

Salvador Arenere

“No podemos ser
autocomplacientes
pero tampoco caer
en un pesimismo
letal”



José Luis Abós

“Mi vida dio un giro total
cuando Mario Pesquera
me propuso ser su
ayudante en el CAI”

Soluciones aseguradoras

Por la fidelización de
directivos y empleados
clave de la empresa

Organizaciones empresariales

AERA aglutina
21 empresas aragonesas
del sector Aeronáutico





Con Pluma ajena
Jose Luis Abós,
entrenador del CAI Zaragoza.

4



La otra visión del Directivo
Salvador Arenere,
Presidente de ADEA.

8



Nuestros clientes y amigos
Industrias Mercury,
de equipamientos deportivos.

11



Crónica Empresarial
Ebrópolis premió las buenas prácticas ciudadanas.
Juan Manuel Blanchard, Directivo de Aragón 2013.

14

XX Aniversario de la Asociación de Secretariado Profesional de Aragón.

Ronal Ibérica y el Colegio Sagrada Familia,
premios Excelencia Empresarial 2013.

Simply asume la presidencia del clúster IDiA.



Organizaciones empresariales
La industria aeronáutica aragonesa
remonta el vuelo.

18



Kalibo en pocas palabras
Consultorio.
Asistencia en viaje de negocios.

21



Soluciones aseguradoras
La fidelización de directivos y empleados,
clave de una empresa.

23



Temas Generales de Interés
¡Llegó el coworking!

26



Entrevista Directivo Seguros
Alejandro Gómez,
Presidente Ejecutivo de WR Werkley.

28



Tendencias
La gastronomía aragonesa
de promoción.

30



Miguel de las Morenas
Director General
Kalibo Correduría de Seguros

EDITA

Kalibo Correduría de Seguros
Anselmo Clavé, 55-57, bajos
50004 Zaragoza
www.kalibo.com · info@kalibo.com

PUBLICIDAD

Fernando Baquero. Tel. 976 210 710

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

www.cubo.es

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
Tirada: 4.000 ejemplares

Depósito legal: Z-2476/2009
ISSN: 1889-755X

Kalibo Correduría de Seguros no se identifica necesariamente con el contenido de los artículos ni con las opiniones de sus colaboradores. Está permitida la reproducción total o parcial de los contenidos de Panorama, siempre y cuando conste cita expresa de la fuente.

Kalibo Correduría de Seguros, S.L. inscrita en el Registro Mercantil de Zaragoza, Tomo 2159, Libro 0, Sección 8, Folio 200, Hoja Z-7572 con CIF B50332865. Inscrita en el Registro Especial de Sociedades de Correduría de Seguros del Ministerio de Economía y Hacienda, Clave J-861. Concertado Seguro de Responsabilidad Civil y Seguro de Caucción conforme art. 27.1, letra E y F Ley 26/2006 de 17 de julio.



Escanee el código con su móvil y consulte todas nuestras publicaciones.

Tirón de orejas a la banca

Hace ya unos cuantos años mantuve una interesantísima conversación con un alto directivo de una entidad bancaria. Este hombre me explicó sin ningún tipo de rubor como en su entidad se analizaba minuciosamente la información contenida en cada recibo domiciliado en dicha entidad.

Información tan obvia como ingresos de la unidad familiar, declaración de la renta, fondos de inversión, depósitos, consumos diversos, etc., estaban perfectamente analizados, pero sobre todo, una exhaustiva información sobre los seguros contratados por sus clientes con sus diversas entidades aseguradoras.

Pues bien, este hecho tantas veces denunciado por parte de los profesionales del seguro, ha tenido por fin un pronunciamiento oficial por parte de la Agencia Española de Protección de datos, que cree que las entidades financieras llevan a cabo prácticas irregulares por posible vulneración de las normas sobre protección de datos personales y de la competencia.

El hecho de girar un recibo al banco para su gestión de cobro, no autoriza a las entidades financieras a sustraer y utilizar la información contenida en los citados recibos como arma de presión y de oferta sobre los clientes de la entidad. ¿Se ha preguntado alguna vez por qué su entidad bancaria le oferta un seguro sin haberle facilitado ninguna información?.

La información contenida en los mencionados recibos, únicamente podría ser utilizada si la entidad financiera tuviera el consentimiento del interesado, y este conociera la finalidad para la que los datos van a ser utilizados, y en su caso cedidos a su entidad aseguradora o mediadora.

Este uso irregular de la información constituye una ventaja competitiva en contra de otros operadores del mercado asegurador, pero señoras y señores profesionales de otras actividades, estén atentos porque tal vez los próximos perjudicados pueden ser ustedes, y esto hay que pararlo ya.

Su anuncio será visto
4.000 veces en

Panorama
Su revista especializada

Información publicidad
Tel. 976 210 710



Salvador Arenere,

comenta la IV Convención de la Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón, ADEA.

Más de mil directivos de Aragón y una veintena de ponentes, personalidades de la empresa, de la política, de la Universidad se reunieron en la IV Convención de la Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón, ADEA, que tenía como lema “Invertir en Aragón”. Durante dos días, los asistentes trataron de desvelar las posibilidades de Aragón para atraer inversores nacionales o extranjeros que aporten capital a las empresas aragonesas.

¿Por qué eligieron este lema para la convención?, ¿quiere decir que hemos acabado con la crisis y que ha comenzado el periodo de recuperación?

■ Nosotros elaboramos trimestralmente un “Indicador de Opinión”, en el que medio millar de directivos y ejecutivos expresan su opinión sobre temas de interés para las empresas: financiación, ventas, empleo, etc. En el indicador que presentamos en el mes de junio, constatamos que, por primera vez, se recogían opiniones de que algo estaba cambiando en la marcha de las empresas y que mejoraban las perspectivas en relación con los semes-

tres venideros. Nuestros directivos nos transmitían la sensación de que la situación depresiva había “tocado fondo”. Otras opiniones posteriores de empresarios de todo el país coincidían en ello. Por otro lado, algunos indicadores, como la prima de riesgo, la recuperación de la Bolsa, el buen tono de las exportaciones, la confianza sobre la temporada turística y, sobre todo, la reducción del número de empresas que presentaban expedientes de regulación de empleo, avalaban esa impresión inicial de que la caída se había frenado. Todo eso se producía en el momento en el que estábamos diseñando el programa de nuestra IV

Convención y estimamos que era una oportunidad ideal para analizar el momento en que nos encontrábamos y cuáles podrían ser las actuaciones a realizar para consolidar el crecimiento de actividad y agilizar la inversión. Estábamos seguros que nos encontrábamos en un punto de inflexión y que debíamos analizar los factores de crecimiento, fortalezas y debilidades que diferencian a la economía aragonesa.

¿Cuáles fueron las opiniones de los directivos y ejecutivos sobre las medidas ejecutadas y las reformas estructurales que ha realizado el Gobierno?

■ Algunas reformas han dado ya resultados positivos, aunque de otras quizás no podamos decir lo mismo. En la Convención se pusieron de manifiesto algunos de los beneficios generados por la reforma laboral, sobre todo en el sector automovilístico que ha logrado no sólo mantener la actividad, sino que ha conseguido sacar al mercado nuevos modelos. En otros sectores los beneficios no han sido tan visibles.

¿En qué sectores cree usted que las reformas han sido más eficaces y visibles?

■ Posiblemente, en el sector financiero es donde las reformas han sido más profundas ya que del medio centenar de entidades financieras que teníamos en España, han quedado reducidas a una decena. Pero eso no quiere decir que esté finalizada la reforma de ese sector, que ahora se sigue realizando en el ámbito de la Unión Europea, como es la armonización bancaria, sobre las que se está trabajando y que requerirá posiblemente una década para culminarse. En España, por ejemplo, aún se manifiestan en el sector financiero algunos “coletazos” de la crisis, como puede ser la alta morosidad que está soportando el sector y su baja actividad, que

se acusa en el balance del activo que está bajando aceleradamente porque no hay contratación, ni hay nuevas hipotecas y la actividad económica se ha ralentizado.

¿Se apuntaron en la Convención la necesidad de abordar otras regulaciones o reformas?

■ Queda pendiente la reforma de la Administración Pública. España tiene mucha menos actividad que en 2007 ó 2008 pero sigue teniendo la misma cabeza institucional, lo que supone un alto coste y que está generando un elevado déficit. Ya no se pueden hacer más recortes en la Sanidad ni en la Educación pero sí que se puede llevar a cabo una reforma de la Administración que abarate costes.

¿Se habló en la Convención de la grave situación por la que atraviesa nuestro sector energético?

■ El coste de la energía en España fue quizás el tema que más veces salió en las ponencias y en los debates. Algunos de los ponentes lo calificaron como el más preocupante problema que tiene planteado la economía española. El coste de la energía es en España un 70 por ciento superior al de Francia. En la convención hablaron representan-

“Las más claras oportunidades de Aragón son: la existencia de suelo industrial a bajos precios, nuestra privilegiada situación logística y el alto nivel de preparación de nuestros titulados”

tes de empresas con elevados consumos eléctricos, como General Motors o SAICA, que denunciaron que los avances en competitividad de nuestro tejido industrial, derivados de ajustes salariales o inversiones productivas, se han visto contrarrestados por el coste de la energía. Los asistentes a la Convención exhortaron al Gobierno para que lleve a cabo una reforma del sector energético y que la haga de forma urgente, ya que los cambios en este sector tardan muchos años en dar los resultados buscados. Las compañías eléctricas deben hacer un esfuerzo para gestionar mejor sus negocios “quitándose grasa”. Las grandes empresas eléctricas se han convertido en ministerios y sus ejecutivos se han considerado funcionarios.



■ Los componentes de una de las mesas de la Convención. Por la izquierda, Juan Antonio Alcaraz, Director General de CaixaBank; José Luis Malo de Molina, Director General del Servicio de Estudios del Banco de España; Francisco Bono, Consejero de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón; Salvador Arenere, Presidente de ADEA; José Luis Aguirre Loaso, Consejero Delegado de Ibercaja, y Juan Manuel Cendoya Méndez de Vigo, Director General de Comunicación, Marketing Corporativo y Estudios del Banco Santander.

CONTINÚA



Larga trayectoria en el mundo financiero

El presidente de la Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón, ADEA, y miembro de la Junta Directiva de la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE), es turolense nacido en Mora de Rubielos. Tiene una dilatada trayectoria en el mundo financiero, ocupando, entre otros cargos de responsabilidad, la dirección territorial de Banco Central Hispano en Aragón y La Rioja y la dirección territorial de Instituciones en Aragón, Navarra y La Rioja en su última etapa en el Banco Santander.

Fue uno de los directivos de la Asociación Cultural Zaragoza Expo 2008, que promovió la cita Internacional. Ha sido miembro del CESA (Consejo Económico y Social del Gobierno de Aragón).

También es responsable de Comunicación y Relaciones Institucionales de Puerto Venecia y miembro del consejo de administración de INTU Eurofund Investments.

Es habitual de las tertulias de ZTV y Aragón Radio.

Fortalezas y debilidades

¿Se enumeraron en la Convención cuales son las más claras oportunidades de recuperación de Aragón?

- Se destacó como una fortaleza la existencia de abundante suelo industrial a costes muy accesibles. En el territorio aragonés existen muchos polígonos industriales ya urbanizados, naves industriales en lugares estratégicos y bien comunicados a precios muy bajos. Además, tenemos también suelo ordenado y calificado para la construcción residencial, en el que se puede conseguir licencias de edificación, lo que puede alentar la actividad constructora que es un motor para el conjunto de la economía. También se destacó como atractivo la calidad de vida en nuestra comunidad.

