



Antonio Rébola,
Consejero-Administrador General de Panishop
**entre la tradición
y la innovación**

**Seguro Todo Riesgo
de Daños materiales,
última **novedad**
en **Kalibo****



Sheila Herrero,
15 veces campeona del mundo
“Mi mayor victoria la conseguí frente
a la anorexia nerviosa”

Seguro de crédito,
para proteger a las empresas
contra el riesgo de impagos





La otra versión del directivo:

■ **Antonio Rébola.**

Consejero-Administrador General de Panishop.

4



Con Pluma ajena:

■ **Sheila Herrero**

nos describe un momento decisivo en su vida.

10



Empresarios

saludables con Kalibo:

■ **Vaya pepinazo de verano que se presenta.**

9



Organizaciones empresariales:

■ **La Cámara de Comercio de Zaragoza, reorganiza sus funciones de gestión y representación.**

14



12

Crónica empresarial:

■ **Mondo: césped para 2.350 campos de fútbol.**

■ **Ágora de Cafés Orús cumple un año.**

■ **Pedro Naudín, reelegido presidente de Arento.**

■ **Impulso al Plan del Hidrógeno en Aragón.**



17

Kalibo en pocas palabras:

■ **Nuestros lectores preguntan por los pasos a dar para oponerse a la prórroga de un contrato de seguro.**



19

Soluciones aseguradoras

■ **Seguro de crédito, para evitar el retraso en los pagos**



Nuevas tecnologías

■ **Tecnara se convierte en cluster**

24



26

Tendencias

■ **Escapadas: Parques de ocio de Aragón, para vivir el paisaje.**

■ **Libros: “El viaje al poder de la mente”, de Punset.**

■ **Gastronomía: Noches de verano mirando al río.**

■ **Nuevas tecnologías: Imprimir sin cables ni “pecés”**



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

IMPRESIÓN

Industrias Gráficas La Moderna.
www.lamoderna.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

mocitho@gmail.com

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
Tirada: 3.250 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 citada 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.

El seguro, en el momento oportuno

La internacionalización de las empresas se encuentra en todos los programas de ajuste que elaboran los gobiernos de todo el mundo para superar la crisis. Esos planes aseguran que, para el crecimiento, es imprescindible que las empresas avancen en la consecución de nuevos mercados. La recuperación pasa necesariamente por incrementar el intercambio en el comercio mundial.

Pero esa salida al exterior supone un reto casi imposible. La crisis actual es una crisis de confianza agravada por el elevado nivel de morosidad en el comercio interior que está retardando la recuperación. Ese clima de incertidumbre se hace irrespirable cuando se intenta salir al extranjero, donde los potenciales compradores son menos conocidos.

Las empresas buscan los instrumentos, como son los seguros de crédito, que les permitan cubrir sus riesgos sin romper su equilibrio financiero interno. Una de cada cinco empresas exportadoras incrementarían su facturación exterior si disminuyese el retraso de los pagos por parte de los clientes extranjeros. Retraso que también constituye uno de los motivos por los cuales la mitad de las empresas creadas en la Unión Europea cesan en su actividad durante su primer lustro de vida.

En este número de PANORAMA que usted, lector, tiene entre las manos, dedicamos varias páginas a mostrar al mundo empresarial una solución aseguradora que le sirva para proteger mejor a sus empresas contra el riesgo de impagos.

Con ello queremos mostrar nuestra estrecha vinculación con el mundo empresarial y nuestro deseo permanente de ayudarle profesionalmente en la solución de sus problemas, ofreciendo distintas alternativas y soluciones aseguradoras.

Pero esas páginas son también la expresión de un legítimo orgullo corporativo. Creemos que son una elocuente demostración de que el sector, las compañías aseguradoras, corredores y corredurías disponemos de soluciones profesionales como respuesta inmediata a las variadas e inesperadas exigencias que plantea el mundo de la economía.

La otra versión del directivo

Antonio Rébola

Consejero-Administrador General de Panishop

“En el pan
concurrenten
la tradición
secular y la
innovación
globalizadora”



Antonio Rébola Moreno, director general de Panishop, es el cuarto Antonio Rébola en la lista de empresarios de la industria panificadora. Desde hace 110 años, su bisabuelo, su abuelo y su padre siguieron la tradición familiar en la fabricación de pan.

Cuando, en 1982, Panishop puso en marcha la primera tienda, la plantilla de la empresa la constituían 4 personas. La recaudación en caja un día no llegó a los 100 euros. Hoy, cuenta con 43 establecimientos abiertos entre Alicante, Logroño, Huesca, Zaragoza, Madrid, Elche y Tarragona que, en conjunto suman una plantilla de más de 200 trabajadores, y una facturación en 2010 de más de 18 millones de euros.

De esa evolución, de la permanente presencia que en los cambios han tenido los condicionantes familiares y empresariales, hablamos con Antonio Rébola Moreno.

La panadería ha pasado de ser una actividad artesanal a ser un innovador sector industrial. ¿A cuál de esas dos vertientes pertenece usted?

- A las dos. Hay que tener en cuenta que la panadería es un sector muy tradicional. Históricamente fue un oficio que pasaba de padres a hijos, porque nunca ha habido escuelas de panaderos, por lo que el saber hacer en esta industria se heredaba. Desde ese punto de vista, yo soy tradicional, porque seguí la actividad familiar de cuatro generaciones, aplicando el principio que dice que, si una cosa funciona, no la cambies. En el mundo empresarial es casi al revés. Las empresas deben estar siempre en continuo cambio y la puesta en marcha de Panishop obedece a este impulso innovador.

¿El cambio lleva velocidad acelerada?

- Si hace medio siglo los cambios empresariales se producían cada "X" años, en los años 80, esos cambios tenían lugar en la mitad de años y hoy se demandan cambios en la quinta parte de tiempo.

Pero eso no es malo

- Por supuesto que no. Los cambios ponen de manifiesto que la Humanidad avanza, que cada día la población está mejor preparada, que investiga permanentemente en todos los campos, desde el automovilístico al alimentario y de los materiales a las distintas estructuras comerciales.

El pan y la dieta

¿Se producen cambios en el mercado del pan?

- El mercado del pan es muy grande y en él caben todas las opciones. Hace tres décadas había muchas harineras y muchos panaderos. Hoy, el sector se ha concentrado, se han fusionado algunas de las fábricas de harinas y otras han desaparecido. Al mismo tiempo, el mercado ha exigido cambios en los productos derivados de las harinas. Hoy estamos regresando a los sabores tradicionales del pan y, lo que es más importante, se está produciendo una recuperación del cultivo

de variedades de trigo panificable, como la espelta y se hacen esfuerzos por recuperar algunos trigos como el clásico "Aragón 03" que fue desechado por tener bajos rendimientos pero que le aporta un sabor excelso al pan. En suma, se trata de cambios que son fruto del mercado globalizado y en el que conviven el pequeño panadero artesano junto con grandes fábricas con distintas fabricaciones de pan de molde. Todo aquel que se especialice en satisfacer las cambiantes necesidades que manifiesta el mercado, tiene posibilidades de éxito en su negocio.

¿Cómo definiría la etapa en la que se encuentra hoy el mercado del pan?

- Estamos viviendo una etapa de revalorización del consumo de pan, desplazando a otra etapa anterior en la que el pan ha estado injustamente maltratado.

"Estamos viviendo un momento de revalorización del consumo de pan, desplazando a otra etapa anterior en la que el pan ha estado injustamente maltratado".

¿Qué tópicos lastraron el consumo del pan?

