistentes.

Por el stand de ULMA pasaron cerca de 200 visitas, entre clientes actuales y nuevos contactos, la mayoría de ellas relacionadas con el sector minero del cobre de Perú, pero también de



otros países como Chile. Además, las visitas fueron de un amplio sector de la minería; Antapaccay, Bambas, Cerro

verde, Southern Perú, Antamina, Mina Shougang, Vale Miski, Tisur, etc.

## ULMA EMBEDDED SOLUTIONS

### La empresa KORTA apuesta por ULMA Embedded Solutions para el desarrollo de su modelo de negocio digital

**DEL MISMO MODO, LA EMPRESA EDIBON TAMBIÉN APUESTA POR ULMA EMBEDDED SOLUTIONS PARA EL DESARROLLO DE LA HERRAMIENTA CLOUD LEARNING.**

ULMA Embedded Solutions colabora con ingenieros de proceso y de negocio de la empresa KORTA S.A., especializada en la fabricación de Husillos a Bolas de alta precisión, en el desarrollo e implantación de una solución completa de digitalización para dichos Husillos a Bolas. Este proyecto va a permitir a Korta y al usuario final monitorizar en tiempo real la información de diferentes variables como fuerza, vibración y temperatura de los Husillos a Bolas que estén en funcionamiento en cualquier máquina y en cualquier lugar del mundo. Dotar de inteligencia a los Husillos va a permitir a Korta mejorar sus procesos de fabricación y desarrollar nuevos conceptos de negocio como herramientas de gestión activa de sus productos, servicios de mantenimiento predictivo y otras

actividades asociadas al análisis de datos.

Del mismo modo, la empresa EDIBON, dedicada a la puesta en marcha de herramientas para la formación, también apuesta por ULMA Embedded Solutions para el desarrollo de la herramienta Cloud Learning. ULMA realizará la adaptación de los laboratorios didácticos de EDIBON para que puedan ser remotamente accesibles. Esta solución dotará a los profesores de mayor flexibilidad para dar lecciones prácticas de manera remota y dotará a los estudiantes de un acceso programado y no

presencial a los laboratorios de manera que puedan optimizar sus horas de prácticas. Dotar de un acceso remoto a los laboratorios universitarios, permitirá optimizar el uso de las herramientas de aprendizaje por el alumno, almacenar los resultados de las prácticas en la nube y tener acceso continuo a los dispositivos para un mejor entendimiento de los conceptos teóricos. A su vez dotará a una empresa como EDIBON de un valor añadido pudiendo promocionar sus dispositivos como adaptados a IoT.



## ULMA PACKAGING

### ULMA Packaging lanza un revolucionario sistema para el envasado de hierbas y ensaladas

ULMA PACKAGING ACABA DE LANZAR UN NUEVO SISTEMA DE ENVASADO VERTICAL (VFFS)



Este nuevo sistema pretende transformar el envasado de hierbas frescas y ensaladas de hoja ligera, ahorrando tiempo y dinero a los productores y reduciendo al mínimo la intervención manual durante el proceso de envasado.

El sistema, pendiente de patente, arrastra el producto hasta el fondo de la bolsa mediante aspiración sin dañarlo, erradicando así los problemas de bloqueo del producto que ocurren con frecuencia en maquinaria de envasado convencional. Se posibilita así la automatización del pesado y envasado vertical de ciertos productos, procesos que hasta ahora se realizaban manualmente con envolventas horizontales.

ULMA implementa este innovador sistema en la envolvente vertical VTI 640 V, que ofrece un retorno de inversión excepcionalmente rápido, debido a la consecuente reducción tanto de la mano de obra como de los reprocesos debidos al mal sellado de las bolsas. Esta nueva funcionalidad que ofrece la VTI 640 V es una alternativa más económica que el sellado por ultrasonidos, ya que el producto siempre se posiciona dentro de la bolsa en una zona sin riesgo de atrapamiento en el sellado.

## ULMA PIPING

### ULMA Piping se adjudica la segunda fase del proyecto Parsian C2 en Irán

Tras cumplir con éxito los requerimientos solicitados en la primera fase, ULMA Piping ha sido adjudicataria de una nueva fase de este ambicioso proyecto, lo que afianza la marca de ULMA en el mercado iraní, muy activo tras años a un nivel muy bajo debido al embargo internacional.

El proyecto engloba una amplia variedad de productos de nuestro catálogo, y se enmarca en los trabajos necesarios para la ampliación de una planta de regasificación.

El contratista es un consorcio formado por HAMP Engineering Corporation y HEDCO, dos de los contratistas referentes en el mercado iraní. El propietario de la

planta es la empresa local, Palayesh Parsian Sepher Company.

El suministro del material será a dos provincias de Irán. La provincia de Fars, concretamente a la ciudad de Mohr, donde se está desarrollando la fase de recuperación del material; así como a la provincia de Booshehr, en la ciudad de Assalouyeh, donde se procederá al fraccionamiento de los gases.

La finalidad del proyecto es la producción anual de 20 millones de unidades de diferentes productos, desde el metano, etano, propano, etc.



## ULMA HANDLING SYSTEMS

### El grupo cárnico Tello vuelve a confiar en ULMA

El grupo toledano Cárnico Tello sigue inmerso en su objetivo de automatizar su logística de la mano de ULMA Handling Systems.

Hace unos años Tello ya apostó por una solución automatizada de ULMA, y hoy, Tello ya cuenta con una plataforma automatizada de 7.000m<sup>2</sup>, sometida a temperatura controlada positiva de entre 0° y 5°C cubriendo de una manera

eficiente todas las necesidades de la distribución de la firma en España e internacionalmente. Su nueva situación de hoy en día, ha llevado al grupo cárnico a una ampliación general de sus instalaciones centrales de Toledo, aumentando su portfolio de productos de fresco. De ahí, la nueva necesidad de construir un nuevo almacén.

La nueva instalación autoportante

de la firma cárnica contará con unos 2.000m<sup>2</sup>, que permitirán albergar 5.000 paletas a una temperatura controlada de -24°C. Además, contará con un sistema de preparación de pedidos para que I. Cárnicas Tello pueda responder a las necesidades cambiantes del consumidor.



## ULMA CONVEYOR COMPONENTS

### Suministro de rodillos para una ingeniería francesa

Una ingeniería francesa de referencia ha adjudicado a ULMA Conveyor Components el contrato de suministro de rodillos para dos proyectos de ámbito internacional: uno de ellos es para Guinea, y el otro para la central hidroeléctrica de Rogun Dam en Tayikistán.

Esta importante ingeniería opera además en mercados estratégicos de África y Sudamérica y por este motivo, la adjudicación de estos dos proyectos supone un paso adelante para ULMA Conveyor Components en el plan de expansión y diversificación de la compañía.



## ULMA PACKAGING

### Sistema de retal reducido de la mano de ULMA y CRYOVAC

La solución patentada por Sealed Air, implementada sobre el modelo TFS 407 R permite realizar el vacío a través de un mecanismo inferior. Este sistema genera menos retal y un ciclo de máquina más rápido.

#### Principales ventajas:

- | > 12% de incremento de velocidad de ciclo respecto a máquinas skin estándares y Darfresh.
- | Hasta un 4% de reducción del ancho de film.
- | Hasta un 40% de reducción de retal.
- | Calidad óptima de vacío gracias al nuevo sistema combinado con las bobinas de film superior e inferior Darfresh®.
- | Exclusivo sistema de apertura "Easy Open" de alta calidad.



## ULMA CONSTRUCTION

### ULMA ha desarrollado una solución integral para el proyecto de construcción del viaducto Interlomas de México



**Dentro del plan de modernización de las vías que convergen en la capital del país, este viaducto de 227 m de longitud conecta la zona de Interlomas con la autopista Naucalpan-Toluca.**

Uno de los requisitos más relevantes en este proyecto era el plazo de ejecución. Para ello, **ULMA ha diseñado la solución adaptada en su totalidad a las necesidades y los ritmos de trabajo del cliente:** cimbra porticada en los vanos laterales de 59 m cada uno y carro de avance CVS en el tramo central de 108 m.