Pero una de las fortalezas más valoradas fue el alto nivel de preparación técnica de nuestros titulados en los centros de enseñanza superior de la Universidad de Zaragoza, sobre todo los especialistas en telecomunicaciones y TICs. En su intervención, el consejero Aliaga destacó, como una clara fortaleza, la mano de obra cualificada con la que cuenta Aragón y que está sustentada por una Universidad de calidad que cuenta con 319 grupos de investigación y ocho institutos referentes.

Finalmente, se analizaron las ventajas derivadas de nuestra privilegiada situación logística, con el cuadrilátero más poblado y más rico de la Península Ibérica, con infraestructuras ya en marcha, como la Plataforma Logística o Mercaza-zagoza.

Pero también tenemos carencias y debilidades.

La fundamental, que no tenemos una oferta integrada para salir al exterior a “vender” estas fortalezas. Hemos perdido impulso político. Por primera vez desde hace varias décadas, los indicadores de Aragón

están por debajo de la media nacional, cuando siempre habíamos estado por encima. Nos faltan orientaciones y estrategias claras y definidas. En la situación en la que nos encontramos no todo se resuelve con los recursos que poseemos, sino aplicando imaginación y fijando objetivos claros y prioridades. Nuestro tejido empresarial, atomizado y disperso no nos permite conseguir sinergias para consolidar mercados. Todos, gobiernos, administraciones locales, empresas, organizaciones sindicales, tenemos que trabajar en equipo si no queremos perder oportunidades.

Otro problema que afecta a la economía aragonesa es la falta de un ágil relevo generacional. A muchos empresarios les cuesta dar paso a sus hijos en la gestión de la empresa. Hay que incorporar a las nuevas generaciones cuando estas pueden contar con el tutelaje de los padres porque la mejor manera de aprender es a través de las propias equivocaciones. Muchas empresas de Aragón han desaparecido porque no se hizo a tiempo el relevo generacional. Se han agotado las personas y las empresas y, cuando las cosas vienen mal dadas, no hay ni la energía ni la visión suficiente para gestionar la situación de crisis.

Un agravante: la creciente carga impositiva que está reduciendo la presencia de la clase media. No podemos ser el tercer país de Europa con más paga por IRPF, sola-

“Si todos los indicadores anticipan que algo nuevo esta pasando, tenemos dos opciones: o seguir siendo derrotistas o apuntarnos al optimismo. Si realmente estuviéramos mal, razón de más para apuntarnos al optimismo”

Junta Directiva de ADEA



■ De izquierda a derecha: Domingo Aguerri, Director General de IDECONSA; Jesús Morte, Presidente del Parque de Tracciones de Zaragoza; Juan José Espligares, Director Gerente del Periódico de Aragón; José Alfonso Sanz, Gerente de Mundoify S.L.; Vanessa Til, Directora de Marketing de Alejandro Moda; Lorena Martínez, de ADEA; Gemma Español, Vicepresidenta de ADEA y responsable del área civil y procesal de A&P Abogados; Jesús Alegre, Director General de Industrias Relax; Enrique Torguet, Vicepresidente primero de ADEA y Director de Marketing, Comunicación y Relaciones Institucionales del Grupo “La Aragonesa”; Salvador Arenere Presidente de ADEA; Fernando Rodrigo, Gerente de Covecasa; Diana Marchante, Directora de Comunicación y Marketing de ADEA; Pedro Rodrigo, socio responsable de Deloitte en Aragón y la Rioja; José Guillén Secretario General de ADEA; Javier Cabrero, Gerente de Cabrero Motorsport; José Ignacio Torres, Vicepresidente de ADEA; Tamara Gallardo, Secretaria Técnica de ADEA; Pedro Orúe, Director de Marketing de Industrias Relax; Enrique Muñoz, Ex director de zona de Banco Santander.

mente superados por Malta y Chipre, el cuarto estado europeo que más paga en el Impuesto de Sociedades y el tercero con el coste más alto de la energía.

Después de las distintas ponencias e intervenciones, ¿se confirmó la opinión expresada por los socios de ADEA de que la recesión había tocado fondo?

■ Hace pocos meses la economía española estaba en recesión y con riesgos de entrar en una recesión más profunda. Hoy, tenemos la seguridad de que el riesgo de la recesión ha pasado, aunque seguimos estando en crisis, debido a que muchos de los problemas que nos aquejaban no se han solucionado aún. El desempleo y el déficit son problemas estructurales de España que hay que solucionar, sobre todo, desde el sector público.

¿Por ejemplo?

■ Quedan aún por finalizar la reforma del sistema financiero, sigue latente el tema grave del coste de la energía, la pesada carga del sector público, el excesivo peso de la deuda soberana, la necesidad de un plan energético que mejore la competitividad de la empresa española.

Las economías domésticas y las empresas han hecho sus ajustes pero las instituciones no solamente no los han hecho, sino que ni siquiera anuncian que los vayan a hacer. Es necesaria una reforma de la Administración que permita agilizar los trámites para crear empresas y empleo y atraer inversiones. Se habla mucho de la necesidad de esa reforma de la Administración, pero no se ha hecho nada; se habla de los ajustes necesarios en la administración local, pero no se ha dado ni un sólo paso. El coste del aparato de la administración pública española esta creando un déficit descomunal y drenando recursos necesarios para la recuperación del sector privado.

Pero parece que han mejorado los flujos financieros procedentes del exterior.

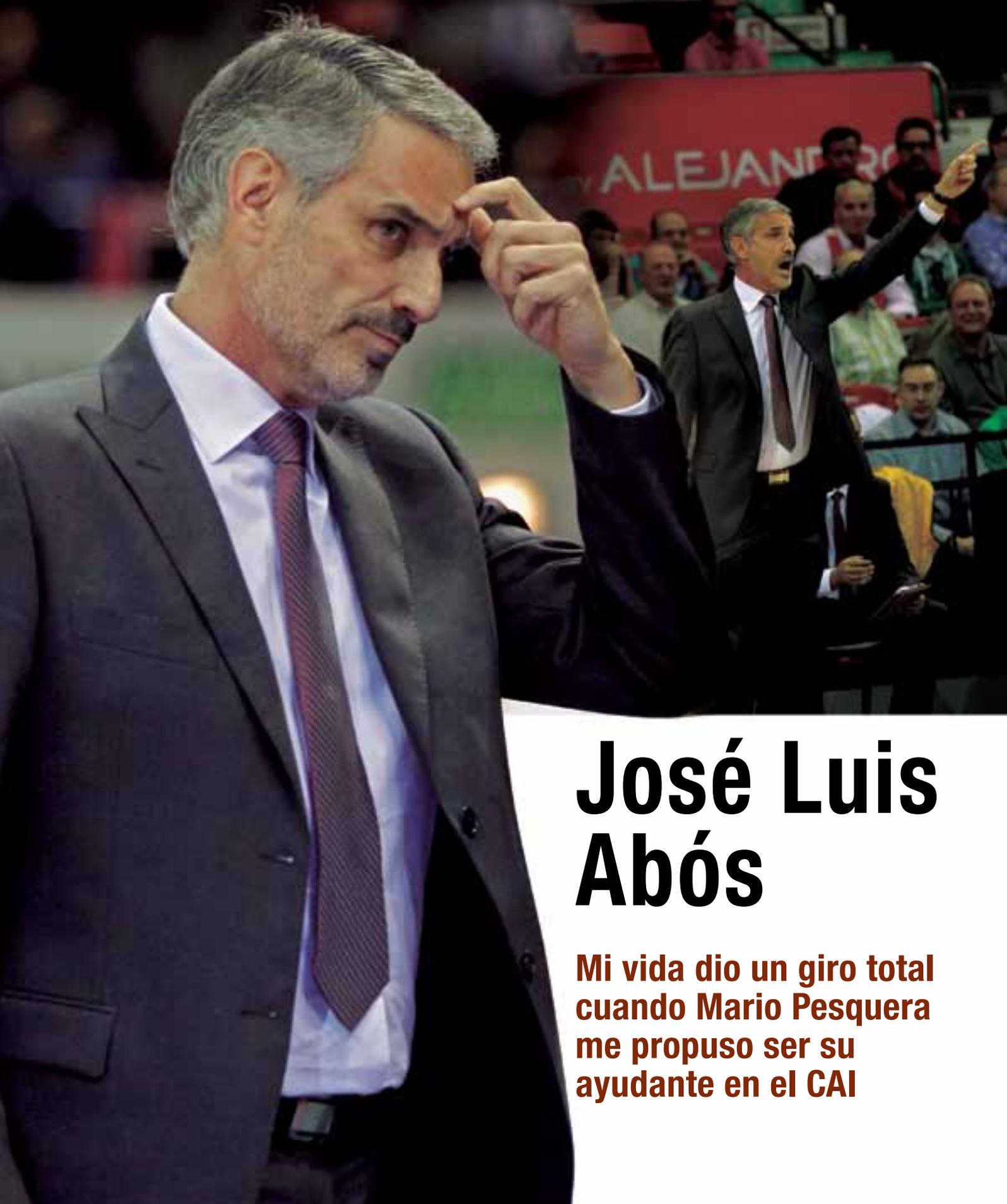
Los grandes fondos institucionales están haciendo inversiones en España y gran parte de la banca de negocios, que había abandonado España durante la crisis, está regresando. Los indicadores clave demuestran que algo está cambiando pero también advierten que existe el peligro de que puedan malograrse los éxitos conseguidos si no se continúan las reformas, cosa

que no parece difícil si tenemos en cuenta que se acercan nuevos periodos electorales.

¿Fue optimista su conclusión en el discurso de clausura de la Convención?

■ No podía serlo, porque hay muchas personas sin trabajo y muchas familias que lo están pasando muy mal. Ante dramas como estos no podemos ser autocomplacientes. Tampoco podría ser negativista, porque los indicadores marcan un cambio de tendencia que han permitido dejar atrás la recesión y, a pesar de que haya reformas que aún no han sido atacadas, necesitamos una buena dosis de esperanza y optimismo para llevarlas a cabo. No debemos ser autocomplacientes, pero no debemos caer en el pesimismo letal, porque el factor psicológico es vital para salir de esta situación. En mi intervención final quise transmitir un mensaje de esperanza y confianza en la mejora del panorama económico. Si todos los indicadores anticipan que algo nuevo está pasando, y aunque así no fuera, tenemos dos opciones: o seguir siendo derrotistas o apuntarnos al optimismo. Si realmente estuviéramos mal, razón de más para apuntarnos al optimismo. ■

Momentos decisivos en la vida de:



José Luis Abós

Mi vida dio un giro total cuando Mario Pesquera me propuso ser su ayudante en el CAI

Dejando aparte los acontecimientos familiares que evidentemente pueden transformar tu vida, como el nacimiento de tus hijos por ejemplo, hay un momento decisivo y que cambió mi vida radicalmente.

Era el año 1992, año de la Olimpiada de Barcelona. Hacía más o menos diez años que desarrollaba mi actividad como empleado de General Motors España. Durante ese periodo de tiempo había trabajado en los departamentos de Control de Producción e Ingeniería Industrial, donde realmente me había encontrado muy a gusto y que además, dado mi horario de trabajo, me permitía compaginar mi actividad laboral con mi hobby de entrenar a equipos de jóvenes en el Club Baloncesto Zaragoza. Llegaba a Zaragoza sobre las 5 de la tarde y poco rato después ya estaba trabajando en el Club, en mi gran pasión, el baloncesto. Estaba normalmente hasta las 10 de la noche, para luego volver a casa y cenar. Y así cada día.