- Algunos errores dietéticos, como que el pan engorda y que no es un alimento sano. Los resultados de las últimas investigaciones afirman que el pan es un alimento sano y completo y que aporta nutrientes esenciales en la dieta. Muchas dietas que hace una década desterraron el pan, lo han vuelto a recuperar como símbolo de una dieta equilibrada.

De hecho, muchos recetarios modernos han recuperado platos con pan, como son las distintas formas de hacer sopas de ajo.

- Son tradiciones que no se deben cambiar. Desde hace muchos años, en nuestra familia, en ocasiones como la Nochebuena o Nochevieja, en el momento de ir a dormir, se tomaban sopas de ajo siguiendo una receta tradicional de mi abuela.



¿Es posible mantener los sabores memorables de las recetas de nuestros abuelos?

- La realidad es que los sabores de la abuela se caracterizan por requerir mucho tiempo para su realización, con largos reposos, grandes cocciones, laboriosas preparaciones, etc. Son recetas que necesitan una previa planificación pero que aportan sabores auténticos y diferentes que tenemos grabados en nuestra memoria gustativa.

Hoy, con una nueva organización del trabajo familiar, estos aromas y sabores son más difíciles de conseguir porque se dispone de menos tiempo y los productos que se empleaban entonces son escasos y de alto precio. Es el momento de ajustar la comida a la nueva situación.



■ La adecuada alimentación infantil a sido una preocupación constante en Panishop.

“Cada jornada trato que, en mi empresa, todo se haga de forma excelente y me planteo el compromiso de todo lo que tengo que hacer para que nuestra empresa sea mejor que lo que era el día anterior”.

¿Cuál es el mejor pan?

¿Hace su empresa el mejor pan?

- Lo mejor es lo que más nos gusta. Yo no puedo decir que el nuestro sea el mejor pan. A lo más, puedo afirmar que escogemos las mejores materias primas que encontramos, que aplicamos nuestro mejor saber hacer, que garantizamos la regularidad de nuestro producto y de nuestro proceso. Yo creo que la mejor sopa de ajo se hace en cada región, en cada restaurante y en cada casa y, para mi, las mejores sopas de ajo son las de mi abuela porque son las que yo llevo grabadas como auténticas en mis recuerdos.



¿En qué momento se produjo en su actividad el cambio de una panadería tradicional, casi artesana, a una actividad industrial?

- El cambio no es cuestión de un día, sino de un periodo más o menos largo. El cambio no es una foto, sino una película que va avanzando a base de fotogramas de momentos puntuales.

Pero usted es quién dirige la película

- Tampoco. La dirigen los clientes, que son los que demandan un producto y dejan de consumir otros, debido al precio, a la comodidad de compra, del tiempo disponible para comprar, y a causa de las innovaciones que aparecen en el mercado.

¿Cuál será el guión de los próximos años?

- Es imprevisible. Si analizamos hacia donde se está desplazando la industria alimentaria en los países más avanzados de Europa, la tendencia es hacia gigantesco establecimientos comerciales de productos ecológicos garantizados desde el pan, frutas y verduras hasta los detergentes. Eso no ha cuajado aún en España pero puede que se reproduzca aquí no tardando mucho.

Donde dije guión, ahora digo reto. ¿Cuál es su reto más inmediato?

- Hay muchos y variados retos. El reto constante y permanente es hacer la empresa excelente. Yo veo mi empresa de arriba abajo todos los días y trato cada jornada que todo se haga de forma excelente. Creo que cada día nos tenemos que plantear el compromiso de saber que tenemos que hacer para que nuestra empresa sea mejor que lo que era ayer.



CONTINÚA

El futuro emprendedor

Usted ha sido un emprendedor joven y ocupó el cargo de presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios. ¿Qué está ocurriendo hoy para que los jóvenes prefieran ser funcionarios antes que empresarios?

- No todo el mundo puede ser empresario y, además, no es bueno que todo el mundo lo sea, aunque sí que es necesario que haya empresas. Lo que realmente hace falta es que haya muchos emprendedores, porque el emprender es una actitud ante la vida. En cierta forma y en distintos niveles, todos somos emprendedores, trabajemos en la Administración, en una empresa o en una oenegé. Pero luego necesitamos tener empresarios que son las personas que arriesgan. Quizás porque la esencia del empresario es asumir el riesgo es por lo que, en momentos de crisis como los actuales, no es fácil que broten vocaciones empresariales, incluso los padres disuadimos a nuestros hijos que quieren ser empresarios.

“No soy partidario de las subvenciones pero sí de suprimir muchos impedimentos formales y obstáculos burocráticos que hoy impiden la creación de empresas y apartan al pequeño empresario de su labor del día a día”.

¿Podrían las administraciones públicas dinamizar esa cultura empresarial a través de incentivos?

- Yo no soy partidario de las subvenciones pero sí que creo que habría que suprimir muchos impedimentos formales que hoy se oponen a crear empresas. Existen muchos obstáculos burocráticos que distraen y apartan al pequeño empresario de su labor del día a día.

Entonces, ¿qué le pediría a las administraciones públicas?

- Que sean más colaboradoras y menos sancionadora. Cuando tratas de montar una empresa todos son piedras en el camino y dificultades. Para remover esos obstáculos, el empresario emplea más del 90 por cien-



to de su tiempo en temas administrativos y legales. El pequeño empresario, además de conocer la actividad que quiere realizar, debe conocer la normativa técnica, la laboral, la fiscal, de seguridad e higiene laboral, etc. En el caso de España, esas dificultades se agravan por la existencia de normativas diferentes en cada una de las comunidades autónomas.

Está claro que hay países en los que es más difícil ser empresario que en otros. ¿Cuál es el “paraíso” de las vocaciones empresariales?

- No hay tal paraíso. Desde el punto de vista jurídico-legal en cada país hay condicionantes empresariales buenos y malos. Yo he enunciado antes algunos malos, pero no lo son todos. Simplificando yo creo que en el mundo hay tres visiones temporales de la actividad empresarial. Los japoneses piensan siempre en su empresa a largo plazo y los norteamericanos programan a corto plazo. Los europeos estamos en una posición intermedia y trabajamos con plazos de 3-5 años, mientras que los japoneses planifican con la perspectiva de 10-20 años. Pero eso no quiere decir que en cada uno de sus espacios exista más o menos seguridad, sino que en todos ellos existen profundas seguridades y garantías jurídicas. ■

Reconocimientos



- En 1994, Antonio Rébola Moreno recibía el Premio al “Mejor Joven Empresario”, otorgado por la Asociación de Jóvenes Empresarios, y un año más tarde, la Diputación General de Aragón le otorgaba el Premio al “Mérito profesional” concedido por la Diputación General de Aragón en 1.995.
- En abril de este año 2011, Panadería Rébola recibió la Medalla Empresa Centenaria por la Fundación Basilio Paraíso de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza.
- Son dos hitos temporales que definen la trayectoria profesional de nuestro entrevistado como continuador de una empresa familiar centenaria y el reconocimiento de su labor como joven empresario.
- Entre esos dos reconocimientos, en 1996, recibió un accésit como “Mejor Joven Empresario de España”, entregado por la Casa Real Española. Ese mismo año, Panishop recibió el premio al “Mejor concepto en franquicia en el sector de alimentación” en España.
- Fue presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Zaragoza desde 2005 a 2008 y Premio Aragoneses del Año 2000 a la Pujanza Empresarial concedido por Antena 3 y El Periódico de Aragón. ■

Vaya pepinazo de verano que se presenta



Dr. Abel Gago

www.puntovital.com - zaragoza@puntovital.com

Decíamos la Concha (mi parienta) y yo (el Mariano) que después de la “sobresaltante” primavera que estábamos pasando el verano tenía que resultar “algo más sosegado” pero... ¡jodo! como está empezando.