El equipo de ingeniería de ULMA ha combinado diferentes sistemas de cimbras ligeras y robustas para el apeo del tablero a alturas superiores de 15 m de acuerdo a la orografía escarpada del terreno. De este modo y utilizando además el sistema de encofrado para puentes, la cercha de gran carga MK, se ha salvado un vano de más de 20 m de longitud.

Los 42 m de altura de las dos pilas se han llevado a cabo en tramos de 5 m con el sistema de encofrado para muros

y pilares ENKOFORM V-100 y con las consolas de trepado CR-250. El carro de avance se ha colocado sobre la dovela inicial ya ejecutada en la fase anterior, para ir avanzando hasta la dovela de cierre, donde se ha encontrado con el carro que parte de la otra pila.

**El Sistema MK ha vuelto a demostrar sus múltiples aplicaciones en forma de carro de avance, cimbra y cercha de gran carga, así como encofrado. Un solo sistema para todo un proyecto.**



## 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.

# Una vida ligada al deporte y la montaña

Maite Zabaleta, ULMA Handling Systems

**Maite Zabaleta, administrativa en ULMA Handling, compagina sus responsabilidades profesionales con la práctica del trail running. Para ella el entrenamiento, que realiza a diario, es una forma de desconexión**

Toda la vida de Maite Zabaleta está ligada a la montaña: su familia, su trabajo y su gran pasión, el trail running, una exigente disciplina deportiva que consiste en correr por senderos de monte.

Nacida en Oñati hace 35 años, Maite vive en Aretxabaleta y trabaja como administrativa en ULMA Handling Systems, también en Oñati. Su dedicación a este deporte es tal que aprovecha la hora de comer para hacer 10 kilómetros campo a través por los alrededores de la cooperativa. Y lo hace todos los días, salvo el de "descanso activo". "Estoy acostumbrada a salir, hacer deporte, comer y, después, a trabajar de nuevo". ¿Por qué? "Para mí, más que una obligación es un descanso. Es una desconexión que me permite quitarme todo lo que tengo en la cabeza", explica.

Su pasión por este deporte no fue temprana, le vino cuando ya tenía más de 20 años: Maite recuerda que durante su infancia y adolescencia se había dedicado a hacer atletismo y baloncesto. Pero estas actividades le obligaban a dejar relegada la actividad que realmente le gustaba: caminar por el monte junto a su padre. "Si tenía partido el domingo por la mañana iba por la tarde a andar, y así era siempre, tenía que compaginarlo. Hasta que un día dije: no, me gusta más el tema individual y el aire libre". Y comenzó a practicar la carrera de montaña.

Empezó a hacerlo ella sola, entrenando

a su aire, y sin más indicaciones que las que le dictaba el sentido común. Hasta que hace un par de años, cansada de correr en solitario, fichó por un equipo de Vitoria-Gasteiz, el Zortzietakoak, y decidió recurrir a un entrenador personal. "Muchas veces pensamos que corriendo, corriendo y corriendo vamos a mejorar, pero hacer sólo eso no es bueno: tenemos que hacer descansos, bicicleta, sprints", explica después de reconocer que desde que entró en el equipo el trail running ha dejado ya de ser un simple hobby. "Se supone que cuando haces algo quieres hacerlo bien, ¿no?", asegura. Ahora acude con sus compañeros de equipo a las carreras, conoce gente distinta y todo se

**«**  
*Para mí, más que una obligación es un descanso. Es una desconexión que me permite quitarme todo lo que tengo en la cabeza*

le hace más ameno.

Incluso la competición. Maite participa en alrededor de 10 carreras al año, todas ellas con recorridos inferiores a 30 kilómetros. Y tiene palmarés, aunque ni siquiera lo menciona. Parece mentira, pero le cuesta recordar cuántos podios ha hecho a lo largo de su vida. Únicamente le vienen a la cabeza dos: una en Vitoria, de 25 kilómetros, y otra en Villanúa, en el Pirineo oscense, "la doble vertical".

Con ese nombre, no parece una carrera fácil de olvidar. Si una "vertical" consiste en salvar 1.000 metros de desnivel en un recorrido inferior a 5 kilómetros, la doble vertical de Villanúa supone remontar 2.000 metros positivos de desnivel en 7,5 kilómetros, hasta Collarada, la cima. Casi nada. El resumen que hace de aquella carrera muestra la sencillez de su carácter: "Sufrió, disfruté, hizo buen tiempo y quedé segunda".

A aquella prueba acudió junto a su marido, su compañero en esto del trail running, y al que le une una simpática rivalidad ("siempre me gana; no sé cómo lo hace, pero yo entreno más y no le puedo ganar", dice entre risas). A diferencia de él, Maite compitió sólo para la subida. Lo hizo por primera vez, sin expectativas y con el único afán de participar. Pero quedó segunda en una prueba súper exigente, y, sobre todo, disfrutó.

Porque no es la competición lo que mueve a esta deportista oñatiarra. Es



el deporte, la actividad al aire libre y la montaña, sobre todo la montaña. Maite reconoce que hace piscina durante los días de descanso de carrera, para mantenerse "en movimiento". Pero no le gusta. A ella le tira el monte. Y ya está esperando a que llegue el invierno para poder ir a esquiar, otra de sus grandes aficiones.

Cada día que sale a correr es capaz de extraer todos los matices del recorrido: "El encanto del paisaje, disfrutar de la compañía de otra persona, descubrir cosas nuevas, colores nuevos...". Por eso nunca se cansa de las zonas de Aizkorri y Urbia, a las que va a correr una y otra vez. Porque cada día es diferente y encuentra algo distinto.

Y tampoco se aburre de la actividad física. Se ruboriza si se le llama ironwoman, pero tiene una vitalidad que no le deja descansar "ni para dormir". Y es que, tal y como dice entre risas, "si me quitan el monte, me matan".

# Presidentes de Negocios Transformación Social

Hemos querido sondear la opinión de los presidentes de los Negocios del Grupo ULMA para que nos den su opinión sobre el proceso de debate que han abierto en los últimos meses.

>> **RG: RAÚL GARCÍA**  
Grupo ULMA y ULMA Construction

>> **LDG: LANDER DIAZ DE GEREÑU**  
ULMA Packaging

>> **UA: UNAI ARREGI**  
ULMA Architectural Solutions

>> **AY: ANDER YARZA**  
ULMA Agrícola

>> **IM: IÑAKI MEDINA**  
ULMA Piping

>> **MP: MIGUEL PASTOR**  
ULMA Conveyor Components

>> **JAA: JON ANDER ARAMENDI**  
ULMA Carretillas Elevadoras

>> **IQ: IÑIGO QUEREJETA**  
ULMA Handling Systems

« Unos lleváis más tiempo que otros en la presidencia de los distintos negocios de las cooperativas, y en principio, se trata de conocer vuestra experiencia.

**R.G.:** Para mí está siendo una muy buena experiencia. Llevo ya más de seis años en el cargo y he tenido oportunidad de aprender muchísimas cosas de mucha gente. Estoy en varias presidencias a la vez y es muy enriquecedor, aunque siempre tienes ese punto de frustración ya que estás en el ámbito institucional y la capacidad de tomar decisiones es limitada. Ves muchas cosas que te gustaría cambiar, pero la gestión está en manos de otras personas, y en ese sentido es limitado.