“2013 ha sido uno de los años más felices de mi trayectoria profesional por las cosas tan interesantes que me han pasado y que son las vivencias por las que siempre he luchado y que me animaron a la decisión que tomé en el 92”



Entrega de la Medalla de Santa Isabel de Portugal:

“Abós encarna el espíritu de superación y el valor del trabajo en equipo”



La Diputación Provincial de Zaragoza (DPZ) distinguió este año a José Luis con la medalla de Santa Isabel de Portugal, reconociendo la labor del entrenador que ha llevado al equipo zaragozano a completar la mejor temporada de su historia. “El afán de superación y el ejemplo de que el trabajo en equipo da sus frutos, son valores deportivos que

encarna José Luis”, afirmó el presidente de la DPZ, Luis María Beamonte, en el acto de entrega. “Con estos premios -subrayó- reconocemos a las personas e instituciones cuya labor redundan en beneficio de la sociedad y el CAI Zaragoza ha sido muestra de esa ilusión colectiva, por lo que todo el conjunto del club merece mi felicitación”. ■

En ese momento, fichó como entrenador del equipo ACB del club Mario Pesquera, con el que tenía una muy buena relación desde hacía años, y que un día me propuso que fuese su ayudante en el equipo. Fue un momento complicado, tenía un buen trabajo que podía compaginar con entrenar a equipos de la cantera del Club Baloncesto Zaragoza, y aceptar la propuesta de Mario significaba dar un giro total a mi vida, dejar esa vida más o menos organizada por otra, que como a posteriori se demostró, era mucho más complicada y difícil.

Muchas fueron las consultas y vueltas que le pude dar a mi cabeza en aquellos momentos, unos me decían una cosa y otros la contraría, pero bueno, al final tomé una decisión que podía ser una de las más importantes de mi vida, y de la cual, y a pesar de haber tenido momentos muy complicados, no me arrepiento, hice

lo que creía iba a ser lo mejor, era la oportunidad con la cual había soñado y por unos u otros motivos nunca había podido tener.

“Hasta entonces había trabajado en General Motors, donde realmente me había encontrado muy a gusto, ya que lo compaginaba con mi hobby de entrenar a equipos de jóvenes en el C.B.Z.”

Han pasado más de 20 años desde entonces y todavía pienso en algunos momentos lo inconsciente o valiente de la decisión, pero lo que he aprendido en este tiempo es que cuando uno toma una decisión como esa tiene que luchar al máximo para alcanzar lo que se haya propuesto, luego ya dependerá de factores que

CONTINÚA

no se pueden manejar, pero el que tu puedes, o sea trabajar mucho y con la máxima ilusión, sí que tienes que hacerlo.

Actualmente, con estas premisas, que son con las que he manejado mi carrera, vivo con el CAI Zaragoza un momento extraordinario. Para mí, 2013 ha sido uno de los años más felices de mi trayectoria profesional por todas las cosas tan interesantes y únicas que me han pasado, que son las vivencias por las que siempre estuve luchando y por la que tomé la decisión tan importante en el año 92, como antes comentamos.

“No me arrepiento de la decisión que tomé. Hice lo que creía iba a ser lo mejor. Era la oportunidad con la cual había soñado y que, por unos u otros motivos, nunca había podido tener”



En cuanto al futuro, espero que el proyecto del CAI Zaragoza siga creciendo como lo está haciendo ahora, porque esta afición y esta ciudad lo merecen. En lo personal, la vida de los entrenadores es complicada y solamente aspiro a poder seguir disfrutando de mi profesión como hasta ahora y por muchos años.■

José Luis Abós



La pasión por el basket

José Luis Abós nació en Zaragoza (1961) y se formó como jugador en la Salle Gran Vía, de donde pasó al CN Helios, Boscos y El Olivar. Concluida su estancia en este último equipo, comenzó su formación como entrenador en las categorías base del Club Baloncesto Zaragoza donde permaneció siete temporadas, en las cuales tuvo la satisfacción de jugar tres temporadas consecutivas la final del Campeonato de España Junior.

Fue director técnico de la Federación Aragonesa de Baloncesto, en la que, como entrenador de la selección infantil aragonesa se proclamó campeón de España (1992).

Su comienzo como entrenador profesional en la liga ACB se produce en la temporada 92-93 como ayudante de Mario Pesquera en el Natwest Zaragoza. La temporada siguiente se hizo cargo del Cajabadaoz de 1ª división (actual LEB) y en la 94-95 regresa a Zaragoza como ayudante de Alfred Julbe en el Amway Zaragoza además entrenador del equipo de liga EBA.

Posteriormente se hace cargo del Cajabilbao (LEB). Ese verano obtiene la medalla de Plata en el Europeo Sub 21 de Estambul como ayudante de Gustavo Aranzana. La siguiente temporada dirige al Breogán de Lugo (LEB) con el

que disputa la Copa Príncipe, llegando a disputar el quinto partido del play off por el ascenso. Regresó a Zaragoza como director técnico de la sección de baloncesto de El Olivar. Posteriormente, pasó a EE.UU. donde ejerció como entrenador ayudante de Dave Odom en la universidad de Wake Forest.

A su vuelta de Estados Unidos se hace cargo del Basquet Inca (2000-01), alcanzando los play offs de ascenso a la ACB. A continuación, pasa tres temporadas como entrenador ayudante de Juan Llanera y Edu Torres en Casademont Girona (ACB), llegando a debutar incluso como entrenador jefe en un encuentro ante el Real Madrid. Durante esos veranos, al mismo tiempo, dirige la selección Aragonesa que se enfrenta a Uruguay, Lituania y Cuba.

Su ejercicio como entrenador se reinicia en la temporada 2005-06, en el Drac Inca durante las cuales juega dos veces el play off de ascenso a la ACB, una de ellas ante el CAI Zaragoza.

En la temporada 2009-10 se incorpora al banquillo del CAI Zaragoza, logrando el ascenso a la Liga ACB. Ahora cumple su cuarta temporada en el club y ya es el técnico que más partidos ha permanecido en el banquillo del equipo de élite de Zaragoza en toda su historia.■

Mercury estampa su logotipo en el corazón de millones de deportistas

De la factoría Mercury en Zaragoza salen anualmente 500.000 prendas deportivas, que uniforman a equipos de élite como el Real Zaragoza y el CAI, y a equipos de base.



■ Diego, Susana y Gonzalo Lainez, tercera generación familiar que dirige Mercury.

Miles de deportistas en todo el mundo, practicantes de las más diversas disciplinas deportivas llevan en su indumentaria el logotipo de la empresa aragonesa Mercury. Se trata del perfil de un cohete estratosférico con el que EE.UU. llevó a cabo su programa espacial tripulado, denominado Mercury. El salto tecnológico que entrañaba el Proyecto Mercury fue un modelo y alentó durante años la capacidad innovadora de esta industria.

El fundador de la empresa fue Mariano Lainez, el cual combinaba trabajar en el Banco Central con la venta de productos de deporte, empezó con camisetas y pantalones de fútbol y atletismo. Sus hijos Ignacio y Carlos formaron la segunda generación que se hizo cargo de la empresa. En la actualidad están jubilados y

han dado paso a la tercera generación compuesta por Susana, Diego y Gonzalo Lainez.

Las inquietudes de esta tercera generación son semejantes a las que, en 1959, movieron al joven empresario Mariano Lainez al crear una empresa y una marca dedicadas a

la fabricación y distribución de artículos deportivos para la práctica de deportes individuales y de equipo. Desde entonces, sus prendas llevan bordada la imagen estereotipada del mítico cohete espacial que acompaña a las prendas y que en muchas ocasiones se convierte en distintivo televisivo.

CONTINÚA



■ Mercury equipa al CAI Zaragoza de la División de Honor de Basket.

Aquella incipiente iniciativa empresarial coincidió con los cambios sociales y la multiplicación de adeptos al deporte. Hoy, medio siglo después, la generación formada por Gonzalo, Susana y Diego Lainez han conseguido que de la factoría de Mercury en el Polígono “El Portazgo” de Zaragoza salgan anualmente 500.000 prendas deportivas, muchas de las cuales uniforman a equipos de élite como el Real Zaragoza y el CAI, Logroñés, Voley Haro, Iruña, Natur House La Rioja, entre otros muchos, y también a equipos de base. De esas equipaciones, cerca del 70 por ciento son para equipos de fútbol, un 20 por ciento para el baloncesto y un 10 por ciento para otros deportes.

Equipos de varias Federaciones deportivas, empresas e instituciones han encomendado a Mercury el diseño y realización de sus uniformes deportivos. Clubes, universidades, colegios, el propio Ejército de Tierra, Guardia Civil, incluso los representantes españoles en la Universiada de Japón han uniformado a sus equipos deportivos con prendas Mercury.

Sus clientes pueden individualizar el diseño de su equipamiento, eligiendo los colores, el escudo, la bandera, incluso el número. En la misma fábrica de Zaragoza le estampan la publicidad, si la lleva

En catálogo

El voluminoso catálogo de Mercury ofrece equipaciones y artículos de fútbol, basket, fútbol sala, balonmano, prendas para entrenamiento y paseo, equipamientos para porteros y accesorios deportivos, como bolsas, balones, chubasqueros. Las ediciones anuales de esos catálogos llegan a más de 2.000 clientes que venden sus prendas con la “firma” de la empresa aragonesa. En ellos se encuentran las colecciones de equipamientos que cada año saca al mercado esta firma.

Aunque dispone de amplios espacios destinados al almacenamiento de sus colecciones, puede ocurrir que en un momento preciso se haya producido una “rotura de stocks”. Ante situaciones límites como esta, Mercury dispone de un equipo profesional dispuesto a crear inme-

diatamente la misma prenda, en la talla precisa y con los añadidos solicitados

Una de las ventajas competitivas de Industrias Mercury es que todos sus materiales llegan en 24 horas a cualquier lugar de España. Gonzalo Lainez, responsable de la comercialización de las prendas asegura que en ese breve espacio de tiempo, pueden proveer a sus clientes de todo lo que necesiten para vestir a sus equipos.

Sus almacenamientos logísticos albergan prendas de distintos modelos, colores y tallas para responder a este reto. Los stocks de prendas se mantienen durante toda la temporada para poder suministrar a sus clientes en el menor plazo posible.

Prendas personalizadas

Otro distintivo de esta empresa es que Mercury facilita la posibilidad de fabricar equipaciones especiales respetando en todo caso los colores corporativos. Sus instalaciones poseen la última tecnología en transfer, bordados, vinilos y serigrafía y sus equipos profesionales complementan con su servicio todos los tipos de encargos que reciban.

Mercury ofrece la opción de fabricar de forma personalizada aquellas uniformaciones que necesitan deportes minoritarios, como rugby,



■ Equipo Femenino de Basket del Stadium Casablanca.



Mercury ofrece la opción de fabricar de forma personalizada uniformaciones para deportes minoritarios, como rugby, atletismo, volei, hockey, ciclismo y todos los artículos para la práctica deportiva de los colegios

En la factoría de Mercury, el cliente elige el patrón de camiseta, incluyendo distintos modelos de cuello y manga. Él mismo define su diseño, eligiendo bien el modelo que Mercury tiene en su catálogo o inventando uno nuevo. A partir de ello, puede individualizar aún más su diseño, eligiendo los colores, el escudo, la bandera, incluso el número. Finalmente, en la misma fábrica de Zaragoza le estampan la publicidad, si la lleva.