Las **elecciones**, como siempre. Cuando nos cansamos de unos, los otros consiguen muchos votos, pero las broncas e insultos del bar, del trabajo, de la tertulia, del mercado, son las mismas, aunque esta vez, apoyado en las encuestas que nos dicen que los políticos son el tercer problema del país (solo detrás de la economía y el paro). ¿No les dará vergüenza?. Por lo menos con los “exabruptos” emitidos (casi todos bien merecidos) y el acto de “escupir la Bilis” uno se relaja algo.

Desde el 15-M ha ocurrido algo emocionante y distinto: jóvenes engañados (sí, estos los que les hemos hecho estudiar una carrera, que les hemos obligado a saber dos idiomas, que han tenido que tragarse dos máster y les hemos echado directamente al paro) y otros no tan jóvenes (pero también sufriendo) nos hacen propuestas que más del 80% son las mismas que se extraen de las conversaciones de “gente normal” y que casi todos suscribimos.

Y al final lo que faltaba, los alemanes nos sueltan lo de los pepinos.

En fin, como se ve esto va de alimentación, “chorizos y pepinos”, por lo cual y por lo que me toca me veo en la obligación de recordar que:

La salud no sólo es la ausencia de enfermedad, sino que es un estado en que el hombre sonríe, duerme bien, digiere adecuadamente alimentos, está tranquilo, puede trabajar y tiene capacidad para meditar.

Por eso, la dieta tiene que ser sencilla y moderada, quedándoos con un poquito “de gana” y si algún día hacemos ayuno y nos desintoxicamos mejor.

El **agua** además de beberla embotellada o con garantías de seguridad (especialmente cuando se sale a ciertos países) además debe de servir, para lavar los alimentos crudos (si se tiene duda poner 1 gota de lejía por litro).

El **sol** hay que tomarlo con moderación, evitarlo de 12 a 4 de la tarde y utilizar crema de protección a partir del 50%.

La **bebida** con alcohol “deshidratan, engordan y emborrachan”, luego ¡andáros con tiento!

Los **helados** deben tomarse con precaución.

Las **reuniones** que empiezan a las 3 de la tarde y acaban a las 3 de la mañana tienen más peligro que un “nublao”.

Los **mosquitos**, las **alergias** y las **medusas** tienen que tener la prevención oportuna, los cuidados domésticos (ahuyentadores, cremas y baños controlados) precisos y/o el apoyo médico cuando así sea preciso.

El **ejercicio** es mejor cuando no es competitivo y se adecua a tu cuerpo y a tu mente.

Para este periodo es fundamental **cultivar** la amistad, la empatía, la generosidad y la tolerancia y también **evitar** el estrés, la ira, los celos, las envidias y utilizar una buena parte de tu tiempo para **meditar**.

Y si encuentras o reencuentras el **amor**, ¡enhorabuena!



Un momento decisivo en la vida de Sheila Herrero



“Mi **victoria** más importante ha sido frente a la **anorexia nerviosa**”

Sheila Herrero, campeona de patinaje sobre ruedas, ha sido la española que más títulos deportivos mundiales ha ganado. En sus vitrinas exhibe 15 títulos mundiales y 136 trofeos europeos. Pero su victoria más brillante ha sido frente a la anorexia nerviosa. Es Medalla de Oro de Santa Isabel, otorgada por la DPZ Hija Predilecta de Zaragoza.



Toda mi vida, desde los 4 años, ha estado ligada al deporte. Mis padres habían practicado el patinaje y estaban convencidos de la importancia educativa que reporta la práctica deportiva. Lo abandonaron porque ambos sufrieron importantes heridas debido a accidentes deportivos.

Mis padres, después de patinar mucho tiempo, padecieron el dolor de las heridas, pero también les quedaron las huellas del miedo. Dejaron la práctica deportiva y depositaron en sus dos hijas, Ana Pilar y yo, las ilusiones de triunfo que ellos no habían logrado ver cumplidas.

A la edad en la que comencé a patinar, los 4 años, los sueños de victoria no tenían límite. Aprendí a patinar e, inmediatamente, ya soñaba con ser la mejor del mundo, de España y de Zaragoza, por este orden. Sin embargo, la realidad posterior superó aquellos sueños de la pequeña Sheila. Quería ser la mejor pero ni en mis más utópicas ilusiones llegué a pensar que sería la mejor del mundo en 15 ocasiones.

Provengo de una familia supertrabajadora y ahorradora que apuraban sus horarios para ayudarme y acompañarme en los entrenamientos y viajes y que invertían en mi formación y entrenamiento lo que ellos ganaban en su trabajo. Mi hermana había abandonado ya el patinaje y mis padres depositaron en mí todas sus ilusiones de éxito deportivo.

Veía a mis padres como día a día se esforzaban por mí, llevándome a entrenar incluso a 100 kilómetros de Zaragoza, sacrificando su sueldo para comprarme patines medio decentes. El primer par les costó 100 pesetas en una chatarrería de Zaragoza. Mi madre se ocupaba de confeccionar mi equipo, los bodys de entrenamiento,

las camisetas, las mallas. Ellos fueron los que me hicieron madurar deportivamente. Las victorias ya no eran un orgullo para mí, sino que significaban

Mi primera medalla la conseguí en 1994. Fue de oro al mismo tiempo que batía el record del mundo. Toda una hazaña si se tiene en cuenta que competí con los peores patines del campeonato, que me habían arreglado la noche anterior y que estaban desequilibrados, ya que uno pesaba un kilo más que el otro.

A partir de ahí, me llegaron ofertas de todo el mundo para competir por otras partes del mundo. En todas ellas me animaba el recuerdo del apoyo y sacrificio de mis padres. Un recuerdo que nunca quise defraudar.

Cuatro años después fiché por un equipo Italiano. Curiosamente, donde están todos los "Formula 1". Aquella

fue una experiencia inolvidable. En Italia aprendí idiomas y crecí como mujer.

Después vino otra experiencia también apasionante y productiva, pero muy dura. Fiché por un equipo de EE.UU. de California. Allí aprendí las mejores técnicas del mundo y también conocí lo duro que es ser hispana en aquel país. Tuve muchos problemas de racismo y eso me dolió. Sin embargo, fue mi mejor mundial, ya que en él conseguí cinco medallas de oro, demostrando que sin ser rubia de ojos azules ni norteamericana podía ser la mejor del mundo.

Atesoré 14 campeonatos del mundo ganados, muchas experiencias profesionales y tres clavos en el hombro y múltiples lesiones de espalda y rodillas, ya que sólo tenía la protección del casco, sin coderas ni rodilleras.

Pero la experiencia más dura de mi vida deportiva y que logré superar con la ayuda de los míos, fue una Anorexia Nerviosa. Me siento orgullosa de publicarlo, porque he salido de ella.

Yo la sufrí. No me avergüenza, sino que lo digo con mucho orgullo. Una

letal dolencia que se está extendiendo en todo el mundo. Muchos niños y jóvenes que, aunque odien entrenar, utilizan el deporte para perder 100 kilocalorías en una hora. Yo fui anoréxica y mi último año de competición con 27 años, estaba más delgada que nunca, tan feliz, con mi talla 32-34, talla de niños y, aún así conseguí mi último campeonato del mundo, el que me hacía tener mas títulos que nadie en España.