**L.D.G.:** Yo llevo dos años y medio en el cargo y mi experiencia, también, es enriquecedora. De todos modos, complementaria a todo esto el hecho de llevar 19 años ya en ULMA, en ULMA Packaging en concreto. Vengo de un área técnica, muy enfocada a tecnología, proyectos, con una relación ligera con los clientes. El cargo de presidente sí me ha dado una visión más global de lo que es la cooperativa y me ha acercado mucho al Grupo ULMA, que es algo que yo tenía como lejano. Creo que el Grupo como tal, lo que hacen otros, los problemas

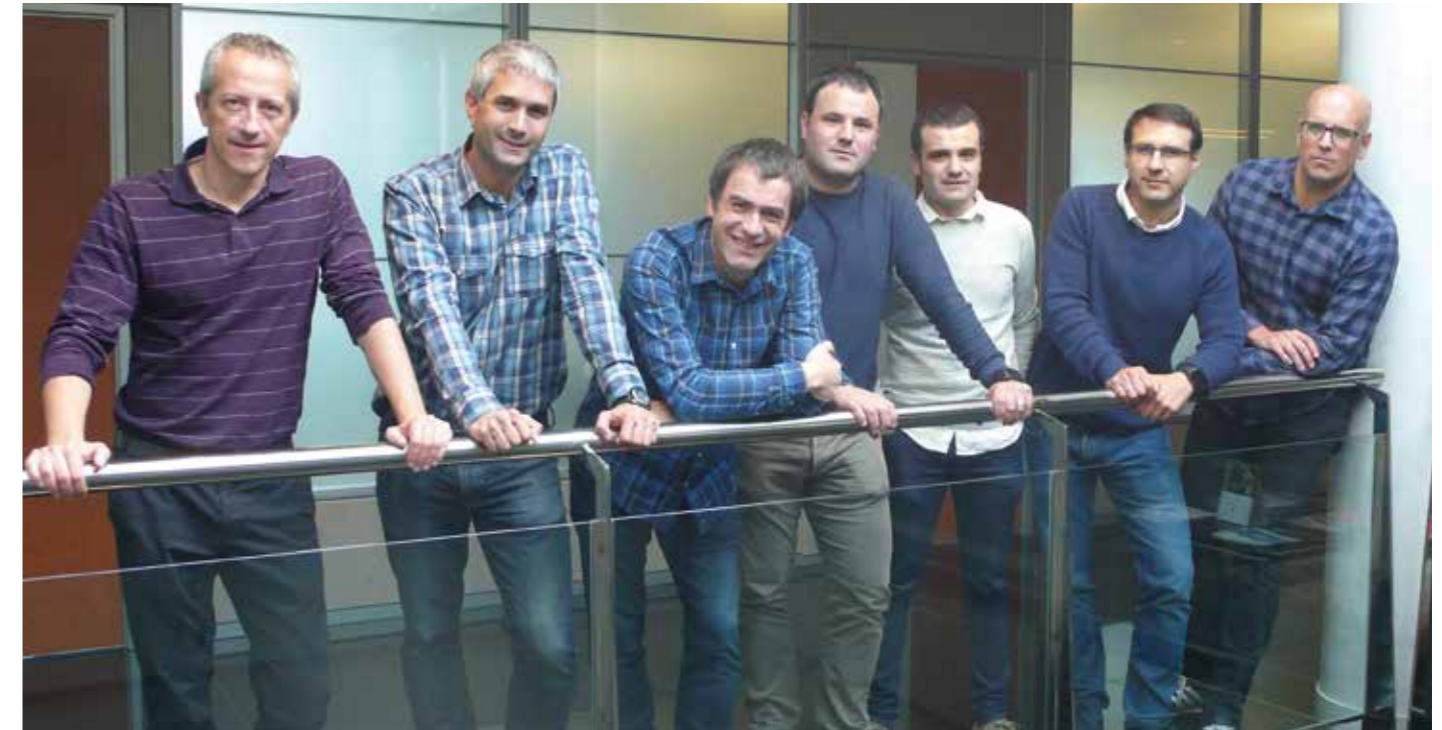
que pueden tener otras cooperativas u otros Negocios de ULMA nos quedan un poco alejados del día a día y eso sería conveniente cambiarlo.

« el cargo de presidente sí me ha dado una visión más global de lo que es la cooperativa y me ha acercado mucho al Grupo ULMA

>> **L.D.G.**

**U.A.:** Mi experiencia es corta, sólo de un año, pero como no podía ser de otra manera muy enriquecedora, viviendo el día a día de una forma más apasionada respecto a mi rol profesional anterior, apasionada pero también tensionada, porque la propia dinámica del negocio y diferentes problemáticas que surgen te hacen estar en tensión en todo momento. Es un máster en toda regla. En definitiva, con muchas ganas de aprender, tratando de ser lo más imparcial posible y tratando de ser presidente de todas y de todos.

**A.Y.:** En mi caso llevo dos años y medio y comparto lo que se ha comentado. Conoces muchas cosas sobre la cooperativa y el Negocio. Es una experiencia bonita pero también frustrante, depende de la situación del Negocio. A mí me tocó al



principio una situación delicada, ahora una situación mejor y deseando de que termine así. Depende mucho de la situación que te toque atravesar.

**I.M.:** Ya es mi último año, llevo tres años y medio, y la experiencia en el cargo, como dicen mis colegas, enriquece, aprendes, conoces la cooperativa, conoces a la gente, te conoces a ti mismo. En ULMA Piping hemos pasado años muy buenos y otros menos buenos, y es cierto que de todo se aprende. Lo que hay que ver es qué puede hacer el presidente por la cooperativa, y eso puede llegar a frustrar en función de las expectativas generadas, tanto al colectivo como por uno mismo, llegas con ilusión y los dos primeros años si no estás liberado los pasas enterándote de cómo funcionan las cosas, el tercer año, en el que estás más asentado ves que no es sencillo llevar a cabo cosas que tenías en mente, y el último año si no hay elementos motivadores, se puede

« no se trata de lo que se lleva el presidente de esta experiencia sino de qué deja el presidente en la cooperativa

>> **I.M.**

perder esa ilusión. Como experiencia a nivel personal muy positiva. No cambio estos cuatros años por nada, lo bueno y lo malo me lo llevo como parte de mi aprendizaje. Pero no se trata de lo que se lleva el presidente de esta experiencia sino de qué deja el presidente en la cooperativa, y ahí creo que no lo tenemos estructurado muy bien cuando hay cambio de presidente, cada presidente entra de cero.

**M.P.:** En la misma línea de Iñaki. A nivel personal es una experiencia muy interesante por la oportunidad que tienes de tener una visión mucho más global de la cooperativa. Yo quizá antes podía tener una visión más ejecutiva y ahora he tenido la oportunidad de ver una parte más institucional y con un carácter más social de la que estaba bastante alejado. Aparte de eso, y en nuestro caso particular por la distancia, a mí el cargo me ha hecho conocer el Grupo ULMA desde dentro y te das cuenta realmente del nivel de Grupo que tenemos. A nivel personal es una muy buena oportunidad para adquirir conocimientos a nivel social, pero tiene su punto duro, te ves bastante solo, muchas cosas recaen en el presidente. Estoy de acuerdo con que los dos primeros años no tienes la base ni los conocimientos para ejercer bien el cargo

y es a partir del tercero cuando empiezas a tener experiencia y ejerces con mayor profesionalidad. En general muy buena experiencia y una gran oportunidad, pero el día a día hay que llevarlo.

**J.A.A.:** Yo llevo dos años y medio, y en general, está siendo una experiencia gratificante, con sus aspectos positivos y negativos que voy a tratar de enumerar. En la parte positiva, me ha permitido conocer mejor y tener una visión global del Negocio y del Grupo ULMA además de conocer gente y experiencias nuevas. Considero que es un privilegio, una oportunidad que nos brinda la asamblea, siendo un máster acelerado y personalmente te permite madurar. Como aspectos negativos, destacar esa sensación de vértigo que puedes sentir en ocasiones por la responsabilidad adquirida, y también la dificultad de compaginar las tareas profesionales, en mi caso de técnico informático, con la presidencia.

**I.Q.:** Entiendo la figura del presidente como un líder transformador al servicio de las personas que conforman la Cooperativa. Alguien que intenta sacar lo mejor de las personas, y no a las que inculcar sus ideas/sueños. Para ello, la persona que realice estas funciones debe tomar una decisión, que implicará una transición desde su visión egocéntrica a una de colectivo.

Por tanto, en mi caso, la definiría como



&gt;&gt; M.P.: MIGUEL PASTOR

una experiencia de transformación radical de la persona: de aceptar los valores con los que resueno, de conocer desde dónde funcionamos las personas, de aprender a llegar a acuerdos, de explorar incansablemente soluciones que dejen obsoletos los sistemas en los que no creemos, de enfocar la mayoría del tiempo en estar "a favor de algo" y no en contra de todo, de superar sus creencias limitantes...