“Hay muchos equipos que desean que el diseño de su indumentaria sea exclusivo y expresión del espíritu del equipo para lo que también colaboramos con ellos, reitera Gonzalo Lainez. En ese variado equipamiento se incluyen no sólo camisetas, sino pantalones, bufandas y hasta brazaletes”.

■ Mercury también estampa su logo en la camiseta del Real Zaragoza.

atletismo, volei, hockey, ciclismo y todos los artículos para la práctica deportiva de los colegios. Sus técnicos son capaces de realizar los proyectos del cliente, trasladando a las prendas sus ideas y facilitando el trabajo de diseño, a través de presentaciones personalizadas a los distintos Clubes, Colegios e Instituciones que necesiten un determinado modelo y color con continuidad garantizada durante los años necesarios.

Para hacerlo posible, Mercury dispone en sus instalaciones de equipos de diseño gráfico, patronaje, corte y taller propio para producciones limitadas. “Eso nos permite personalizar los colores de un equipo o colegio. Nuestro departamento de diseño crea los modelos recogiendo y plasmando las ideas que nos proponen nuestros clientes,

ya que disponemos de una amplia carta de materiales de fabricación nacional para personalizar. Nuestra empresa se compromete a crear una equipación a gusto del cliente, con sus propios diseños y combinaciones”, afirma Gonzalo Lainez.



■ Taller de diseño de Mercury donde se materializan las ideas de equipamiento de sus clientes.

Ebrópolis premia las buenas prácticas ciudadanas



■ Representantes de “AMPA La Magdalena” del Instituto Pedro de Luna recogiendo el premio, junto con el consejero del Ayuntamiento de Zaragoza Carlos Pérez Anadón y la Vicepresidenta de Ebrópolis, Lola Campos.

El Banco de Libros puesto en marcha por el AMPA del IES Pedro de Luna ha sido reconocido con el 12 Premio EBRÓPOLIS a las Buenas Prácticas, galardón dotado con 6.000 euros con el que la asociación impulsora de la Estrategia Zaragoza 2020 pretende distinguir a personas, entidades, colectivos e instituciones cuya actuación puede presentarse ante el resto de la sociedad como un modelo de buenas prácticas de convivencia ciudadana.

El Premio fue entregado, en su edición número 12, en un emotivo acto en la sede central de Bantierra, en el que participaron más de 200 personas y que estuvo presidido por el consejero del Ayuntamiento de Zaragoza Carlos Pérez Anadón y la vicepresidenta de Ebrópolis, Lola Campos.

El AMPA La Magdalena del instituto Pedro de Luna puso en marcha el sistema de banco de libros en 2012, nada más suprimirse el programa de gratuidad de libros de texto del Gobierno de Aragón, y el jurado destaca la rápida respuesta, desde la autoorganización, a una nece-

sidad social así como el compromiso voluntario de toda la comunidad educativa.

Dada la calidad de las candidaturas –un total de 86 en esta convocatoria– el jurado decidió también conceder una mención especial, que recayó en el AMPA del colegio público Tenerías. Su sistema de trueque facilita la integración en el centro y fomenta un sistema más sostenible económicamente y medioambiental.

Por su parte, la Sección de Químicas de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Zaragoza recibió el Premio Ebrópolis a la Trayectoria “José Antonio Labordeta” 2013. Los estudios y la investigación en Químicas están en pleno funcionamiento desde hace más de un siglo durante el cual han logrado situar a Zaragoza en niveles de excelencia en este ámbito imprescindible de la investigación.

En su intervención el consejero de Urbanismo destacó que, con su ejemplo, los candidatos al galardón demuestran que “hay diferentes maneras de salir de esta

situación compleja y de crisis y la vuestra es la imprescindible, la que no deja gente detrás”.

El Premio EBRÓPOLIS es posible gracias a las entidades patrocinadoras: Ayuntamiento de Zaragoza, Aragón Televisión, Bantierra, Caja Inmaculada, IberCaja, Radio Zaragoza y Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo de la Universidad de Zaragoza.

En anteriores ediciones, recibieron el galardón la Fundación Banco de Alimentos, el Centro Público Integrado

de Formación Profesional “Los Enlaces”, la Asociación Arbada, la Fundación Ilumináfrica, la Fundación Picarrral, la Asociación Stop Accidentes; el Centro Psicoterapéutico “La Encina”, de las Hijas de San Vicente de Paúl, la Asociación de Vecinos de Delicias “Manuel Viola”, la Asociación de Mujeres Aragonesas con Cáncer Genital y de Mama (AMAC-GEMA), la “Escuela de Español” promovida por la Comisión de Defensa de Inmigrantes de Aragón (CODIA) y la empresa de inserción laboral Consolida Oliver.■

Ronal Ibérica y el Colegio Sagrada Familia, Premios a la Excelencia Empresarial en Aragón 2013

Ronal Ibérica, en la categoría de grandes empresas, y el Colegio Sagrada Familia, en la de pequeñas y medianas, han sido las dos empresas distinguidas con los Premios a la Excelencia Empresarial de Aragón, otorgados por el Departamento de Industria e Innovación del Ejecutivo autonómico a través del Instituto Aragonés de Fomento (IAF).



■ José María Marín, del Colegio Sagrada Familia (en el centro) con el Premio Excelencia Empresarial 2013 que había recibido de manos del Consejero de Industria del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga (a la derecha).

Ronal Ibérica, que fabrica llantas para automóviles, está instalada en el Polígono Industrial La Paz de Teruel desde el año 1982. Inició su actividad como proveedor homologado de la planta de Opel y, en la actualidad son proveedores de la mayoría de los fabricantes de la Península Ibérica. En ella trabajan 430 empleados que producen 2,2 mi-

llones de llantas al año lo que la ha convertido en la empresa más importante de Teruel y una de las más destacadas de la Comunidad Autónoma de Aragón.

El Colegio Sagrada Familia de Zaragoza ha cumplido ya 80 años. Desde sus orígenes el Colegio ha optado por elementos diferenciadores in-

cluyendo en su Ideario de 1958 objetivos innovadores como hacer al alumno protagonista, o valores como el Amor a la Naturaleza y la Solidaridad con los pueblos del Mundo. La visión del colegio y su concreción en objetivos ha supuesto hacer bilingües sus aulas en Infantil, Primaria y ESO, digitalizando una parte importante de las tareas que se desarrollan en ellas. La Asociación de Madres y Padres apoya cuestiones económicas y de gestión, y hace que las familias sientan el colegio como suyo. Su Plan de Convivencia se adapta a las necesidades diarias incluyendo a alumnos y padres en la solución de conflictos.

Además de estas dos empresas premiadas, otras tres fueron designadas como finalistas Estesa —localizada en PLAZA y dedicada a la logística—, Rigual —de Fraga (Huesca) y que trabaja en el sector del metal industrial— y Yerbero, de Tierz, también en la provincia de Huesca y dedicada al sector agroalimentario.■

V Congreso Internacional y celebración del XX Aniversario de la Asociación del Secretariado Profesional de Aragón



■ Manuel Teruel, Presidente del Consejo Superior de Cámaras y de la Cámara de Comercio de Zaragoza, y Lola Berga, Presidenta de la Asociación del Secretariado Profesional de Aragón (ASPA), presidieron el acto inaugural del Congreso.

Zaragoza sirvió de escenario para la celebración del V Congreso Internacional de Secretariado, que llevaba como lema “Pasión por el conocimiento”. Al mismo acudieron más de 120 personas, entre asociadas a ASPA, miembros de las asociaciones existentes en diferentes comunidades autónomas y profesionales del sector del secretariado.

El objetivo de la convocatoria era reunir a los profesionales del secretariado para intercambiar conocimientos, experiencias y sinergias y también dar a conocer nuestra ciudad y nuestra cultura a la gente que venía de fuera.

El Congreso sirvió asimismo para celebrar el vigésimo aniversario de la Asociación del Secretariado Profesional de Aragón (ASPA), que desde 1993 trabaja por la represen-

tación de sus asociados, por potenciar la formación y por el reconocimiento público de la profesión. Precisamente, una de las ponencias del Congreso, que corrió a cargo de Lola Berga, presidenta de ASPA, consistió en describir la historia y la evolución de la Asociación en estos 20 años, desgranando los acontecimientos y actividades realizadas.

La reunión fue inaugurada por Manuel Teruel, Presidente del Consejo Superior de Cámaras y de la Cámara de Comercio de Zaragoza. Durante las sesiones en las que se dividió el congreso se repasaron las claves de la formación dual, se analizó la inteligencia competitiva como herramienta de anticipación indispensable para la empresa y se resaltó la capacidad de liderazgo y el valor de la actitud en los profesionales de este sector. ■

Supermercados Simply asume la presidencia del Clúster IDiA



■ Luis Palomero, nuevo Presidente de IDiA

La última Asamblea General de IDiA ha otorgado la presidencia de este Clúster a Luis Palomero, Responsable de Producción y Sistemas de Supermercados Simply. La Mutua de Accidentes de Zaragoza se incorpora a la junta directiva, representada por su Director de Sistemas, Iñaki González Rico. La junta actual se completa con las empresas Alliance Healthcare, BSH Electrodomésticos, Samca y Taim Wesser, que ya formaban parte de la misma.

Durante la Asamblea, tomó la palabra Antonio Novo, director gerente de IDiA, que expuso a los socios varias iniciativas en marcha o a punto de arrancar en el Clúster. Una de las más destacables fue la proyectada creación de un Centro de Servicios Compartidos. También se dieron a conocer los datos más relevantes del Benchmarking IDiA, un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los gastos, inversiones, servicios y procesos de trabajo TIC en las distintas empresas que forman IDiA. Además, Novo informó de que se ha llegado a un acuerdo con Heraldo de Aragón para la publicación quincenal de una página dedicada a la innovación empresarial en el suplemento Tercer Milenio. ■

Juan Manuel Blanchard, Directivo de Aragón 2013



■ El Consejero de Industria, Arturo Aliaga, hizo entrega del premio al Directivo de Aragón 2013, a Juan Manuel Blanchard.

La cuarta edición de los Premios ADEA ha reconocido el trabajo de once directivos y ejecutivos aragoneses. Es la versión actual de los Premios Vendor, nacidos en 1960, que reconocen la labor de los directivos cuya tarea y responsabilidad se desarrolla en una empresa que radica en Aragón. En esta edición se han presentado 235 propuestas que han tenido que ser votadas por los miembros de la Asociación.

El Premio al Directivo de Aragón 2013, recayó en el presidente de Celulosa Fabril (CEFA), empresa líder en el desarrollo y producción de componentes para la industria del automóvil, Juan Manuel Blanchard. CEFA ha sido reconocida en seis

ocasiones como “Mejor proveedor del Año” dentro de su especialidad, a nivel mundial, por General Motors Corporation. La última, en este año.