Hoy, cuando ha pasado todo aquello, reflexiono y creo que, en el fondo no disfrutaba de esa felicidad y que hubiera podido seguir ganando, medallas, cariño y apoyos, y que todo se hundió por querer ser más delgada al precio que fuera. Si no me hubiera obsesionado tanto con la delgadez, si esta enfermedad no me hubiera hecho perder la motivación estrictamente deportiva, es posible que aún seguiría ganando medallas.

Aun así, hoy tengo una escuela de patinaje, una página Web, doy charlas y clinics por toda España mostrando el ejemplo de una deportista que, en un momento de su vida, sufrió una enfermedad grave. Con ello intento ayudar a los padres que apenas saben de esta enfermedad y a inculcar en los chavales el convencimiento de que no todo es el físico, sino también la persona, el interior y que el deporte es un medio excelente de relación, compañerismo y diversión. ■

Sheila Herrero

Campeona Mundial de Patinaje
www.sheilaherrero.com

una compensación al esfuerzo inhumano de mis padres. Mi sueño era ser la mejor del mundo. Era una entrega como nunca más experimenté después y que tampoco he visto en muchos escenarios deportivos de todo el mundo. Mi padre, un hombre luchador, era mi entrenador y él consiguió con su trabajo e ilusión el sueño de que su hija fuera la mejor del mundo durante más de 10 años, haciendo record en España de más títulos mundiales.



Hoy puedo decir que todo lo conseguí sin medios, sin instalaciones, sin becas, sin ayudas institucionales. Sólo con el apoyo de mi familia, novio y medios de comunicación aragoneses que ya empezaban a conocerme.

Mundo: césped para 2.350 campos de fútbol



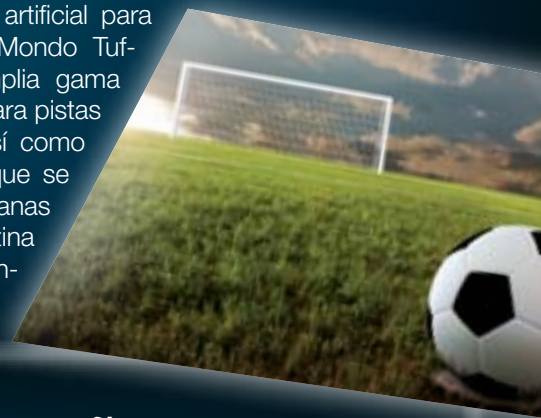
■ El Consejero de Industria, Arturo Aliaga visita las instalaciones de Mondo acompañado del Director General, Santiago Palomera.

Mondo Tufting ha puesto en marcha una nueva línea de producción de césped artificial en sus instalaciones de Borja. Esta nueva línea aumenta la capacidad de producción instalada y ha supuesto una inversión superior a los dos millones de euros y la creación de 20 nuevos empleos. Al acto de inauguración asistió el consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, acompañado por el director general de Mondo Ibérica, Santiago Palomera; el director gerente de Mondo Tufting, Luis Cerdán; el director gerente del

Instituto Aragonés de Fomento, Antonio Gasión y el director general de Industria y de la PYME, Javier Navarro Espada.

En la planta de Borja se produce todo el césped artificial para el Grupo Mondo, que se distribuye a más de 60 países. Desde el año 2002, la planta ha producido 16,5 millones de metros cuadrados de césped, equivalentes a 2.350 campos de fútbol y su media anual de manufactura es de 2,7 millones de metros cuadrados, es decir, el césped necesario para 385 estadios. Mondo es proveedor Oficial de Pavimento y Equipamiento Deportivo de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres 2012.

Además de césped artificial para campos de fútbol, Mondo Tufting fabrica una amplia gama de césped artificial para pistas de tenis y padel, así como césped decorativo que se instala en zonas urbanas y públicas y se destina igualmente a ornamentación y jardinería. ■



Ágora de Cafés Orús cumple un año

Hace un año que funciona el Ágora Cafés Orús, un espacio exclusivo de trabajo, un ámbito para la conversación, la reflexión y el estímulo de los sentidos. Su decoración y amueblamiento invitan a reuniones de personas, conversaciones dilatadas e intercambio de ideas. En estos doce meses, este espacio se ha convertido en un referente para aficionados y profesionales del café, colectivos y asociaciones empresariales y profesionales vinculadas al sector hostelero y agroalimentario de Aragón. Cuenta con una impresionante exposición de cafeteras, un taller sensorial del café y un aula de proyecciones, en la que han tenido lugar tertulias literarias, charlas con artistas y deportistas, encuentros profesionales, mesas redondas y seminarios.

La firma Cafés Orús creó su primera planta de recepción, selección y tostado del café a



■ José María Marco, Consejero Delegado de Cafés Orús.

principios de 1900, ocupando distintos emplazamientos en la ciudad de Zaragoza, hasta llegar al actual en el Polígono del Portazgo, donde se encuentran sus instalaciones de modernísima tecnología para la recepción del café verde, el tueste y envasado del café. Ocupando dos plantas de estas instalaciones y premeditadamente integrado en ellas, se encuentra el Ágora, lo que permite que, desde cualquier perspectiva se pueda apreciar el proceso de fabricación y el pulso diario de la fábrica. ■

Pedro Naudín, reelegido presidente de Arento



■ Asamblea General 2011, del Grupo Cooperativo Arento.

En el transcurso de la Asamblea General de Arento Grupo Cooperativo, se celebraron elecciones a cargos del Consejo Rector, resultando reelegido como Presidente del Grupo, Pedro Naudín Gracia.

Arento se fundó en 2005 y engloba y defiende los intereses de 114 cooperativas de diferentes pueblos de Aragón que, a su vez, representan a 20.000 cooperativistas, agricultores y ganaderos aragoneses. Nació como referencia del mundo rural y de la producción agrícola y ganadera en Aragón, con el objetivo de mejorar la renta de los cooperativistas, incorporando en el mismo esla-

bón de la cadena aquellos procesos que mayor valor añadido generan.

Según quedó de manifiesta en la Asamblea, el ejercicio 2010 ha significado la consolidación del grupo alimentario. El dimensionamiento del Grupo y la diversificación de sus producciones, cada vez más "ligadas" a su actividad industrial agroalimentaria, junto con la negociación de grandes alianzas estratégicas, están dando a Arento una mayor presencia en el mercado.

En 2010 Arento aumentó su facturación en un 17% hasta casi alcanzar los 143 millones de euros, en un ejercicio en el que la situación económica general se ha desarrollado en un contexto difícil. En palabras de Pedro Naudín, Presidente de Arento "2010 se puede resumir como un año de consolidación de nuestros objetivos estratégicos", en clara alusión al avance en la cadena alimentaria que el Grupo ha hecho a través de alianzas estratégicas con importantes grupos industriales y de distribución del panorama nacional, como Sabeco.