Resumo: Absténganse personas que viven cómodas en su zona de confort (aunque no lo reconozcan públicamente) o que no estén dispuestas a cuestionarse de raíz sus propios modelos mentales.

« Estáis en este momento llevando a cabo una reflexión sobre la Transformación Social. ¿Qué esperáis de esos debates y por qué creéis que es importante trabajar este tema?

I.Q.: La Transformación Social está en el ADN del movimiento cooperativo, si bien hemos aislado el concepto a un ejercicio de distribución de excedentes vía COFIP (léase gestión de la limosna) o de complacencia con la generación de puestos de empleo gracias al crecimiento. Estos aspectos, si bien son imprescindibles, creo que son insuficientes en el siglo XXI para garantizar la evolución de una sociedad.

Generalmente nos enorgullecemos de lo que hacemos en nuestros Negocios, pero tendemos a no comunicar lo que somos (lo vemos en nuestras webs, edificios), algo que está demostrado que impacta de forma más sostenible en las personas (y por derivada en sus entornos afectivos) pero también en clientes y

proveedores, y entorno social en general. Este sería un nivel básico frente a lo que existe en el mercado.

Por otro lado, la pregunta a la que nos enfrentamos en UHS en 2016 es si este nivel básico era suficiente o no, y si no lo es, cuál es realmente nuestra expectativa. Como conclusión de esta reflexión se incluyó este concepto como factor clave de éxito de UHS.

En estas reflexiones de Grupo ULMA, vemos que las situaciones de partida y expectativas de cada negocio son muy diferentes. Sin embargo, el hecho de tratar conceptos humanísticos sobre los que no estamos nada habituados a hablar hace que podamos definir un marco general en un horizonte... si bien la modelización del concepto puede ser y probablemente será distinta en cada Negocio. En UHS ya estamos trabajando en esta modelización dentro de nuestro PG Social anual.

J.A.A.: Entre los principios de la experiencia cooperativa de MONDRAGON, se habla de la Transformación Social y de crear una economía social más libre y más justa. Considero que las cooperativas y cada uno de nosotros no somos ajenos a la sociedad en la que vivimos, por lo tanto, hablar de la Transformación Social en muchas ocasiones me genera pudor, respeto y conflicto internamente. En este proceso de reflexión estoy en una posición expectante ya que el agente que nos dinamiza tiene mucho más conocimiento y experiencia que yo. Quiero aportar de una forma constructiva y ser crítico cuando sea preciso.

M.P.: Yo creo que el ámbito social tiene que evolucionar igual que otros aspectos del Negocio. En otros aspectos hacemos



&gt;&gt; A.Y.: ANDER YARZA

un análisis periódico de productos y mercados, pero en nuestro caso, al ser cooperativa, en paralelo tendríamos que evolucionar en los aspectos sociales para que no se queden atrás. Por tamaño de Negocio nosotros poco vamos a poder decir, aportaremos nuestro granito y enfoque, pero entiendo que la parte social tiene que evolucionar desde el Grupo ULMA hacia los Negocios.

« el ámbito social tiene que evolucionar igual que otros aspectos del Negocio

&gt;&gt; M.P.

A.Y.: Yo también estoy un poco expectante. Somos un Negocio pequeño y no sé cuáles van a ser los puntos concretos. Yo personalmente creo en la Transformación Social hacia dentro, hacia los socios, quiero ver cómo podemos aportar, somos nuevos y un Negocio pequeñito. Hay diferentes marchas, experiencias, la nuestra es casi nula y estamos expectantes.

« creo en la Transformación Social hacia dentro, hacia los socios, quiero ver cómo podemos aportar

&gt;&gt; A.Y.

U.A.: En la misma línea, provengo de un Negocio pequeño y en esta materia no hemos hecho mucho, aunque luego en el día a día hagamos cosas y tengan calado. A nivel de Grupo estamos en fase arranque y definición de alcance del proyecto. A día de hoy las expectativas no son muy



&gt;&gt; L.D.G.: LANDER DIAZ DE GEREÑU

concretas pero hay que dar pasos hacia adelante y ver qué proyectos podemos aportar. Aquí es importante involucrar al COLECTIVO. Un grupo cooperativo como ULMA es ineludible que rehúse de esa responsabilidad de Transformación Social que está recogida en los principios de MONDRAGON, en la búsqueda de eso tenemos la responsabilidad de mejorar la sociedad y en eso hay que dar pasos con ilusión de aportar, contribuir, ser crítico, discutir y poner temas sobre la mesa, y a partir de ahí intentar que el colectivo se enganche a lo que estamos planteando.

L.D.G.: Poniéndome un poco más filosófico, el cooperativismo que conocemos hoy en día se gestó en MONDRAGON en la postguerra, con Arizmendiarieta. Viene de una sociedad de la necesidad. No había trabajo, no había riqueza, había muchas necesidades en las familias y se quiso trabajar herramientas que dieran la vuelta a esa situación. La herramienta se basó en la educación fundando para ello la Eskola y más tarde la experiencia Cooperativa de MONDRAGON y después vino el Grupo ULMA con talleres Ignacio Maiztegi, etc. Ahora estamos en una sociedad del bienestar y el cooperativismo no es más que un reflejo de la sociedad, y por ello creo que se ha pasado de un cooperativismo de la necesidad a un cooperativismo del bienestar. Si el cooperativismo era la herramienta para crear la Transformación Social necesaria, hoy hemos perdido esa punta de lanza y nos hemos quedado un escalón por debajo, el objetivo ahora del cooperativismo es tener unos negocios fuertes. Es cierto que, hoy en día, las necesidades son muy diferentes, ya no hay tanta necesidad aquí pero sí la hay en otros sitios. Esta reflexión lo que quiere hacer es recuperar ese

objetivo inicial, y siendo conscientes de que, en el cooperativismo, sin un negocio rentable y sin beneficios, no hay proyecto socio-empresarial, tenemos que ir un paso más allá complementándolo con lo Social. La Transformación Social no la van a hacer las cooperativas, la van a hacer los trabajadores, los socios, la sociedad... El Grupo ULMA tiene que poner las herramientas para que eso sea posible. Y lo que tenemos que hacer es volver a inculcar ese concepto de Transformación Social en los socios y en los trabajadores para que sean ellos los que den los pasos; nosotros podemos poner las herramientas, guiar, inculcar, poner elementos que ayuden pero sin las personas no va a ser posible. Por mucho que nos reunamos aquí los presidentes y digamos que queremos hacer Transformación Social, el objetivo es esa concienciación, es que sean los trabajadores del Grupo ULMA los que realmente aporten y hagan posible la Transformación Social.

R.G.: Las cooperativas no están al servicio del capital, no estamos para tener resultados sin más. Obviamente, buscamos los mejores resultados posibles, pero somos una herramienta para mejorar la sociedad y POR ESO tienen que estar integradas en la sociedad. En ese sentido, una de las primeras cosas que pretendemos con esta reflexión es entender qué es eso de Transformación Social a nivel de colectivo de ULMA. Creo que el concepto no está claro, y si entendemos que la cooperativa es una herramienta para la mejora de la sociedad, habrá que pensar cómo hacemos ese acople entre ULMA y la sociedad. Tenemos relaciones, fondo social que repartimos con ciertos criterios, pero si queremos ser una empresa social tenemos que tener más ligazones con la



&gt;&gt; R.G.: RAÚL GARCÍA

sociedad. Hay que definir cómo ser una VERDADERA herramienta de mejora de la sociedad.

« si entendemos que la cooperativa es una herramienta para la mejora de la sociedad, habrá que pensar cómo hacemos ese acople entre ULMA y la sociedad

&gt;&gt; R.G.

I.M.: Expectante ante la palabra Transformación Social. Hay una teoría que más o menos podemos compartir, pero o estamos todo el colectivo en ello, o no vamos a hacer nada. Y para ello tiene que haber un equipo tractor que crea en ello más que en nada, y comunicar, convencer, pasar tiempo con la gente, con nuestra gente. De nada sirve, que se junten 5 teóricos a discutir sobre la Transformación Social si no somos capaces de llegar a todos los que formamos las cooperativas. Como dice Miguel, en las empresas, realizamos estudios de mercado, Planes de Gestión y para cumplirlos nos dotamos de una serie de herramientas. En el tema social, al menos en nuestra cooperativa, no tenemos nada estructurado, que nos permita discutir a los trabajadores sobre qué entendemos que debiera aportar la cooperativa en el ámbito de la Transformación Social. A mi entender, creemos que debe venir del Grupo o de los órganos, y la realidad es que no tenemos ningún espacio para hablar del tema ni le damos ninguna prioridad.