El galardón al Directivo de Empresa Multinacional en Aragón se le concedió al gerente de Dr. Schär España, Pablo Bazco. El galardón a una Trayectoria Profesional, para el gerente de Pastelería Ascaso, Vicente Ascaso. El Premio al Emprendedor ha recaído sobre el presidente de Central de Reservas, Ricardo Buil. El director gerente de Aragón Exterior, Ignacio Martínez de Albornoz, recibió el Premio al Directivo de Empresa Pública. El director gerente de Viñas del Vero, Enrique Artasona, recogió el premio que distingue

el mejor directivo de la provincia de Huesca e Higinia Navarro, directora gerente de Dinópolis, al directivo de la provincia de Teruel. El subdirector general de Edelvives, Javier Gendoya, fue distinguido con el premio a la Promoción Exterior. El Premio a la Gestión de Recursos Humanos fue para el director de Recursos Humanos y organización de la Mutua de Accidentes de Zaragoza (MAZ), Javier Lozano. En la categoría de Gestión Comercial-Marketing, el galardón ha recaído en el director de Marketing de BSH España, Jesús Bayona. Finalmente, el Premio a la Gestión Financiera ha sido para el director financiero de Osca Gas, Jesús Alegre. ■

La industria Aeronáutica aragonesa remonta el vuelo



“La Comunidad Aragonesa reúne condiciones excepcionales para albergar un sector de vanguardia como el aeronáutico”, afirma Claudio Monti presidente de AERA.



■ Claudio Monti, Presidente de AERA.

El potente tejido industrial de Aragón está en abierta reconversión. Muchas de sus empresas han cambiado hacia nuevos sectores emergentes, tanto por las actividades de I+D+i que conllevan, como por las perspectivas de crecimiento que presentan.

Una de esas actividades emergentes es la industria aeronáutica. Se trata de un sector en acelerado desarrollo y en el que convergen multitud de

actividades. Hasta llegar al montaje de las modernas aeronaves, existe un complejo entramado industrial y de servicios, que forma una larga y sólida cadena de valor.

España tiene una participación del 4,2% en el grupo aeronáutico EADS, pese a este porcentaje minoritario frente a Alemania y Francia, la participación española en el desarrollo y suministro de componentes de los nuevos modelos va en aumento.

Esto ha permitido que un selecto grupo de empresas españolas, sean hoy los Tier1 por excelencia de secciones del fuselaje, alas, timones y trenes de aterrizaje no sólo para Airbus sino para Boeing (Seattle, USA), Embraer (Brasil), Bombardier (Canadá). Sin desestimar de forma alguna el revulsivo que ha creado el lanzamiento del nuevo A400M por Airbus Military completamente ensamblado en su fábrica en Sevilla y que ya ha entregado este año sus primeras unidades.

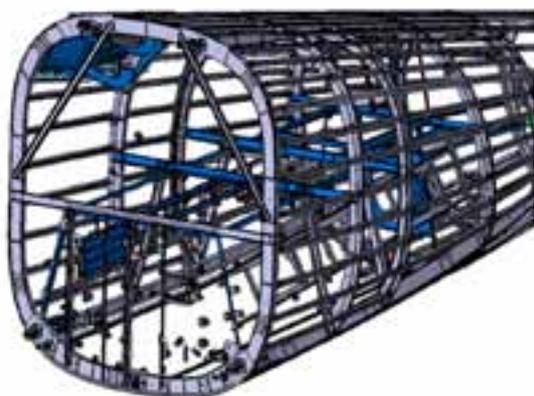
El resultado es que en la Comunidad Aragonesa hay un notable grupo de empresas que desarrollan toda o parte de su actividad en el sector aeronáutico, como son las ingenierías, los fabricantes de componentes metálicos y de material compuesto y especialistas de procesos y servicios tecnológicos.

El sector de automoción ha sido uno de los que más han sufrido una readaptación a los nuevos mercados. Estas empresas de automoción cuentan ya con experiencia en un sector de complejidad tecnológica, han tenido que manejar recursos de investigación, desarrollo e innovación, y han trabajado con un elevado





nivel organizativo y de experiencia en mercados globales y deslocalizados.



Las fortalezas

Una de las fortalezas de las que dispone el sector aeronáutico aragonés es la privilegiada ubicación geográfica de Aragón, próxima al País Vasco, Comunidad de Madrid, Cataluña, y a los principales polos del sector, como Airbus en Toulouse (Sur de Francia) y Madrid y EADS-CASA en Sevilla y Madrid.

En cuanto a infraestructuras aeronáuticas, Aragón cuenta con el Aeropuerto de Teruel, único aeropuerto de Europa exclusivo para actividades de MRO. La empresa Tarmac Aerosave del grupo Airbus opera en este aeropuerto los servicios de estacionamiento, mantenimiento y reciclado de aviones comerciales.

Otra instalación a tener en cuenta es el Aeropuerto Internacional de Zaragoza, tercer aeropuerto de carga en España. Dentro del aeropuerto hay disponibles 30 hectáreas para la in-

dustria aeronáutica. Por su parte, el aeropuerto internacional de Huesca está buscando como reenfoque su futuro. Finalmente, existe una red de aeródromos compuesta por las instalaciones de vuelo de Villanueva de Gállego, Tardienta, Santa Cilia y Torremocha que pueden completar una oferta de equipamientos aeronáuticos.

Además de estas infraestructuras en marcha, el presidente del Clúster Aeronáutico de Aragón, Claudio Monti, destaca los factores estructurales que pueden atraer industria aeronáutica: “Tenemos un elevado grado de actividad industrial, un tejido industrial tecnológicamente muy avanzado, una situación geográfica privilegiada y unos importantes centros de investigación y formación. Todo ello confirma que la Comunidad Aragonesa reúne condiciones excepcionales para albergar un sector de vanguardia como es el aeronáutico”.

La solución: agruparse

“La variedad de actividades es una de nuestras fortalezas, pero también es una de nuestras debilidades, ya que tenemos un elevado número de pequeñas empresas que necesitan constituir un clúster que permita al sector alcanzar masa crítica para acometer grandes proyectos”, afirma Claudio Monti. Él nos explica que “la posición dentro de la cadena de valor de las empresas aragonesas se ve amenazada por las iniciativas del sector de reducir el número de proveedores y exigirles un pro-

ducto integral y no sólo una parte de la cadena de valor. Por esta razón, la agrupación de proveedores es una condición del propio sector que resulta necesaria para las empresas aragonesas en el más corto plazo”.

Este objetivo determinó la constitución del clúster aeronáutico, AERA, que se fundó en marzo de 2007 y que hoy agrupa a 21 empresas, especializadas en fabricación de estructuras, utillaje, cableado y servicios de ingeniería aeronáutica. A ellas se han unido cuatro instituciones públicas: Instituto Aragonés de Fomento, Instituto Tecnológico de Aragón, Parque Tecnológico del Motor y el Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio e Industria de Aragón.

El clúster aeronáutico de Aragón lo forman 21 empresas del sector y cuatro instituciones públicas, generando sinergias que les permiten participar en licitaciones internacionales

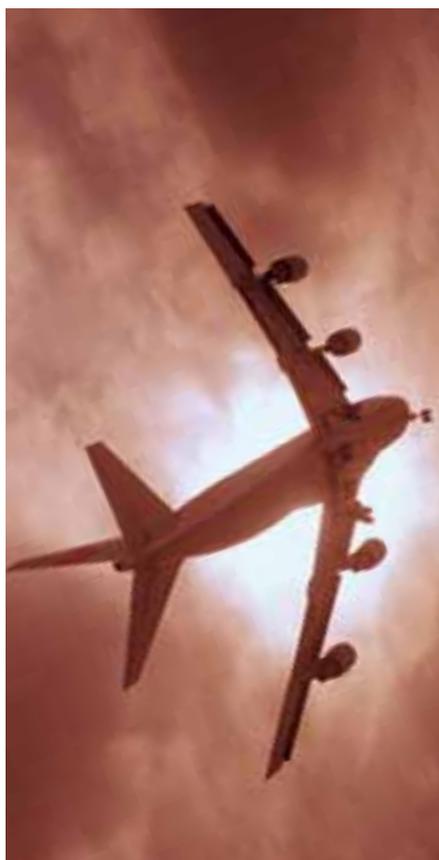
Fruto de esta cooperación entre las empresas e instituciones que forman este dinámico clúster, hoy se han certificado gran parte de sus miembros con la norma ISO 9100 imprescindible para optar a este sector; se han creado dos nuevas empresas “spin-off” de sus miembros dedicadas al diseño y fabrica-





ción de componentes de materiales compuestos “Composites Aragón” y otra, Inda, dedicada al diseño y explotación de aeronaves no tripuladas UAV.

Fruto de las sinergias que este clúster genera, Claudio Monti afirma con satisfacción que “se ha podido participar en licitaciones internacionales, como fue el caso de la oferta cursada a la checa AEROVODOCHODY el pasado año y que implicaba la creación de un UTE de algunos de los socios de AERA. Así como le contrataciones de productos y servicios entre sus miembros gracias a los nuevos pedidos obtenidos”.



Así funciona AERA

El clúster pretende ser motor de desarrollo y riqueza en Aragón, atrayendo inversión nacional y extranjera. Su objetivo es dinamizar el sector aeronáutico en Aragón, para facilitar su competitividad a corto, medio y largo plazo mediante la cooperación y la innovación entre empresas y otros agentes. El clúster aglutina y coordina las capacidades existentes en toda la cadena del valor del sector aeronáutico en Aragón, con el objetivo de potenciar y dinamizar cada parte de esta cadena. También participa en el mercado aeronáutico internacional con una oferta global.

AERA coordina desde la investigación más básica hasta la comercialización de productos e internacionalización. El clúster ha realizado ya inversiones orientadas a este mercado, basadas en una estrategia de renovación tecnológica, implantándose las más modernas tecnologías de Rapid Manufacturing e incorporándose con ellas las empresas y Centros tecnológicos a los más estratégicos y singulares proyectos de I+D+i nacionales y europeos de integraciones de aeronaves no tripuladas (UAVs).

Las principales líneas de actividad de AERA son la formación, la promoción y la cooperación. Se imparten anualmente cursos tanto sectoriales como transversales, jornadas de revisión del sector, tendencias, desafíos y soluciones.

En cuanto a la promoción de las actividades empresariales del sector, se han definido tres claros grupos de

productos y servicios: aeroestructuras metálicas, utillajes, cableado e ingeniería en el diseño y cálculo estructural.

Futuro: en los próximos 20 años la demanda de aeronaves será de 27.347 unidades, duplicando la flota de aviones comerciales que actualmente surcan los cielos del mundo

El impulso comercial de sus socios se realiza desde AERA mediante participación en ferias y eventos del sector y visitas comerciales a clientes, todas ellas en el ámbito nacional, europeo e internacional.

Es por ello, recalca el Presidente de AERA Claudio Monti, “las puertas de nuestro clúster están abiertas a la incorporación de cualquier empresa aragonesa que quiera diversificar y aportar en este próspero sector. Les ayudaremos a formarles e introducirse en la industria aeronáutica”, que como datos significativos se estima que la demanda de nuevas aeronaves en los próximos 20 años será de 27.347 unidades, haciendo un mercado de 3,7 trillones de USD, incrementando anualmente su producción en un 3.8 %, y duplicando la flota de aviones comerciales actualmente surcando los cielos de todo el mundo.■



Consultas sobre:



¿Responden con su patrimonio los miembros de Comunidades de bienes y de Sociedades civiles por las deudas de la Comunidad o Sociedad?

Comunidades de bienes y sociedades civiles son dos formas jurídicas que se utilizan habitualmente en el ejercicio de la empresa (comercio minorista, hostelería, ejercicio de profesiones liberales, etc.). Sin embargo, es un hecho desconocido por parte del gran público, que las sociedades civiles y las comunidades de bienes, no tienen una personalidad jurídica diferente de la de sus miembros.