El Director General del Grupo, Luíís Navarro ha expuesto a los socios los datos económicos del ejercicio en el que "la situación económica general ha continuado su proceso de ajuste". ■

Empuje en el Plan del Hidrógeno en Aragón

La Fundación para el Desarrollo de las Nuevas Tecnologías del Hidrógeno en Aragón acaba de presentar el nuevo Plan Director del Hidrógeno en Aragón 2011-2015, continuación de la primera edición elaborada en junio de 2007 para el periodo 2007-2010. Para la definición de este nuevo Plan se ha llevado a cabo un análisis de información externa, del estado del arte y de las principales tendencias del sector para evaluar la validez actual de las líneas estratégicas identificadas anteriormente. Prueba de la difusión de este nuevo combustible es que se han realizado ya 75 proyectos, consiguiendo que 185 entidades hayan colaborado en ellos. Prueba de su eficiencia es que en 2009, se solicitaron en Aragón 7 patentes relacionadas con el hidrógeno. En el campo de la investigación, en Aragón ya se han formado 13 grupos de investigación y se han generado 70 tesis doctorales en el ámbito del hidrógeno y las pilas de combustible. ■



La Cámara de Comercio de Zaragoza, reorganiza sus funciones de gestión y representación

La elección de Manuel Teruel como presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria, ha obligado a una reformatión de las funciones de gestión y representación del Comité Ejecutivo de la Cámara de Zaragoza, la Feria de Zaragoza y de la Fundación Basilio Paraíso.

Se trata de delegaciones del presidente, que se transmiten a las personas que en estos momentos ocupan las vicepresidencias. La propuesta de esta delegación partió de Manuel Teruel, que reconoció que la presidencia del Consejo Superior de Cámaras va a absorber la mayor parte de su tiempo.

La propuesta de reorganización partió del propio presidente. Las tres personas elegidas cuentan con una extensa trayectoria en la gestión de las Cámaras de Comercio y conocen a la perfección su funcionamiento.

Así, la vicepresidenta primera, María López Palacín, asume por delegación del presidente las principales funciones de representación y gestión de la Cámara de Zaragoza. Por su parte, Joaquín Franco conducirá la gestión y representación de la Feria de Zaragoza, de la cual es actual vicepresidente y, finalmente, José Ángel Súbirá, actual vicepresidente de la Fundación Basilio Paraíso pasa a asumir la dirección del patronato.

En cualquier caso, Manuel Teruel mantiene la presidencia de Cámara, Feria y fundación, aunque delega las principales funciones de gobierno y gestión.





■ Manuel Teruel, presidente del Consejo Superior de Cámaras.

Los objetivos

Desde su nuevo cargo nacional, Manuel Teruel ha reiterado el objetivo principal de su mandato: ayudar a crear empleo a un millón de pequeñas y medianas empresas.

Junto a este propósito, el nuevo presidente se enfrenta con otro objetivo de carácter general, que es redefinir el papel de las Cámaras y buscar una cofinanciación con las administraciones públicas.

“Nos han cambiado el modelo de financiación y las cámaras de comercio tenemos que encarar una nueva época en la que mejoremos nuestras tecnologías y revisemos la eficiencia de los servicios que prestamos”, afirma Manuel Teruel.

La elección de Manuel Teruel como presidente del Consejo Superior de Cámaras obliga a cambios en el Comité Ejecutivo.

Será durante su mandato en el Consejo Superior cuando se presente una nueva Ley de Cámaras que debe contemplar una nueva forma de financiación para seguir prestando los servicios que requieren los empresarios.

En los próximos meses, las cámaras realizarán un trabajo de campo para que, en la próxima legislatura, los partidos políticos aprueben la nueva ordenación de las Cámaras.

A partir de 2012, las cámaras van a acusar una significativa caída en sus ingresos y se verán obligadas a consensuar con las distintas administraciones públicas una forma de cofinanciar los servicios. Una parte de esa financiación la deberá pagar el propio emprendedor que se beneficia de sus servicios y, la otra parte, correrá a cargo de las distintas administraciones.

Un nuevo modelo de negocio

En suma, las cámaras de comercio aragonesas han comenzado ya a preparar un nuevo modelo de negocio. El Consejo Aragonés de Cámaras, con el apoyo del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón ha iniciado el estudio de ese nuevo modelo que garantice su modernización y viabilidad económica, después de la supresión de la cuota cameral. El Gobierno de Aragón es la Administración que tutela las Cámaras en la comunidad autónoma.

Una firma de consultoría está trabajando ya en la definición de los servicios que ofrecen las cámaras aragonesas y los recursos necesarios para su prestación, así como los nuevos servicios y encomiendas de gestión que podrían asumir y la financiación necesaria para ellos.

Principales cambios

María López Palacín

Vicepresidenta primera, asume las principales funciones de representación y gestión de la Cámara.

Joaquín Franco

actual Vicepresidente de la Feria, conducirá a partir de ahora la gestión y representación de la institución.

José Ángel Subirá

dirigirá el Patronato de la Fundación Basilio Paraíso.

CONTINÚA

El Consejo Aragonés de Cámaras impulsa el establecimiento de fórmulas de financiación pública para el desarrollo de las funciones público-administrativas y quiere establecer encomiendas para la gestión y prestación de servicios a las empresas.



Otra línea de trabajo es la elaboración de una normativa autonómica en materia de Cámaras adaptada a la legislación nacional que ha sufrido importantes modificaciones en relación con el anterior marco normativo.

En este momento, las Cámaras de Comercio e Industria de Aragón ofrecen a las empresas servicios estratégicos para el desarrollo económico y la superación de la crisis, como la internacionalización, innovación, formación, nuevas tec-

nologías y emprendedores. Unas 15.000 empresas, en su gran mayoría pymes, se benefician cada año de los servicios de las cámaras de las tres provincias aragonesas.

“Además, el impacto territorial de las Cámaras es notable, ya que su red es la más importante en cuanto a servicios de empresas y emprendedores en el territorio, con una notable dotación de recursos y atención personalizada por expertos. Su contribución al progreso económico y social de los territorios es imprescindible, ya que llegan donde nadie lo hace”, explicaba a PANORAMA un portavoz autorizado de la Cámara de Comercio de Zaragoza.

Las Cámaras aragonesas están analizando los ejes de acción adicionales para garantizar la sostenibilidad de estas instituciones empresariales. El estudio que realiza el Consejo Aragonés de Cámaras analizará con detalle estos servicios, así como los beneficios cuantificables que aportan al tejido empresarial aragonés. Incluirá un análisis de los costes de los servicios camariales y una primera estimación de la inversión imprescindible para su mantenimiento. El documento final se completará con un informe de situación financiero-patrimonial y del coste de estructura mínimo para la existencia de las Cámaras. ■

Experiencias profesionales



María López Palacín (Zaragoza, 1971), vicepresidente de la Cámara desde 2002, es gerente del grupo empresarial familiar López Soriano y forma parte de su tercera generación. Es licenciada en Empresariales por la Universidad de Zaragoza y PDD por la escuela de negocios IESE. También es Cónsul Honoraria de Alemania en Aragón. Entre otras instituciones y asociaciones, forma parte del Patronato de la Fundación de la Universidad San Jorge, de la Fundación San Valero, de la Fundación Empresa Universidad de Zaragoza (FEUZ) y de la Fundación Basilio Paraíso, así como de la CEZ y de la Asociación de la Empresa Familiar de Aragón (AEFA). Por último, María López es una de las 20 españolas incluidas en el programa Objetivo 15, que pretende crear una bolsa de mujeres para optar a ser consejeras de grandes empresas en 2015 dentro de las recomendaciones de la ley y de la Unión Europea (UE). ■



Joaquín Franco Lahoz (Zaragoza, 1947), subdirector general y director del Área Económica de BSH Electrodomésticos España, es ingeniero aeronáutico por la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Aeronáutica de Madrid, titulado en Administración de Empresas por la EOI y MBA del IESE. Además de vicepresidente 2º de la Cámara y vicepresidente de la Feria, ha sido presidente de la Agrupación del IESE en Aragón (2003-2006) y presidente de la Comisión Económica de la CREA (hasta 2009) y forma parte de los patronatos de la Fundación Empresa Universidad de Zaragoza y de la Fundación Basilio Paraíso. ■



José Ángel Subirá Castellón (Zaragoza, 1944) es un empresario de larga experiencia en el mundo de la hostelería y de los servicios. Presidente de SR Hoteles y consejero de Zoilo Ríos y de Advance Soluciones y Áreas de Servicio Aragonésas, entre otras sociedades, también es presidente de la Confederación de Empresarios de Hostelería de Aragón y miembro de los comités ejecutivos de CREA y CEZ, del Consejo de Turismo del Gobierno de Aragón y de la Comisión de Turismo de la CEOE. ■

Las Cámaras aragonesas trabajan ya en definir su nuevo modelo de negocio y su financiación después de la supresión de la cuota cameral.