&gt;&gt; U.A.: UNAI ARREGI

### « Cambiando de tercio, ¿cómo veis el clima social en nuestras Cooperativas/Negocios?

**R.G.:** En general se ve, y no sólo en ULMA sino en otras cooperativas, cierta –yo le llamo– “nube gris”, cierto desencanto. Creo que valoramos poco lo que tenemos, valoramos solamente la punta de la pirámide, pero no lo que está debajo. Nos quejamos mucho sobre cosas que nos inquietan, pero dejamos de valorar otras cosas fundamentales que tenemos. Estamos en situación de mejora y algunas cooperativas van bien pero no conseguimos superar ese desencanto que tenemos, la “nube gris” encima de nuestras cabezas. Va por barrios, no es igual en todos los Negocios ni en todos los departamentos, pero se repite en muchas cooperativas. El que seamos capaces de mejorar en este aspecto depende de muchas cosas: del perfil de los líderes que tenemos, de lo que se trabajen esos temas, de cómo fomentamos la participación de la gente, que para mí es clave. Hay muchas variables, pero todavía no hemos aprendido cómo darle la vuelta al calcetín. Dicho esto, y reconociendo que tenemos muchas cosas en las que trabajar, también pienso que el clima social en general no se puede calificar de malo.

**L.D.G.:** Yo puedo hablar de la experiencia de mi cooperativa y nos toca un poco hacer de profetas siendo presidentes, pero no hay que olvidar que hemos sido parte del colectivo. Algunos hemos pasado por otros órganos más belicosos. Pero es cierto y haciendo mención a lo que he dicho antes, de la sociedad del bienestar y dando la razón a Raúl, tenemos un colectivo que quizá no valora la situación en la que estamos, y no hablo de la

situación económica. Esta situación hace 30 ó 40 años nadie lo hubiera imaginado, las cosas que se han conseguido... Pero sí que creo que el clima de las cooperativas, o por lo menos de la mía, es variable, cíclico, en el sentido de que puntualmente pueden aparecer ciertos temas que meten mucho ruido, que lleven mensajes de que el colectivo está descontento, pero cuando hay necesidades tenemos un colectivo que responde, se involucra y se le ve comprometido, y para mí eso es incompatible con un mal clima social. Es decir, si una persona no está a gusto, cree que en su cooperativa no se le tiene en cuenta, cuando se le pide un esfuerzo la gente no respondería y tenemos la experiencia de que cuando ha hecho falta la gente ha respondido, sacrificarse es una palabra muy fuerte, pero sí que ha dejado de lado otras cosas para poner su granito de arena. Yo tengo la dicotomía de que tenemos un colectivo belicoso pero que a la vez es consciente de la situación y hace esfuerzos. En general es cíclico, en función de temas puntuales que aparecen puede haber más o menos reivindicación o ruido, pero la gente es consciente de lo hay.

«  
en el consejo general se le está dando fuerza al tema social  
» U.A.

**U.A.:** A nivel de Grupo yo no puedo decir mucho, somos 8 Negocios y cada uno tiene sus particularidades, tanto de tipo de mercado como de estructura organizativa, dimensión, filiales, y demás, con lo que mi experiencia se centra más en ULMA Architectural. Abogando a ese



&gt;&gt; I.M.: IÑAKI MEDINA

término de ciclos, en nuestra cooperativa, nuestro clima social yo creo que está muy ligado a la crisis que hemos tenido que ha tenido por detrás una caída de mercado terrible y eso a su vez ha tenido también por detrás una toma de decisiones de alto impacto y de calado importante en el ámbito societario, desde reestructuraciones, niveles de anticipos al 80 durante años, situaciones de extornos, etc.

Todo eso tiene efectos negativos en la parte de acople societarios respecto al proyecto que tenemos entre manos y que compartimos entre todos. Derivado de esa crisis, en los últimos años los esfuerzos del ejecutivo y de los órganos han estado centrados en el plan de negocio y estos temas sociales igual han quedado en un segundo nivel. Eso es una realidad con la que hemos tenido que convivir y a la que hemos hecho frente, priorizando el aspecto de reconducir el negocio. Lo que sí constato, es que en el consejo general se le está dando fuerza al tema social, y los negocios tenemos que coger lo que se está trabajando a nivel de Grupo como una oportunidad importante para dar el salto cualitativo.

**A.Y.:** En nuestro caso, el clima social actual diría que es aceptable. Venimos de una época mala desde la escisión que tuvimos de ULMA Construcción hasta ahora, la gente se habitúa a eso. Ahora mismo nos acompañan los números, pero esto es como un partido de fútbol, cuando vas perdiendo la gente está nerviosa, ahora estamos relativamente bien, pero han quedado cicatrices que van a tardar en curar. Tenemos que preparar a la gente para los momentos que van a llegar, que no se ponga nerviosa, cuando estamos bien todos estamos bien, si estamos mal



&gt;&gt; J.A.A.: JON ANDER ARAMENDI

hay que preparar a la gente y decirle qué tipo de Negocio somos, qué puede pasar y cómo vas a actuar. No somos tan buenos ni vamos a ser tan malos. Respecto al Grupo, no te das cuenta de cómo está el clima social, no se habla demasiado, oyes cosas fuera. Tengo cierta ignorancia en cómo están los Negocios socialmente.

**M.P.:** En nuestro caso, en el tema del clima social, y a pesar de todo lo que estamos pasando, diría que el clima social es bueno, por supuesto que hay muchos nervios, la situación lo justifica, pero ves que la gente tiene ganas de sacarlo adelante, está involucrada y totalmente volcada con el proyecto. Creo que podría ser una especie de diagnóstico; cuando las cosas van mal la gente sí se vuelca con el proyecto teniendo claro qué es lo que va a sacarlo adelante, y qué es lo prioritario en cada momento, en nuestro caso temas sociales no se tratan casi ninguno porque lo prioritario es sacar adelante el proyecto. La gente sabe distinguir las reivindicaciones sociales, dejarlas aparcadas y llegará el día en que podamos hablar de ellas; tenemos una situación mala, pero estamos todos involucrados para sacarla adelante y mantener el Negocio en el pueblo.

**J.A.A.:** Voy a valorar lo que me transmite ULMA Servicios de Manutención ya que es lo que vivo a diario. Aunque no sea el único argumento, recientemente hemos llevado a cabo una reestructuración muy importante con el objetivo de buscar la rentabilidad económica y esto deja unas secuelas importantes en el clima social. Ahora tenemos mucho camino por recorrer y a ver si tenemos la inteligencia suficiente para aprender de esta vivencia. Tenemos que trabajar con seriedad y sin generar falsas expectativas.

«  
tenemos que trabajar con seriedad y sin generar falsas expectativas  
» J.A.A.

**I.M.:** Como dice Jon Ander, nosotros hemos realizado una serie de cambios importantes en el último año. Ahora es hora de trabajar, predicar con el ejemplo. Nada de palabras. Y sólo así recuperaremos al colectivo. A mi juicio, como colectivo estamos cansados, y no lo relaciono directamente con la situación empresarial, las penas con dinero pueden ser menos penas, pero siguen siendo penas, y a la larga si no se remedia, pasa factura. Hablamos de lo importante que son las personas, pero luego no hacemos nada para demostrarlo. No lo tenemos estructurado, con lo que perdemos credibilidad. La confianza no se regala y no te la dan, te la tienes que ganar.

**I.Q.:** Las personas que conforman las cooperativas no son diferentes de las que forman la sociedad.

## esto no es todo...

¿QUIERES LEER LA MESA REDONDA AL COMPLETO?  
La puedes leer en la sección de reportajes del Begira Online:

<http://begira.ulma.com>



Ver en Issuu



&gt;&gt; I.Q.: IÑIGO QUEREJETA

«  
podemos estar preocupados... o estar ocupados; es nuestra elección  
» I.Q.