Esta falta de personalidad es determinante para responder a la pregunta formulada. Este tipo de entidades no tienen una vida propia y diferente a la de las personas físicas que las componen. Por ello, los socios de una sociedad civil, y los partícipes de una comunidad de bienes, siempre van a responder personalmente de las deudas de la entidad, y ello, sin necesidad siquiera de ser demandados.

El régimen de responsabilidad de los socios es distinto según se trate de una sociedad civil o de una comunidad de bienes. Los socios de una sociedad civil responderán personal, ilimitada y subsidiariamente de las deudas de la sociedad. Los partícipes de una comunidad de bienes también responderán personal e ilimitadamente con sus bienes de las deudas de la sociedad, pero su responsabilidad será solidaria. La diferencia es importante. Para que los socios civiles sean responsables antes debe agotarse el patrimonio de la sociedad civil, mientras que los partícipes de una comunidad de bienes responderán desde el principio, junto con la propia comunidad, o incluso prescindiendo de la comunidad.

Aunque, como hemos dicho, este tipo de entes no tienen personalidad jurídica propia, nuestra Ley procesal

civil permite que sean parte demandada en un procedimiento judicial. Esta circunstancia puede llevar a confusión a los socios y partícipes. Es muy habitual que los socios o los partícipes piensen que su patrimonio personal está protegido frente a las deudas de la entidad pero, como hemos visto, la realidad es bien distinta.

Puede condenarse a la sociedad civil o la comunidad de bienes a pagar sus deudas y, sin necesidad de llamar al proceso a sus socios o partícipes, estos serán -por establecerlo la Ley- directamente responsables. En algunos casos, el socio verá como se embarga su patrimonio personal sin haber tenido ni siquiera conocimiento de que la sociedad era condenada. Por ello, como siempre, es muy importante contactar con un profesional antes de decidir ejercer la empresa bajo una de estas formas sociales.

David Giménez Belío

Abogado

Departamento de Derecho de la Empresa



CONTINÚA



Asistencia en Viaje de Negocios

En épocas de crisis se agudiza el ingenio y surgen nuevas oportunidades. La falta de negocio en el mercado interno está llevando a las empresas a desarrollar su actividad fuera de España, lo que provoca un mayor movimiento de los directivos y equipos comerciales por distintas partes del mundo.

Es importante que usted o su equipo viajen tranquilos. Ante la ocurrencia de cualquier contingencia medianamente importante, con las pólizas habituales de asistencia en viaje, usted o su equipo no puede estar al 100% tranquilo.

En Kalibo le proponemos un seguro de asistencia en viaje diferente diseñado para ser más flexible en su alcance y cobertura mediante la eliminación de exclusiones y límites tradicionales y la introducción de nuevas prestaciones exclusivas de este producto.

Un seguro de asistencia pensado en exclusiva para directivos y personal comercial de su empresa que, por motivos de trabajo, tienen que viajar fuera de España, siendo el seguro de asistencia en viaje más completo y novedoso de cuantos existen en este momento.

¿Qué le hace ser diferente frente a los seguros de las agencias de viajes?



Único producto en el mercado con **Ambulancia aérea** y **gastos médicos ilimitados.**

... y además:

- ✓ Gastos de rescate.
- ✓ Repatriación.
- ✓ Gastos de viajes de emergencia, ilimitados.
- ✓ Robo de efectos personales, hasta 7.500 €.
- ✓ Robo de equipo profesional, hasta 2.000 €.
- ✓ Secuestro, rapto y coste de consultores e informadores en caso de secuestro hasta 125.000 €.
- ✓ Franquicia por demora de equipaje de sólo 4 horas y capital de 1.500 €.
- ✓ Gastos de cancelación, acortamiento e interrupción del viaje.
- ✓ Responsabilidad Civil hasta 5.000.000 de €.



Solicite información en nuestro Departamento de Empresas
976 210 710 o info@kalibo.com



La fidelización de directivos y empleados clave, herramienta de protección para la empresa

Cuando contamos con un empleado o con un equipo de trabajo inmerso en un proyecto determinado, en ocasiones, de varios años, se produce un trastorno importante si el empleado clave o un miembro del equipo sale de la empresa, en consecuencia del proyecto, para trabajar en otra empresa simplemente porque le ofrezcan mejores condiciones económicas. En Kalibo Correduría de Seguros, aportamos soluciones para ayudar a la empresa a trabajar con un plan de fidelización de empleados que le aporte la tranquilidad laboral necesaria en la consecución de un proyecto.

Romper la inversión en el momento que mayor rentabilidad esta retornando el proyecto a la empresa, la salida del know-how de la empresa, la pérdida de la inversión realizada en formación e incluso la pérdida de clientes afines al trabajador, son algunas de las consecuencias de no tener a los empleados importantes dentro de un plan de fidelización.

Contar con un equipo de confianza es vital para el desarrollo de un proyecto o actividad de una organización. Que este equipo se encuentre afín a la empresa es un pilar im-

portante para el desarrollo del negocio. La fidelización con el personal implica el establecimiento de vínculos sólidos y el mantenimiento de relaciones a largo plazo.

El departamento de Vida e Inversiones de Kalibo trabaja para cubrir la necesidad que algunos de nuestros clientes han manifestado para evitar la salida de empleados que han venido demostrando a lo largo de su trayectoria profesional una alta cualificación laboral. Instrumentar un sistema para lograr el establecimiento de vínculos sólidos con los empleados le ayudará a trabajar más tranquilo.

Instrumentación Seguro de Vida-Ahorro.

Veamos dos comparativos de Tributación. Aportaciones o Plan de Fidelización.

Ejemplo 1.

El directivo de Maocci, S.L. cuenta con una retribución anual fija de 100.000 euros y la empresa le quiere fidelizar con una retribución a 5 años por importe de 50.000 euros.

Aportación de 10.000€ (5 años) o Plan de Fidelización.

Veamos cuál será el beneficio para el directivo de Maocci, S.L. si obtuviera anualmente la retribución vía salario y lo comparásemos con el diferimiento de 5 años, mediante el Plan de Fidelización propuesto con póliza de seguro y la consiguiente reducción fiscal del 40%.

En este caso la retribución se percibe en un solo pago (vía póliza de seguros) pero obtiene la reducción fiscal vigente, dejando el neto en 35.300,00€ contra los 26.500,00€ mediante retribución dineraria, en pagos anuales.

Después de 5 años, la retribución hubiera sido de 50.000,00€ aunque después de impuestos quedarían en 26.500,00€.

Tipo marginal	Vía Salario	Tipo Real	Tributación Anual	Tributación total	Aumento Neto
47,00 %		47,00 %	4.700,00 €	23.500,00 €	26.500,00 €

Mediante el Plan de Fidelización, el tipo impositivo sube, aunque el aumento neto es mayor.

Tipo marginal	Vía Plan Fidelización	Tipo Real	Tributación Única	Aumento Neto
49,00 %	(reduc. 40%)	29,40 %	14.700,00 €	35.300,00 €

Ejemplo 2.

El directivo de Silatri, S.A. cuenta con una retribución anual fija de 72.000 euros y la empresa le quiere fidelizar con una retribución a 3 años por importe de 36.000 euros.

Aportación de 12.000€ (3 años) o Plan de Fidelización.

Después de 3 años, la retribución hubiera sido de 36.000,00€ aunque después de impuestos quedarían en 13.080,00€.

Veamos cuál será el beneficio para el directivo de Silatri, S.A. si obtuviera anualmente la retribución vía salario y lo comparásemos con el diferimiento de 3 años, mediante el Plan de Fidelización propuesto con póliza de seguro y la consiguiente reducción fiscal del 40%.

Tipo marginal	Vía Salario	Tipo Real	Tributación Anual	Tributación total	Aumento Neto
47,00 %	47,00 %		5.640,00 €	16.920,00 €	13.080,00 €

Mediante el Plan de Fidelización, el tipo impositivo se mantiene además de obtener un neto mayor.

En este caso la retribución se percibe en un solo pago (vía póliza de seguros) pero obtiene la reducción fiscal vigente, dejando el neto en 35.300,00€ contra los 26.500,00€ mediante retribución dineraria, en pagos anuales.

Tipo marginal	Vía Plan Fidelización	Tipo Real (reduc. 40%)	Tributación Única	Aumento Neto
47,00 %	47,00 %		10.152,00 €	25.848,00 €

Como en el ejemplo 1, la retribución se percibe en un solo pago (vía póliza de seguros) pero obtiene la reducción fiscal vigente, dejando el neto en 25.848,00€ contra los 13.080,00€ mediante retribución dineraria, en pagos anuales.

la duración de las mismas, los requisitos necesarios para que todos los derechos sean del Trabajador o cualquier otra circunstancia de la que dependan, en cada caso, los incentivos a conseguir.

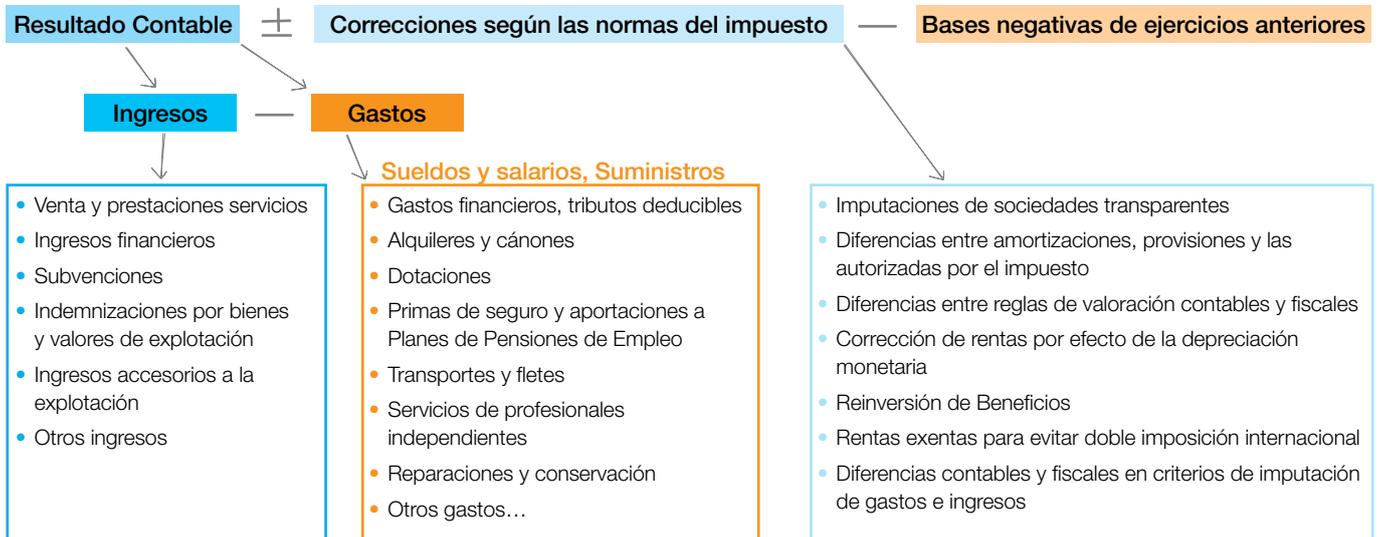
Un convenio paralelo a la póliza, entre empresa y trabajador, establecerá las características que regulen las aportaciones,

Al vencimiento del compromiso, la empresa (Tomador) retribuye al trabajador (Beneficiario) mediante la cesión de la póliza.