Consultas sobre Decido cambiar de Compañía Aseguradora y... ¡empieza la aventura!

Aún cuando habitualmente **Condiciones Particulares de la mayoría de las pólizas anual prorrogable. Uno pregunta por los requisitos que dar para oponerse en el contrato. Esta es firma nuestro Asesor**



no nos molestamos en leer las **las Pólizas que contratamos, de seguro son de duración de nuestros lectores nos sitios y pasos que hay a la prórroga pactada la contestación que Jurídico.**

Para evitar problemas sobrevenidos, debemos tener en cuenta que el artículo 22, párrafo segundo, de la Ley del Contrato del Seguro, regula la duración y prórroga del contrato de seguro y confiere a las partes (aseguradora y asegurado) la facultad unilateral de oponerse a la prórroga pactada del contrato.

Pero la oposición a la prórroga tiene dos requisitos fundamentales:

- 1 **Ha de manifestarse por escrito a la otra parte**, sin necesidad de que esta notificación revista una formalidad especial. No obstante, la oposición a la prórroga contractual constituye una declaración de voluntad recepticia, por lo que es preciso que su notificación sea recibida o conocida por la parte a la que se dirige.
- 2 Además, la comunicación de la voluntad de no prorrogar el contrato **debe hacerse con dos meses de anticipación** a la conclusión del período en curso, como requisito inexcusable.

Asimismo el artículo 2º de dicha Ley, dice lo siguiente: “Las distintas modalidades del contrato de seguro, en defecto de ley que les sea aplicable, se regirán por la presente Ley, **cuyos preceptos tienen carácter imperativo**, a no ser que en ellos se disponga otra cosa.”; lo que conlleva que los preceptos establecidos en el citado artículo son de naturaleza imperativa, cuyo cumplimiento solo puede obviarse a través de su admisión por ambas partes.

Por lo tanto, la anulación de la póliza por parte del asegurado (o, en su caso, de la aseguradora) fuera de dicho

plazo de los dos meses de antelación, tal como dispone el artículo 22 citado, genera la prórroga del contrato por un año más, con lo cual nace la obligación para el asegurado de abonar el importe de la prima correspondiente a dicho período de vigencia y para la Compañía de asegurar el riesgo contratado.

Aun es más, a lo largo de los últimos 30 años, la Jurisprudencia ha analizado multitud de supuestos como el que nos ocupa y ha determinado que dicha deuda en modo alguno puede estimarse que constituya un enriquecimiento injusto para la entidad aseguradora (ya que es consecuencia de un contrato vigente); ni puede considerarse que exista abuso de derecho por parte de la aseguradora (cuya reclamación se basa en un contrato aleatorio, lícitamente concertado, que es, además, de carácter bilateral y consensual); no siendo óbice para ello, que el asegurado ya haya contratado con otra entidad aseguradora otra póliza, ya que ésta última no tiene relación ni influencia alguna respecto del seguro concertado con la entidad primera.

No obstante, con independencia de la normativa existente desde el año 1980, la práctica habitual resultaba más simple, ya que las Compañías Aseguradoras no solían reclamar los recibos derivados de las pólizas anuladas por los asegurados sin cumplir con los requisitos legales antes referenciados.

Pero esta realidad ha cambiado. Hoy en día, las Compañías Aseguradoras están instando la aplicación escrupulosa de los plazos y reclamando judicialmente todos los recibos derivados de pólizas anuladas sin cumplir con los requisitos legalmente establecidos. Este cambio se ha debido, fundamentalmente, a dos hechos:

cambiar de Compañía Aseguradora

- **En primer lugar**, la entrada en vigor de la nueva Ley de Enjuiciamiento Civil el día 6 de enero de 2001, que incluía entre sus novedades, la creación del Procedimiento Monitorio.

Mediante este procedimiento la Compañía Aseguradora puede reclamar el importe de la prima no abonada (que en ese momento ya es una deuda dineraria, vencida y exigible), simplemente con la aportación del recibo pendiente de pago. Tras presentar dicha reclamación, y una vez admitida por el Juez, el Juzgado requerirá al deudor para que en el plazo de 20 días pague, o manifieste, mediante escrito, las razones por las que no le debe total o parcialmente la cantidad reclamada. El impago sin oposición genera directamente la posibilidad de acudir a la ejecución de los bienes del deudor.

Obviamente, este procedimiento, ha minimizado los costes de la reclamación, ha acortado los plazos de la misma y ha ampliado las posibilidades de recuperar la cantidad adeudada.

- **En segundo lugar**, la aparición de las Compañías de Seguros "low cost" que están generando un rápido movimiento de pólizas de unas Compañías a otras, lo que implica más pólizas anuladas fuera de plazo y una mayor incidencia de estos hechos en las cuentas de explotación de las distintas Compañías.

Por todo ello, antes de decidir cambiar de Compañía Aseguradora hay que analizar el contenido de la póliza suscrita en su momento y respetar escrupulosamente los requisitos recogidos en la misma y en la Ley antes referenciada; y, en caso de duda, buscar el asesoramiento de un profesional del sector que nos pueda orientar adecuadamente y evitar que el cambio.... Se convierta en una aventura desagradable. ■

José Luís Lucea
Abogado

Una fórmula completa de aseguramiento de riesgos industriales

El seguro Todo Riesgo de Daños materiales constituye una importante novedad en la oferta de seguros, una fórmula moderna y completa de aseguramiento para riesgos industriales.

Sobre las propiedades de este seguro, hemos hablado con Óscar Sanz, responsable del Departamento de Empresas de KALIBO.

¿Cuál es la diferencia de este seguro con los tradicionales?

- La diferencia fundamental con los seguros tradicionales (los llamados seguros de riesgos nominados) es que mientras que en estos únicamente se cubren una serie de eventos tasados y limitados, en el Todo Riesgo estamos amparando las consecuencias de cualquier hecho accidental, con la única excepción de unos pocos supuestos excluidos.

Pero ¿no es cierto que estos seguros funcionan con unas franquicias muy altas?

- Hasta hace poco así era. Dificilmente podía contratarse un seguro de estas características con franquicias inferiores a 3.000 euros, por lo que el seguro era escasamente útil para pequeñas empresas. Sin embargo, hemos conseguido que nuestros productos reduzcan la franquicia hasta sólo 100 euros, con lo que el ámbito de cobertura ha aumentado considerablemente.

¿Se reducirán los precios?

- Tradicionalmente, estos seguros eran caros y quedaban fuera del alcance del pequeño empresario. Nuestro reto ha sido conseguir que los precios de estos seguros sean prácticamente iguales a los de los seguros tradicionales. Y lo hemos conseguido. ■

Seguro de crédito, para evitar el retraso en los pagos

Muchos de nuestros clientes empresarios se interesan por las soluciones aseguradoras que les sirvan para proteger mejor a sus empresas contra el riesgo de impago. El retraso en los pagos es uno de los principales motivos por los que las empresas de la UE cesan su actividad en el primer año de vida. El seguro de crédito es el tema que hoy tratamos en esta sección.