Podemos estar preocupados... o podemos estar ocupados; es nuestra elección.

Estas son algunas de las líneas de trabajo de esa “ocupación” en UHS:

-Implicación activa de los consejeros sociales en la medición del clima social y la gestión de conflictos en las áreas (junto a Responsable del área y Área de Personas)

-Articulación orgánica: cuatrimestralmente el Consejo Social hace un descargo del clima social directamente al Consejo Rector (área por área) para que todos asumamos nuestra cota de responsabilidad.

-Entendemos que la existencia de una Estrategia Social debe aportar una visión al colectivo que le haga sentirse parte de algo más que su quehacer diario.

# La Captación del Talento, un nuevo reto para las empresas

Vamos a pasar, si no lo hemos hecho ya, del ¿quieres trabajar con nosotros? al ¿quiero trabajar con vosotros?

Para que la respuesta a esa pregunta sea positiva, las empresas tenemos que poner en marcha planes y acciones que aumenten nuestra Reputación Corporativa. Parece evidente que una de las claves estará en construir tu Marca Empleadora en el entorno de la Comunicación. Bien es cierto que, en nuestro caso, la Identidad de Marca construida durante años nos hace ir un paso por delante en la percepción que el talento tiene de nosotros.

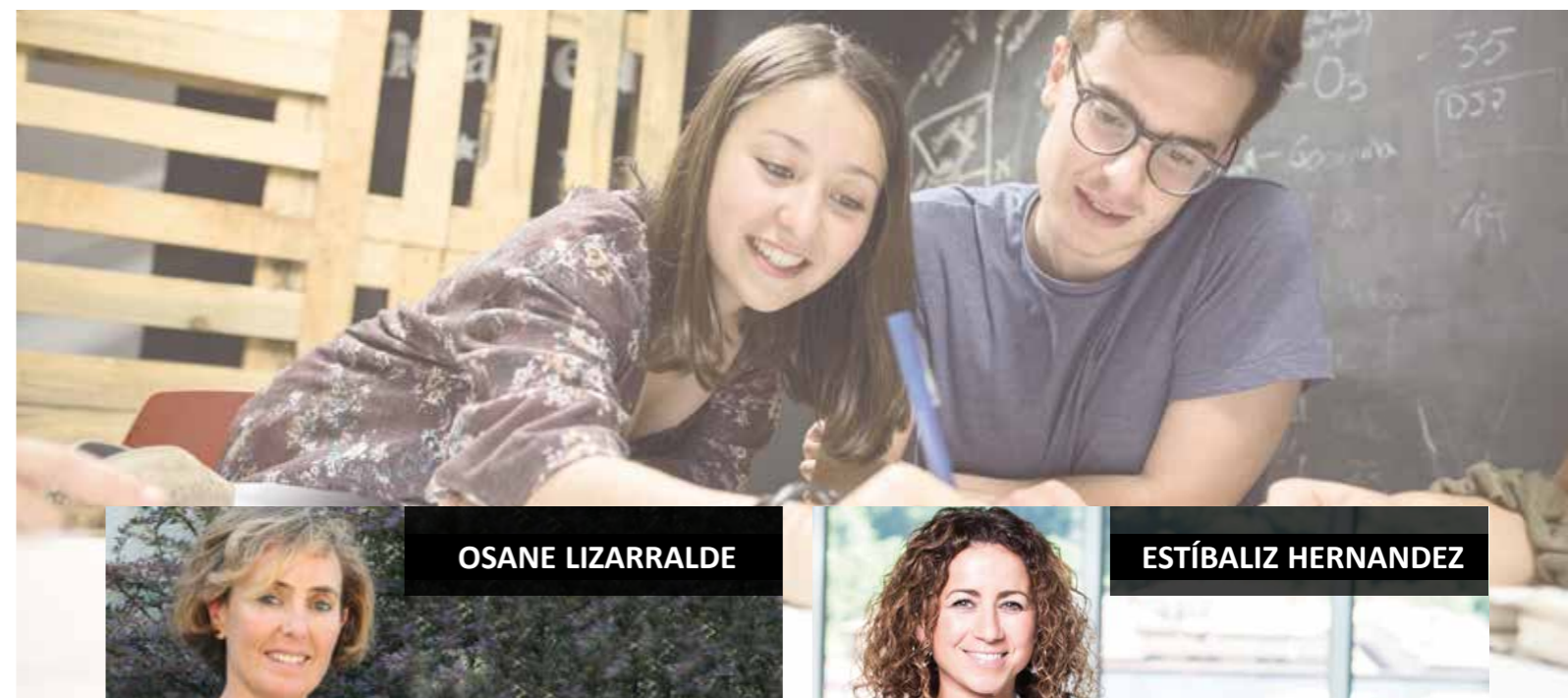
No obstante, dominar completamente todas las fases y alinear todos los elementos que inciden en esta percepción marcará la diferencia y nos convertirá en referencia para el talento.

En este sentido, nos hemos reunido con diferentes alum@s y profesor@s de Enpresagintza y la Escuela Politécnica Superior de MONDRAGON Unibertsitatea para conocer más en profundidad la realidad de las nuevas generaciones de jóvenes que se van a ir acercando al mercado laboral. La importancia de la formación dual, las nuevas motivaciones, tanto profesionales como personales, o las características que les atraen de las empresas son solamente algunas de las claves que nos han ofrecido.

## La Captación del Talento en el Grupo ULMA

A la hora de atraer y captar talento, el Grupo ULMA participa en diferentes iniciativas como por ejemplo la conferencia BE BASQUE TALENT CONFERENCE celebrada el pasado día 11 de noviembre en Munich.

Un congreso en el que participaron cerca de 25 organizaciones vascas y alrededor de 130 profesionales altamente cualificados que están desarrollando una carrera internacional en Alemania.



OSANE LIZARRALDE

Coordinadora de las prácticas en empresa de los Grados de Informática y Telecomunicaciones de Mondragon Unibertsitatea

ESTÍBALIZ HERNANDEZ

Coordinadora del Grado en Administración y Dirección de Empresas (myGADE) de Mondragon Unibertsitatea

**E**l mercado está demandando cada vez más perfiles “tecnólogos”, y con la cantidad de alumnos que tenemos en este tipo de carreras no podemos satisfacer esas necesidades. Ahí tenemos un gran gap. En cuanto a mi ámbito, demandan sobre todo perfiles relacionados con la automatización: desarrolladores de software, aplicaciones web y smartphones, sistemas embebidos, análisis de datos, inteligencia artificial, robótica, conocimientos de electrónica, etc.

El problema de atraer a esos jóvenes no lo tienen únicamente las empresas, también lo tenemos en la universidad. Bajo mi punto de vista, el mayor reto consiste en atraer a esos jóvenes a la universidad, sobre todo las chicas ya que en los últimos años su presencia ha ido disminuyendo, hasta casi desaparecer.

Para revertir esa tendencia, tenemos que colaborar de forma más estrecha tanto las universidades, las empresas, así como diferentes agentes externos, tanto privados como públicos.

Desde la universidad apostamos por reforzar la fórmula de la formación dual. Estamos convencidos de que es muy beneficioso para el proceso de aprendizaje de los alumnos, pero también para las empresas, porque pueden conocer a los alumnos en el ámbito laboral.

“ el problema de atraer a esos jóvenes no lo tienen únicamente las empresas, también lo tenemos en la universidad ”

**P**ara atraer y retener talento joven, y generar “cantera” es necesario que las empresas estén cerca de las universidades, que son la fuente principal de generación de talento: integrando alumnos/as en formación dual, participando activamente en los foros universitarios, en proyectos conjuntos de I+D, etc. Además, es importante trabajar la imagen de marca en clave empleadora ofreciendo un proyecto ilusionante con ingredientes como: flexibilidad laboral, equipo humano innovador o formación continua.