Vida Ahorro. Empresas y trabajadores. Deducciones

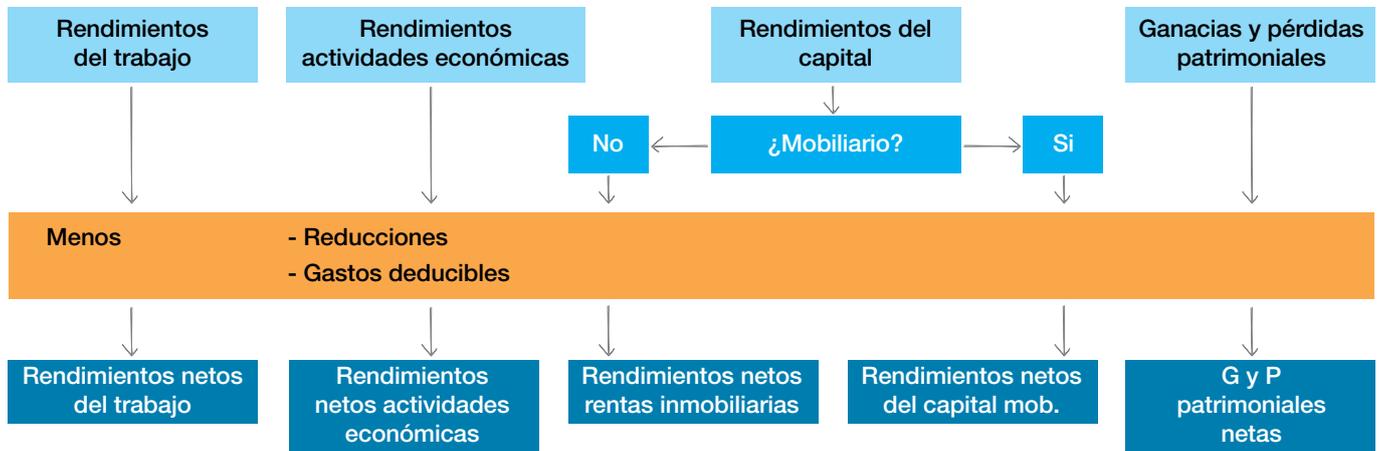
La empresa elige su propio plan seleccionando a los trabajadores que considera importantes, con negociación individual de cuantías, decidiendo cuándo se perciben y deduciéndose las cuotas en el Impuesto de Sociedad en el momento del pago de la prestación.

Un plan de fidelización de empleados aporta la tranquilidad laboral indispensable en la consecución de un proyecto



El trabajador, con un plan de fidelización de su empresa sobre él, contará con mayores garantías de permanencia en la empresa, se asegurará un incremento salarial en el período del plan y se beneficiará fiscalmente con una reducción del 40% por consideración de rendimiento irregular.

Kalibo ofrece soluciones para evitar la salida de empleados que han venido demostrando a lo largo de su trayectoria profesional una alta cualificación



Instrumentación Seguro de Salud

Para el día a día del trabajador y, en ocasiones, de su familia, el Seguro de Salud es una potente herramienta de fidelización; toca el lado más humano de la relación entre el empleado y la empresa.

Un Seguro de Salud privado, además de reducir el absentismo laboral por la eliminación de las listas de espera y trabas administrativas en la atención médico-hospitalaria, da una mayor libertad de elección asistencia y flexibilidad de horarios.

Salud. Deducciones

Trabajador por cuenta ajena:

- Gastos deducibles en impuesto de sociedades.
- No son considerados como Rendimientos del trabajo en especie en el IRPF:
 - Si alcanzan a trabajador, cónyuges y descendientes.
 - No excedan de 500€.

Profesionales y Autónomos:

- Es Gasto Deducible si aplicado a gasto propio cónyuge e hijos menores de 25 años que convivan con él.
- Limite de 500€ por persona.

*Ejemplos y datos realizados según legislación fiscal vigente al cierre de la edición.

¿Qué le ofrecemos desde Kalibo?

Desde el Departamento de Vida e Inversiones ponemos a disposición del empresario la herramienta de fidelización adecuada para sus directivos y empleados.

Ponemos a su disposición todas las herramientas necesarias legales para encajar su plan de empresa, proporcionando los contratos necesarios para dar forma al plan de fidelización.

Amplíe información en el 976 210 710 o en info@kalibo.com

¡Hoy, coworking!

Coworking es un centro en el que realizan su actividad profesionales que no son del mismo sector productivo, ni son componentes de la misma empresa, pero que se unen para trabajar juntos en un mismo espacio. Es un espacio destinado especialmente a trabajadores freelance que hasta ahora realizaban su labor en su domicilio y que se han decidido por separar su vida laboral de su vida personal. Un centro de coworking (cotrabajo) trata de reunir a estos profesionales en un espacio que tiene características más parecidas a las de un bar que a las de una oficina en donde se fomenta la colaboración, la comunidad y el networking.



Las fotos de este reportaje han sido cedidas por The Hackership y CEEIA Aragón.

Polígonos industriales y de servicios, incubadoras de empresas, centros de negocios, edificios de oficinas, espacios de actividades diversas comienzan a ser desplazados por el coworking. Cientos de profesionales han encontrado en estos centros un nuevo escenario profesional.

Son instalaciones ideales para combatir la soledad laboral, fomentar...

Entorno colaborativo

Los profesionales de internet, diseñadores, programadores, escritores y periodistas han sido los que han encontrado más ventajas en estos centros que han dejado atrás a los centros de negocios, incubadoras de empresas y a los edificios de actividades diversas.

El coworking no solo es compartir gastos y romper con el aislamiento, también se trata de pertenecer a una comunidad de individuos que están abiertos a intercambiar ideas, proyectos, conocimiento, y lo más importante, están dispuestos a colaborar.

Uno de los emprendedores que ha puesto en marcha un centro de

coworking extendía los efectos beneficiosos de estos espacios a “aquellos profesionales que desean trabajar en un entorno colaborativo que ofrezca más posibilidades, que las propias de un espacio en soledad”. En general, las ofertas van dirigidas a profesionales que “esperan encontrar en estos centros el apoyo necesario para acelerar el proceso de creación de su propio negocio”.

Dentro del coworking las opciones son muy variadas ya que no solamente se alquila un espacio de trabajo, sino también una serie de servicios (conexión a la red eléctrica, conexión a Internet, línea telefónica, acceso a servicios comunes, ...). Además, el usuario de coworking alquila un pue-

to de trabajo según sus necesidades: por días, por semanas, por meses, media jornada, jornada completa.

La oferta de centros es variada, aunque todas ellas ofrecen por una cantidad fija, que se mueve entre los 250 y los 400 euros mensuales, el uso de un puesto y su mobiliario; uso de equipos de reprografía; el consumo de agua, electricidad, calefacción y aire acondicionado, la limpieza diaria, servicios de recepción de llamadas; conexión internet por cable y la posibilidad de utilización de la sala de reuniones. Algunos de estos centros ofrecen servicios de apoyo para sus ideas de negocio, planes de acompañamiento o programas de “osmosis” para quien solamente busca un entorno colaborativo.



Otro profesional, afirmaba que "en un centro de coworking encontramos una infraestructura mucho más competitiva que la que tenemos trabajando en nuestra casa. Podemos disponer de sala de juntas donde recibir a nuestros clientes, un lugar donde separar vida laboral y personal. Nos podemos relacionar con otros profesionales y compartir un café o algún proyecto".



mentar la colaboración y la creatividad, abaratando los costes

Hemos visitado alguno de los numerosos centros de "coworking" que ya existen en Zaragoza. Todos ellos coinciden en que son espacios con un decorado singular, que tiene un poco de cafetería, un poco de oficina, un poco de sala de juntas y un poco de lugar multifuncional.

Uno de sus promotores nos decía que estos centros, "son un excelente espacio para combatir la soledad laboral, fomentar la comunidad, la multidisciplinariedad, la colaboración y el networking, y favorece el abaratamiento de costes gracias al reparto de servicios y gastos fijos".



En Zaragoza

El coworking es una práctica muy extendida entre los freelance de EE UU y que empieza a expandirse en España y en Europa. La opción del coworking ha prendido en Zaragoza y en el Centro Walqa, donde han nacido abundantes y variadas opciones para emprendedores. Algunos, como es el caso de The Hackership, se define como un lugar de trabajo de referencia para "ideas de negocio o empresas de base tecnológica". Los promotores de este espacio huyen de calificarle como espacio de trabajo definiéndolo como una excusa para concentrar en un mismo lugar a personas y empresas de base tecnológica. Estos centros tienen una decoración singular.

No está equipado con el típico mobiliario de oficinas y cuenta con espacios donde desarrollar actividades culturales.

Al justificar el nombre del espacio, uno de sus fundadores, Victor Guerrero, y su socio José María Yus nos decían: "Hemos elegido este nombre por la acepción positiva del concepto 'hacker', el de la necesidad de reinventar el modelo. Ya no van a venir más empresas como GM, así que hay que crear otros modelos de negocio. Nuestro espacio no es un espacio de trabajo, sino que el trabajo es la excusa".

Estos centros de "coworking" son empleados sobre todo por profesio-

nales que viajan por todo el mundo y que realizan su labor con unos sencillos equipos de informática.

Uno de los promotores entrevistados afirmaba que en algunos casos, el aislamiento del profesional puede causar el fracaso de ideas brillantes. El coworking ofrece una solución para el problema de aislamiento que supone para muchos trabajadores independientes, o incluso microempresas, la experiencia del trabajo en casa, que puede suponer el fracaso de ideas brillantes. "Por el contrario -explicaba uno de los promotores de Zaragoza- el coworking permite generar microsistemas de profesionales diversos, que por su propia existencia, generan sinergias y colaboraciones creativas". ■



En 2103 se han cumplido 10 años de operaciones de W.R. Berkley Europa, con presencia en Reino Unido, Alemania, Noruega, España, Irlanda y Suecia. W.R. Berkley España inició su actividad en el ejercicio 2006, y dispone de dos oficinas en Madrid y Barcelona, con autonomía y flexibilidad para adaptar nuestra oferta a las necesidades de clientes y corredores de seguros. En 2010 Alejandro Jiménez se incorporó a W.R. Berkley como Director General y en 2012 fue nombrado Presidente Ejecutivo y máximo responsable de las operaciones en la península Ibérica.

¿Cuál es el posicionamiento de W.R. Berkley en Europa y en España?

- W.R. Berkley es un grupo muy fuerte en EE.UU. con una marca muy reconocida, solidez financiera, alta capacidad inversora y expansión internacional. Es una corporación que confía por encima de todo en las personas y en los equipos y que permite gestionar con mucha autonomía y capacidad de decisión.

La cultura y estilo de gestión de nuestro grupo es muy diferente y especial, elige cuidadosamente a sus equipos directivos locales y siempre

mantiene una política de descentralización geográfica de operaciones y máxima delegación. En sus más de 45 años de historia, nunca ha abandonado un país, manteniendo siempre el modelo, adaptándolo a las necesidades y circunstancias de cada mercado.

¿Qué valores corporativos de su grupo quieren trasladar al mercado español?

- Los mejores valores son los que se demuestran. En el caso de W.R. Berkley destacaría el trato e interés por las personas y la determinación por revertir a la sociedad gran parte

de lo invertido. Integridad, Confianza, Estabilidad, son los valores que caracterizan a este grupo.

¿Cómo valora la situación del sector asegurador en el actual entorno económico?

- La situación actual nos corrige y obliga a ser más profesionales. Lo positivo es esforzarse más y ser creativos para detectar oportunidades. Cuanto más maduro es un mercado más reclamaciones hay y, por tanto, mayor conciencia en la necesidad de asegurar la responsabilidad, las pérdidas patrimoniales o los daños.