La internacionalización de la empresa y el aprovechamiento de sus relaciones con el exterior son los fundamentos de la recuperación del momento recesivo.

Sin embargo, las ventas directas, las inversiones u otras operaciones en el exterior, parecen entrañar mayores riesgos que en el ámbito nacional, debido a la incertidumbre que envuelve a los mercados y agentes foráneos.

Para mitigar o cubrir dichos riesgos, las empresas españolas cuentan con diversos instrumentos, entre ellos, el seguro de

crédito y de inversiones. Según un informe de Analistas Financieros Internacionales, “en la actual coyuntura, el clima de incertidumbre y las circunstancias que condicionan la seguridad de cobro de las operaciones comerciales internacionales y las transacciones ligadas a la ejecución de proyectos de inversión en el exterior pueden intensificar los riesgos”. Las empresas que operan, o desean hacerlo, en los mercados exteriores no han de obviar la mitigación de tales riesgos, ya que la no cobertura de los mismos puede no sólo comprometer la viabilidad de un proyecto u operación internacional, sino, incluso, la continuidad de la actividad empresarial.

Se estima que, en torno a un 20% de las empresas exportadoras incrementarían su facturación exterior si disminuyese el retraso en los pagos por parte de sus clientes extranjeros. Dicho retraso constituye, asimismo, uno de los motivos por los cuales la mitad de las empresas creadas en la Unión Europea cesan en su actividad durante su primer lustro de vida.

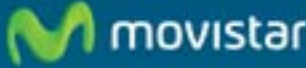
La internacionalización de la empresa es fundamental para superar el momento recesivo, pero las operaciones en el exterior entrañan mayor riesgo.

Principales riesgos

Las empresas asumen riesgos comerciales y otros de carácter político. El riesgo comercial se asocia a la posibilidad de que el deudor extranjero -o sus garantes, todos ellos personas jurídicas privadas- no haga frente a sus obligaciones de pago o que rescinda el contrato por motivos de insolvencia. El riesgo político está relacionado con la



Respuesta Profesional


Compartida, la vida es más.

900 10 10 10

Un único número para todas las necesidades de su negocio:

Para realizar todas sus consultas, notificar averías o solicitar asistencia técnica.
Todo Movistar, con una única llamada.

 Fijo

 Móvil

 Internet

 Informática

900 10 10 10
Tienda Movistar
www.movistar.es



situación de estabilidad política y financiera, así como con el grado de desarrollo institucional del país.

En las operaciones de exportación hacia países solventes y política y económicamente estables, donde el cliente (deudor) sea una empresa privada, el único riesgo significativo es el comercial.

La cobertura de los riesgos mediante un seguro puede realizarse a través de compañías aseguradoras privadas o de las agencias de crédito a la exportación (ECA, según sus siglas en inglés). Estas últimas, aglutinadas en la Unión de Berna, presentan similares funciones en los distintos países, ofreciendo apoyo a la actividad exterior (mediante créditos, seguros de crédito y/o garantías) y otorgando, con el respaldo de los Gobiernos, coberturas no asumidas por el mercado privado.

Los porcentajes y los períodos de cobertura ofrecidos por las ECA, por cuenta de los Estados, son más amplios que los concedidos por las aseguradoras privadas. La cobertura privada suele situarse en torno al 80% de la operación y por un período máximo de tres a cinco años, mientras que las ECA pueden cubrir hasta el 99% y con plazos más extensos. Además, en muchos casos, las aseguradoras privadas no cubren directamente a las entidades financieras.

En España, la cobertura de los riesgos comerciales relativos a operaciones internacionales cuyo vencimiento es igual o superior a dos años, así como de los riesgos políticos y

extraordinarios, puede hacerse a través de la Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE), que es la que gestiona el seguro de crédito y de inversiones por cuenta del Estado.

Las compañías aseguradoras privadas (las principales en España por volumen de negocio, serían Crédito y Caución y Mapfre) ofrecen también cobertura de los riesgos comerciales y políticos (no de los extraordinarios), complementando a las ECA.



CONTINÚA



CESCE

La Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación, CESCE, es la ECA española. Fue creada en 1970 como sociedad anónima con un 50,25% de capital patrimonio del Estado y el resto perteneciente a los principales bancos (45,20%) y compañías de seguros (4,55%) de nuestro país.

CESCE tiene como objeto social asegurar a las empresas de los riesgos de impago derivados de ventas nacionales e internacionales. Actúa tanto por cuenta propia como por cuenta del Estado, en cuyo caso (con carácter monopolístico) cubre los riesgos políticos y extraordinarios, así como los riesgos comerciales de operaciones con plazo de pago

igual o superior a dos años. Pero también puede cubrir el resto de operaciones comerciales (con pago aplazado a menos de 24 meses) y los riesgos políticos «comercializables» por cuenta propia (contra su capital), además de cubrir riesgos de crédito interior y riesgos de caución.

Para ofrecer esas coberturas, CESCE cuenta con una amplia oferta de pólizas, cuyas condiciones pueden ser consultadas en Kalibo.

Los riesgos pueden cubrirse a través del seguro de crédito y de inversiones por cuenta del Estado gestionado por CESCE, contratando la póliza que se ajuste a las características de la operación.

Kalibo Correduría: Proveedor de seguros de Crédito y Caución para empresas.

Más información en el 976 210 710



La cobertura máxima será del 99%, tanto para los riesgos comerciales como para los políticos y extraordinarios. Nunca alcanzará el 100%, ya que es necesario que el asegurado también sea partícipe del riesgo, pues ello favorecerá el cobro de las deudas vencidas con mayor agilidad (por el propio interés del asegurado).

Se estima que, en torno al 20% de las empresas exportadoras incrementarían sus ventas en el exterior si sus clientes extranjeros redujesen el retraso en sus pagos.

CESCE master ORO

CESCE ha diseñado y lanzado su innovador sistema de gestión integral del riesgo. Además de la cobertura del seguro, aporta un servicio eficaz en la prevención y recuperación de impagos y asesoramiento en la gestión de riesgos, que adelanta el cobro. Para servicio de los empresarios, CESCE ha creado la solución CESCE Master ORO, lanzada en junio del pasado año.

Con esta solución, CESCE ha logrado darle la vuelta al seguro de crédito ofreciendo una solución que supone un nivel superior en la gestión integral de los riesgos. Master Oro es una solución que ayuda a las empresas a aumentar sus ventas, obtener una mayor y mejor financiación, ahorrar dinero y prevenir sus impagos.



Es mucho más que un seguro de crédito, porque incluye unos servicios totalmente gratuitos similares a los que pueda tener cualquier multinacional. Entre ellos, ayuda a seleccionar los clientes adecuados a través de una prospección inteligente del mercado, les hace un seguimiento, informa sobre si los clientes están a punto de agotar o sobrepasar el límite de su riesgo y les da la posibilidad de aumentarlo automáticamente. Además, analiza el comportamiento de pago de los deudores y valora el riesgo de su cartera. Por último, ayuda a sus clientes en sus necesidades de financiación y ofrece un plazo de indemnización de sólo dos meses, el más corto del mercado.