La escala de valores de los jóvenes está cambiando. Por encima de las cuestiones económicas los jóvenes valoran que la empresa en la que trabajan les ofrezca la posibilidad de desarrollar una curva de carrera alineada con sus motivaciones, que invierta en planes de formación y desarrollo, que le permita participar en la toma de decisiones e integrarse en equipos multidisciplinares. El talento en la empresa debe ser considerado como un cliente interno que hay que cuidar y preocuparse por su bienestar, generando un clima basado en la confianza y visualizando su contribución al proyecto global de la empresa.

En el futuro habrá una pugna por el talento y la empresa mejor posicionada para dar respuesta a las expectativas de las personas será quien consiga atraer a los mejores perfiles.

El factor humano es cada vez más decisivo en la competitividad de la empresa. Las tecnologías y las infraestructuras se pueden adquirir, sin embargo, el factor diferencial serán las personas y su capacidad de transformar la realidad empresarial y social.

“ el factor diferencial en las empresas serán las personas y su capacidad de transformar la realidad empresarial y social ”

Estudiantes que cursan formación dual en Enpresagintza y Goi Eskola Politeknikoa (GEP) nos relatan sus experiencias y motivaciones profesionales:

&gt;&gt;

La verdad es que este tiempo en ULMA está siendo una experiencia muy enriquecedora. Además, cuando acabe el Grado tendré 4 años de prácticas en empresa. A la hora de salir al mercado laboral, es una ventaja. En cuanto al futuro, personalmente, prefiero apostar por quedarme aquí, aunque sí que me motiva el hecho de salir fuera y conocer otras realidades.

Bajo mi punto de vista, una empresa atractiva es aquella que dé autonomía a sus trabajadores. Otra de las cosas que más positivamente valoro es que sean empresas que estén en constante innovación, que salen de su zona de confort y arriesgan.



**MAIALEN VILA**

Alumna de myGADE, 3er curso.  
Enpresagintza

*cuando acabe el Grado, tendré 4 años de prácticas en empresa. A la hora de salir al mercado laboral, es una ventaja.*

&gt;&gt;

Cuando finalice el Grado, mi idea es seguir formándome y realizar un Máster. De todas formas, tengo que decir que, mediante la formación dual, aparte de conseguir las competencias teóricas, también hemos adquirido unas competencias que solamente puedes adquirir si te enfrentas al mundo laboral de forma real. Eso también es un plus a la hora de salir al mercado laboral.

Creo que la mentalidad de los jóvenes de hoy en día está cambiando. En mi caso, busco alicientes para crecer profesionalmente. No tengo en mente entrar en una empresa y quedarme allí toda la vida haciendo lo mismo. En el caso particular de ULMA, valoro mucho que sea una empresa internacionalizada porque sé que me daría opciones de crecer profesionalmente y salir fuera.



**MAIDER ELORZA**

Alumna de myGADE, 4to curso.  
Enpresagintza

*la mentalidad de los jóvenes está cambiando. En mi caso, busco alicientes para crecer profesionalmente*

&gt;&gt;

Cuando finalice el Grado tengo la intención de realizar un Máster que me permita especializarme. De todas formas, cuando finalice mis estudios, al igual que mis compañer@s, la idea es empezar a trabajar. En nuestro caso, tenemos cierta ventaja ya que contaremos con 4 años de experiencia. Espero que las empresas lo sepan valorar. Por otro lado, me motiva entrar en una empresa internacionalizada que me permita viajar y cambiar de país sin cambiar de empresa. En ese sentido, veo a ULMA como una empresa grande e internacionalizada que podría ofrecerme esa posibilidad. En estos momentos, el sueldo y la cercanía no son primordiales para mí.



**LEIRE ELGARRESTA**

Alumna de myGADE, 4to curso.  
Enpresagintza

*me motiva entrar en una empresa Internacionalizada que me permita viajar y cambiar de país sin cambiar de empresa*

&gt;&gt;

Parece que el mercado laboral está complicado. Aunque también es cierto que, en nuestro sector, parece que las cosas no están tan mal. Las empresas demandan profesionales de nuestro perfil, informáticos, telecos, etc.

Por otro lado, a la hora de elegir una empresa, personalmente valoro mucho la cercanía. Es decir, que la empresa donde trabaje se encuentre cerca de mi domicilio. Esto no quiere decir que no quiera salir a trabajar al extranjero. Me gustaría que la empresa donde trabaje me diera la posibilidad de trabajar fuera durante un tiempo concreto y después volver.



**IBAI IRIGOYEN**

Alumno de grado doble Telecomunicaciones e Informática, 3er curso.  
Goi Eskola Politeknikoa

*las empresas demandan profesionales de nuestro perfil, informáticos, telecos, etc*

&gt;&gt;

Aquí en el País Vasco todo lo relacionado con la tecnología y la investigación es muy potente. Creo que tenemos muchas oportunidades aquí y tenemos que saber aprovecharlas. De todas formas, estuve haciendo las prácticas en Polonia 4 meses. Una experiencia muy enriquecedora, pero soy consciente de que ir de prácticas no es lo mismo que ir a trabajar. Me gustaría ir a trabajar durante una temporada y disfrutar de esa experiencia de otra forma.

A la hora de escoger una empresa para trabajar, bajo mi punto de vista el sueldo es importante, pero también el ambiente que se respire en el trabajo. Lo más importante es sentirme a gusto con lo que hago y con las personas que tengo alrededor.



**MARKEL TXASKO**

Alumno de grado de Informática 3er curso.  
Goi Eskola Politeknikoa

*creo que tenemos muchas oportunidades aquí y tenemos que saber aprovecharlas*

&gt;&gt;

Parece que en el sector informático y las telecomunicaciones hay mucha oferta de trabajo. De todas formas, lo que más me preocupa son las condiciones laborales que ofrecen. Con la crisis, se han producido grandes recortes en esas condiciones. Bajo mi punto de vista la oferta tiene que ir en consonancia al talento de esos jóvenes. Si tengo que decantarme por una empresa, valoro su apuesta por la innovación y la tecnología y que se tenga en cuenta la opinión de cada trabajador. Lo de ser una cooperativa puede llegar a ser un aliciente más, pero a la hora de tomar una decisión, no es primordial.



**UNAI IZAGIRRE**

Alumno de Master en Sistemas Embebidos  
Goi Eskola Politeknikoa

*si tengo que decantarme por una empresa valoro su apuesta por la innovación y la tecnología*

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.

## La actividad de 2017 en titulares



### viaje solidario

Izaskun Vildarraz, compañera de ULMA Carretillas Elevadoras, viajó a México de agosto a noviembre de la mano de Mundukide para impartir formación en diferentes cooperativas de la zona.



### talleres infantiles

76 niños/as de 4 a 10 años han participado en los talleres de junio, un 65% más que el año pasado. Estuvieron acompañados por 6 monitores, dos de los cuales eran familiares de ULMA. Esta medida por la conciliación familiar ha sido muy bien valorada por padres y madres.



### recogida solidaria de juguetes nuevos

Hasta el 15 de diciembre



### recogida solidaria utensilios de cocina

Sobre todo cazuelas y sartenes, pero también vajilla, cubiertos o aparatos eléctricos viajan ahora mismo a Honduras y está previsto que lleguen a final de año. Publicaremos imágenes en cuanto las recibamos. ¡Gracias por colaborar!



### #gestosostenible

De momento en Servicios Centrales y Construcción: hemos repartido botellas de vidrio y colocado jarras de agua en las salas de reuniones para reducir el consumo de plástico. ¡Consumimos más de 5.000 botellas de agua cada año!  
Y en marcha la campaña de concienciación para un consumo eléctrico más responsable; encender luces sólo si es necesario, apagar los dispositivos al terminar de utilizarlos y utilizar el aire acondicionado sin excesos.