Nosotros podemos aprovechar la experiencia de nuestra matriz en Londres y en EE.UU. para extrapolar a nuestro mercado información estadística que nos ayuda a conocer mejor y con antelación el coste de los productos. Con ello beneficiamos a nuestros clientes, que tendrán mejores productos y mayor estabilidad en las tarifas.

En cualquier caso, los resultados técnicos y el ROE del negocio de No Vida son buenos y están manteniéndose a pesar de la crisis, lo cual es alentador y refleja la solidez del sector asegurador en España.

La oferta aseguradora

¿Dónde ha focalizado W.R. Berkley sus esfuerzos y cuáles han sido las estrategias en este periodo de crisis?

- Nuestro enfoque es la especialización en productos para profesionales y empresas que optan por un servicio diferenciado. El aseguramiento de profesionales no se puede querer gestionar como si un particular se tratase. Somos conscientes de ello y este aspecto condiciona toda nuestra actividad.

En nuestro modelo de servicio la gestión de siniestros es un factor clave: gestionamos individualmente cada caso y prevalece siempre la diferenciación, el rigor y la flexibilidad sobre otros criterios de eficiencia administrativa o cargas de trabajo.

Además, trabajamos en detalle en los condicionados de nuestros productos con el fin de que sean comprensibles por los clientes que los contratan de manera que el proceso de contratación sea transparente para el cliente.

¿Qué objetivos se han planteado a corto y medio plazo?

- Durante el ejercicio 2014 queremos seguir consolidándonos como la aseguradora de referencia en el segmento de profesionales, tanto por soluciones técnicas como por servicio e imagen.

Hemos ampliado nuestra oferta no sólo al ámbito de la Responsabilidad Civil sino a otras líneas como Daños Materiales, Ingeniería (Avería de Maquinaria – Equipos electrónicos), Caución y Accidentes.

Nuestra oferta no se basa en precios baratos. Por supuesto que somos competitivos e intentamos serlo aún más pero la disciplina en la suscrip-

ción es una de nuestras máximas y no vamos a renunciar a ello. Queremos que nuestros clientes valoren nuestro servicio a medida y no tengan vaivenes a sus condiciones, permaneciendo muchos años en nuestra compañía.

Atender a necesidades complejas no requiere productos complicados, es necesario entender la actividad del cliente de manera global y ofrecerle lo que necesita.

Para ello, y para aquellos sectores de actividad en los que somos reconocidos como especialistas, hemos desarrollado un conjunto de programas integrales que abarcan la totalidad del mapa de riesgos de una entidad: Responsabilidad Civil + Daños Materiales + D&O + Accidentes.

Los mediadores

¿Cuál es su opinión sobre el papel que juegan en el mundo del seguro los mediadores y corredurías?

- Nuestro canal de distribución fundamental son los corredores de seguros y las corredurías puesto que en negocios de especialistas, la función del mediador es básica y, sin duda, añade valor. Existe una red de muy buenos profesionales en España, mejor de lo que a veces transmitimos y que, quizás, no esté aún suficientemente valorada aunque estoy convencido de que es cuestión de tiempo.

¿Cómo contempla las relaciones de futuro con los mediadores españoles?

- Para nosotros es importante que el corredor pueda tener acceso a la persona de la compañía que suscribe y decide, razón por la cual tenemos establecidos canales directos de comunicación.

Seguiremos apostando fuertemente por el canal de corredores, con especial énfasis en aquellos que deseen desarrollar soluciones especializadas que permitan aportar valor tanto a la correduría como a la compañía. ■



Con él llegó la reorganización de la compañía

Alejandro Jiménez se incorporó a W.R. Berkley en 2010 como Director General. Coincidiendo con su entrada se produjo una profunda reorganización de la compañía, con la elaboración de un nuevo modelo de negocio y plan estratégico que han permitido su consolidación como marca especialista en soluciones aseguradoras para el mercado de profesionales y empresas. En 2012 fue nombrado Presidente Ejecutivo y máximo responsable de las operaciones en la península Ibérica.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia y M.B.A Internacional por el Instituto de Empresa, tiene una dilatada experiencia en el sector de seguros, donde ha desempeñado funciones de responsabilidad en España y en el extranjero en grupos como: AGF-Unión Fénix, Caser y Generali.

Robert W. Berkley declaró en su nombramiento: "Estamos muy satisfechos de que Alejandro asuma la relevante responsabilidad de liderar nuestras operaciones en España y trabajaremos muy estrechamente con él para continuar desarrollando nuestro negocio en este estratégico mercado".

Las mejores tapas



■ Por la izquierda, los chefs de Casa Pedro, de Zaragoza; "El Trasiego", de Barbastro, y el bar-restaurant Melí Meló, de Zaragoza, que fueron distinguidos en el certamen como las mejores tapas de Aragón.

Los concursos de tapas se han puesto de moda en Aragón. En los últimos meses de 2013, los establecimientos de hostelería aragoneses han organizado certámenes y concursos en los que sus asociados han presentado sus mejores creaciones en esta gastronomía "en miniatura".

Por primera vez en la reciente historia gastronómica de Aragón, en las fechas próximas a la Navidad se ha celebrado un concurso regional de tapas al que concurrieron las tapas calificadas en los primeros lugares en los concursos provinciales. Era la primera vez que coincidían elaboradores de tapas de las tres provincias, que han podido compartir experiencias, así como comparar formas de trabajo.

El Jurado profesional emitió su veredicto por el que el Canelón crujiente de rabo de buey, del bar restaurante El Trasiego, de Barbastro, fue proclamada la mejor tapa de Aragón. En segundo lugar, quedó el Cave Ovum, del zaragozano bar restaurante Melí Meló, mientras que el tercer premio recayó en el bar restaurante Casa Pedro, también de Zaragoza, por "bacalao, guisantes, vieira, puerro, cebolla, albahaca, coco y menta". Estos ganadores representarán a la comunidad aragonesa en cuantos eventos gastronómicos –Fitur, Madrid Fusión, etc.– sea necesaria su colaboración.

Durante la entrega de premios, Pedro Giménez, presidente de la Asociación de Empresarios de Cafés y Bares de

Zaragoza y Provincia, como anfitrión y en nombre también de la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca y Teruel Empresarios Turísticos, recordó que «tenemos que creernos el potencial de nuestra gastronomía, y en especial, las tapas».■

El pan, icono de Aragón



■ Mario Moreno, Jorge Pastor y José Rébola, directivos de Panishop.

Goralai, Mejor Restaurante aragonés en 2013



■ Víctor Lara, propietario de Goralai recibió el título de Mejor Restaurante de Aragón de manos del Presidente de la Academia Aragonesa de Gastronomía, Víctor Guelbenzu.

Goralai, un restaurante joven, abierto en septiembre de 2008, ha sido distinguido por la Academia Aragonesa de Gastronomía, como el Mejor Restaurante de Aragón en 2013.

Los académicos adjudicaron este premio a Goralai como reconocimiento a su dilatada y cuidada labor, permanente compromiso y constante innovación del matrimonio de Jorge Lara y Jasone San Martín.

Jorge Lara, que hoy cuenta con 43 años, dio sus primeros pasos en los fogones durante su servicio militar, de

donde pasó a “Can Ramón” en Sampedor. Fue completando su formación en la cocina del Almadraba Park, de Roses, “El Trull”, de Lloret de Mar y “La Nicolasa”, en San Sebastián, junto con Juan Castillo.

De allí volvió a Zaragoza, trabajando en Txalupa para pasar después al célebre Akelarre, templo gastronómico en que oficiaba de Subijana, donde conoció a su esposa, Jasone. Después de esta experiencia en el País Vasco regresa a Zaragoza, trabajando en la cocina del Txalupa y el Club Náutico. El periodo de rehabilitación del Náutico, le brindó la oportunidad de establecerse en lo que hoy es Goralai. El nombre de este monumento al arte gastronómico está formado por las sílabas iniciales de los tres hijos del matrimonio.

Críticos y guías gastronómicas reconocen al mimo y cuidado que Jorge Lara y su esposa ponen en la elaboración de sus platos que tienen como distintivo la calidad del producto natural que entra en su cocina. Es una cocina creativa, pero asentada en sólidas tradicionales.

El ambiente es una muestra más de los cuidados con los que Goralai recibe a sus amigos y clientes. Su silencioso comedor esta decorado con colores brillantes y estimulantes y en sus paredes cuelgan obras de señalados pintores aragoneses, lo que conforma un lugar de reunión memorable. El ambiente se completa con un trato cercano, amable y unos precios excelentes.■

**Goralai. Santa Teresa de Jesús, 26 ZARAGOZA.
Teléfono 976 55 72 03**

en Madrid Fusión

Durante la Cumbre Internacional de Gastronomía Madrid Fusión, que pasa por ser la más importante de cuantas se celebran en el mundo, la firma aragonesa Panishop estará presente el próximo mes de enero mostrando su nueva “carta de panes *Slow Baking*” que ya cuenta con doce variedades diferentes y únicas en el mercado nacional.

La familia Rébola, panaderos de tradición aragonesa desde hace más de cien años, inició una nueva etapa en el año 1996 con la puesta en marcha de su marca Panishop y la apertura de tiendas propias y con el sistema de franquicias por todo el país. A lo largo de 2013 después de una larga investigación, ha presentado en España una nueva gama de panes cuya principal característica es la utilización de masas madres de cultivo, largos procesos fermentativos y la carencia total de aditi-

tivos. Se llama *Slow Baking* y, además de potenciar los valores sensoriales más característicos del pan, como el aroma y el sabor, mejora los valores nutricionales por su menor índice glucémico. Tras cinco meses de reuniones, revisiones y análisis de las materias primas, el Centro Nacional de Tecnología Agroalimentaria, CNTA, y Panishop han firmado un acuerdo a largo plazo para la verificación continuada de los productos *Slow Baking*, como “Sin aditivos”.

Del 27 al 29 de enero, en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, sede de Madrid Fusión, Jorge Pastor como director de I+D de Panishop tendrá la oportunidad de ofrecer sus panes de alta gama a los cocineros más prestigiosos del actual panorama mundial así como a los medios de comunicación que durante esos tres días estarán presentes en la cumbre gastronómica.■

**POR UN VIAJE
100% 
TRANQUILO**



TU SEGURO DE ASITENCIA EN VIAJE, DISEÑADO PARA QUE TE MUEVAS POR TODO EL MUNDO

En Kalibo le proponemos un seguro de asistencia en viaje diferente diseñado para ser más flexible en su alcance y cobertura mediante la eliminación de exclusiones y límites tradicionales y la introducción de nuevas prestaciones exclusivas de este producto.

... y además:

- ✓ Gastos de rescate.
- ✓ Repatriación.
- ✓ Gastos de viajes de emergencia, ilimitados.
- ✓ Robo de efectos personales, hasta 7.500 €.
- ✓ Robo de equipo profesional, hasta 2.000 €.
- ✓ Secuestro, rapto y coste de consultores e informadores en caso de secuestro hasta 125.000 €.
- ✓ Franquicia por demora de equipaje de sólo 4 horas y capital de 1.500 €.
- ✓ Gastos de cancelación, acortamiento e interrupción del viaje.
- ✓ Responsabilidad Civil hasta 5.000.000 de €.

**Único producto
en el mercado con
Ambulancia aérea
y gastos médicos
ilimitados.**

 **kalibo**
CORREDURIA DE SEGUROS

976 210 710 o info@kalibo.com