### noviembre saludable

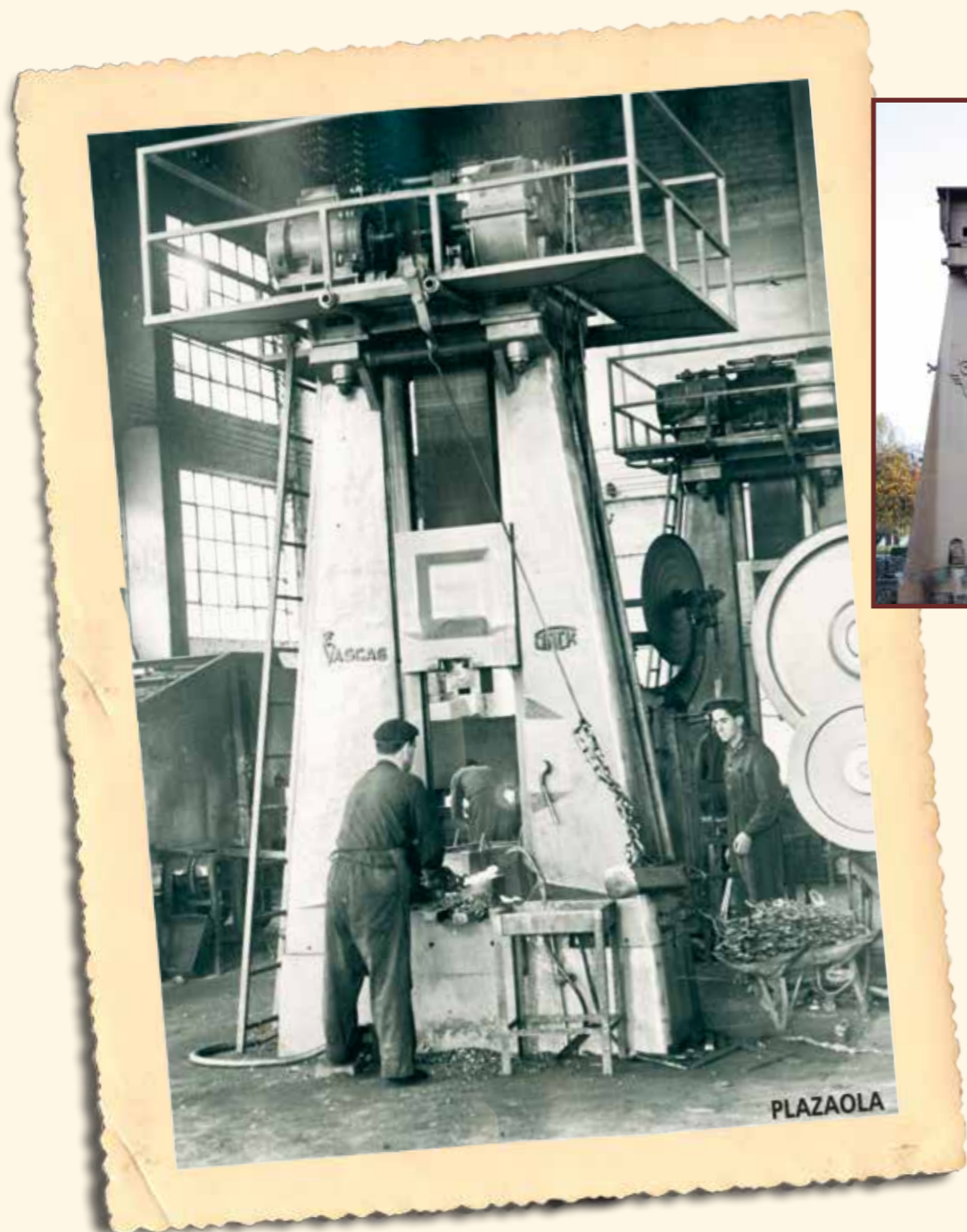
Dentro del programa "Izan Osasuntsu" los jueves de noviembre estuvieron llenos de consejos saludables. Personas expertas en temas de salud y bienestar nos visitaron y hablaron sobre Marcha nórdica, David Spine Concept, Salud y movimiento humano o K-Stretch. ¡Saludables e interesantes las charlas y las prácticas realizadas!

## y además...

- ¡ Más de 70 personas de ULMA disfrutaron de un interesante descuento en la cuota anual de **Goiena Klub**.
- Estudiantes de Oñati visitaron UPTC (ULMA Packaging Technological Center) dentro del programa **Start Innova**.
- Repartimos 150 **entradas solidarias**, a 3€, para ver a la Real Sociedad en Anoeta. Total: 450 euros entregados a Mundukide.
- 22 personas voluntarias de ULMA trabajaron en la txosna el día de **Kilometroak** en la fiesta a favor de la ikastola Txantxiku de Oñati.
- 13 personas representaron a ULMA en la III **Carrera solidaria entre cooperativas** a favor de Mundukide: corriendo, andando o practicando Marcha nórdica.
- Prueba piloto en Garagaltza auzoa para reducir el consumo de gasolina: premiamos la **movilidad sostenible** con Ciclogreen. Con una mecánica similar a Travel Club, ya hemos recorrido casi 1.000 ekokilómetros: ¡desplazamientos sin consumir gasolina!.
- Otra prueba piloto para **fomentar el comercio local** en Oñati: posibilidad de compra on line, entrega del pedido en el lugar de trabajo y reparto con coche eléctrico.
- 15 personas en riesgo de exclusión social de **Bidebarri** recibieron, de la mano de trabajadores voluntarios de La Caixa, formación en temas como: "Economía doméstica-Responsabilidad financiera" y "Cómo hacer un CV, buscar empleo o preparar la entrevista de trabajo".

Si quieres ampliar esta información puedes contactar con [fundacionulma@ulma.com](mailto:fundacionulma@ulma.com)

## Un guiño al pasado



### Primer martillo de caída de ULMA Piping

En 1964, ULMA Piping comenzó con la fabricación de Bridas con este martillo de caída adquirido a la empresa Gack. Esta adquisición supuso una profunda transformación en la empresa. La oportunidad surgió a raíz de un viaje a Alemania para comprar una máquina, en el que el fabricante les ofreció la posibilidad de fabricar las bridas garantizando una carga de trabajo importante. Aunque a día de hoy este martillo ya no se use, se puede ver expuesto en el exterior de la planta de Zubillaga de ULMA Piping.

SI TIENES ALGUNA IMAGEN DE ESTE ESTILO Y/O RECUERDAS UN HITO HISTÓRICO, PUEDES CONTACTAR CON NOSOTROS PARA PUBLICARLO EN ESTA SECCIÓN DONDE REPASAMOS LA HISTORIA DE ULMA

¡AGRADECEMOS DE ANTEMANO VUESTRA INESTIMABLE COLABORACIÓN!



begira@ulma.com

## JUBILACIONES: 1 septiembre - 31 diciembre 2017

- Juan Mari Beitia
- Juan Miguel Zabarte
- Miguel A. Lasagabaster
- José Esteban Sanz de Galdeano
- Ion Ander Mugika
- Antonio Ballesteros
- Rafa Amasorrain
- José Manuel Prieto
- Txaro Uribeetxeberria
- Mila Igartua
- María Pilar Ayastuy
- Itziar Zabaleta
- José Javier Belloso

¡Muchas gracias y a disfrutar!  
**Felicidades**

# 2018 egutegia calendario

Como en años anteriores, el pasado mes de septiembre el Grupo ULMA puso en marcha su XII. edición del Concurso de fotografía dirigido a todos sus socios y trabajadores.

Con una selección de las fotografías recibidas se ha editado el calendario de mesa que acompaña a esta revista. Además, entre todos los participantes se ha sorteado una fabulosa Cesta de Navidad Euskolabel.

¡Gracias por participar!







# www.ulma.com

La información del Grupo ULMA a tu alcance

Todos los videos del Grupo ULMA

**Youtube**

Accede al perfil del Grupo ULMA

**Linkedin**

Conoce la actualidad del Grupo ULMA a través de las fotos

**Flickr**

Sigue al Grupo ULMA @GrupoULMATaldea

**Twitter**

**BEGIRA OnLine**

[www.begira.ulma.com](http://www.begira.ulma.com)

Revista corporativa del Grupo ULMA

<http://portalde.ulma.com>

Además, recuerda que todos los trabajadores de ULMA tenemos acceso a PORTALDE, la intranet corporativa del Grupo ULMA donde podemos acceder a información tal y como: Las normativas, el RIC, descuentos y ventajas por ser trabajador de ULMA, solicitud de pases, convocatorias de empleo, el horario médico, información sanitaria y cuadro médico de Lagun Aro y asistencia en extranjero entre otros.