De hecho, aportando los cobros de sus clientes, con Master ORO las empresas tienen acceso a condiciones especiales para su contrato de seguro y a un conjunto de servicios únicos en el mercado de manera totalmente gratuita que aportan ventajas competitivas relevantes y que les ayudan a vender más. En concreto, ayuda a seleccionar a los clientes adecuados a través de la prospección inteligente de mercado, les hace un seguimiento y vigilancia eficaz, analiza el comportamiento de pagos de los deudores, valora el riesgo de sus carteras, gestiona el cobro de la totalidad de la deuda en caso de impago y reduce la siniestralidad gracias a su modelo predictivo de impagos. ■

Pascual Gomis, director de la oficina de Aragón de CESCE.

“Estamos ayudando a las empresas a financiarse”



Pascual Gomis, director de la oficina de Aragón de CESCE, nos destaca alguna de las ventajas de CESCE Master ORO. Así destaca que, “con este seguro, el cliente puede solicitarnos a través de un sistema on-line, certificados que garanticen la cobertura de facturas concretas elegidas por el propio cliente”.

Destaca el director de Aragón que en estos certificados se incluye también una verificación técnico comercial que las entidades de crédito valoran en gran medida. “Por ello –afirma Pascual Gomis– las principales entidades financieras (entre ellas, Banco Sabadell, Banco Popular, BBVA, Santander –a través del Plan Exporta– y Banesto) aceptan estos certificados como garantía para sus líneas de descuento de facturas y anticipo de exportaciones”.

“Muchos de nuestros clientes – asegura Pascual Gomis– ya disfrutan de las ventajas de obtener líneas de financiación alternativas. Se trata de un sistema de certificación de facturas que los bancos reconocen con valor real de cara a estudiar la financiación de una empresa. Esto tiene mucho valor pues a las entidades financieras no les resulta suficiente la aportación de una póliza de seguro de crédito por parte de la empresa que aspira a conseguir financiación. Necesitan la confirmación del asegurador respecto a la cobertura concreta de las facturas que se pretenden descontar o anticipar. Y nosotros se lo ofrecemos”. ■

Tecnara se convierte en cluster

La Asociación de Empresas de Tecnologías de la Información, Electrónica y Telecomunicaciones de Aragón, Tecnara, máximo representante de este sector, ha creado un cluster, con el objetivo de mejorar la competitividad y la internacionalización del sector. Según un portavoz de esta asociación, “la creación de este cluster es la evolución natural de la trayectoria de colaboración que Tecnara lleva desarrollando desde hace años con sus socios”.



■ Presentación del nuevo cluster con la presencia del Consejero de Ciencia, Tecnología y Universidad.

Tecnara disponía ya de un grupo de trabajo denominado Foro de Innovación en el que las empresas asociadas con necesidades más directas en las áreas de innovación y mejora de competitividad venían colaborando en Grupos de Trabajo temáticos. La creación de una asociación con identidad propia venía requerida por el aumento de actividad y por la obligación de tener presupuesto y gestión propia.

En este momento, Tecnara cuenta con 121 empresas asociadas, que representan 3.200 empleos, el 85 por ciento del sector en la comunidad aragonesa y que generan el 2,96 por ciento del PIB de Aragón.

Tecnara engloba a siete organizaciones dedicadas a la formación, la innovación y la transferencia de conocimiento; nueve entidades de apoyo y promoción empresarial, y una entidad financiera que asegura el soporte económico necesario.

Una parte de ellas, concretamente 16 empresas, son las que formarán el cluster. Este grupo suma una facturación agregada superior a 140 millones de euros, 1.560 empleados y una inversión en I+D+i en el año 2010 de doce millones de euros. Con vocación nacional y abierta a entidades de cualquier actividad económica, el cluster TIET Tecnara define su actividad en potenciar la innovación de las empresas.;

Al acto de constitución acudió el consejero de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón, que valoró positivamente esta respuesta de Tecnara a las demandas de su propio sector. Representantes del Departamento destacaron la importancia que los cluster tienen como contribución del desarrollo económico y reiteraron su apoyo a los clusters surgidos de los propios sectores empresariales.

Al acto se sumó una representación del Cluster TIC de la región francesa de Midi-Pyrenées, con el que se ha suscrito un acuerdo de colaboración entre ambos clusters español y francés.

El cluster

La denominación abreviada del mismo será Cluster TIET Tecnara. Además de las empresas, son socios fundadores del Cluster la propia TECNARA, el Instituto Tecnológico de Aragón y la Fundación Zaragoza Ciudad del Conocimiento.

En el acto de presentación, el presidente de TECNARA y del Cluster TIET Tecnara, Sergio López Navarro, subrayó “la importancia del sector TIC como herramienta transversal que introduce mejoras de competitividad y productividad en todos los demás sectores” y que “es capaz de crear empleo estable y de calidad, incluso en los tiempos actuales”.

El cluster se posiciona institucionalmente como referente del sector en Aragón. Sus objetivos básicos son promover proyectos colaborativos entre los socios, incrementar la competitividad de las empresas asociadas mediante la especialización y aumentar el mercado potencial de las empresas asociadas.

Sobre la forma como funcionará este cluster un portavoz de Tecnara ha manifestado que, en el área de innovación, se crearán grupos de trabajo entre empresas con intereses comunes, de los que surgen proyectos de trabajo. En esos proyectos, una de las empresas ejerce de tractora por su volumen o conocimientos, y el resto colabora con ella adquiriendo en este proceso capacidades superiores o especializadas.

En cuanto al área de internacionalización, el cluster actuará abordando estrategias comunes que permitan a las empresas trabajar en proyectos por países de interés, en los que realizar prospección de oportunidades (ventas, socios locales, etc.), especialmente en Latinoamérica y Europa.

Un sector sólido

El sector de las Tecnologías de la Información, Electrónica y Telecomunicaciones, TIET, es uno de los más sólidos



■ Sergio López, presidente de Tecnara, respondiendo a las preguntas de los informadores al finalizar la presentación del Cluster TIET Tecnara.

laboralmente en Aragón. Según un informe realizado en la jornada sobre “Empleo TIC en Aragón”, organizada por el Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información (OASI) con la colaboración de TECNARA y el Colegio de Ingenieros de Telecomunicaciones, el 75,54 por ciento de los contratos de trabajo de las empresas aragonesas del sector TIET son de carácter indefinido.

En el transcurso de la jornada, empresarios, representantes de la administración, de la Universidad y trabajadores TIC participaron en un encuentro de reflexión y debate sobre el perfil de los profesionales TIC, la cualificación del empleo, su contribución a la economía, la adecuación entre la oferta y demanda, etc. ■

Acuerdo TECNARA-Kalibo

Desde el año 2006, TECNARA y Kalibo han renovado anualmente un acuerdo de colaboración, que contempla nuevas acciones con los asociados a TECNARA, sus empleados y familiares. Esos productos podrán ser seguros de carácter técnico específicos para el sector de las nuevas tecnologías ó seguros generalistas.

Kalibo, como correduría especializada en productos dirigidos al sector de las nuevas tecnologías, prestará una atención prioritaria a las empresas asociadas y coordinará con TECNARA acciones de formación destinadas a las empresas asociadas, centradas en temas de interés específico del colectivo empresarial al que van dirigidas.

Escapada

Parque de ocio de Aragón para vivir el paisaje



Aragón es un gran parque de ocio. En este imponente espacio de variada naturaleza se localizan majestuosos parques de ocio que brindan a la familia la oportunidad de vivir intensamente el espacio natural.

Es lo que va a ocurrir cuando, en medio de un paisaje árido, se encuentren con la sorpresa del Monasterio de Piedra, uno de los destinos turísticos más visitados de Aragón. Un gigantesco jardín, un oasis, poblado de frondosos árboles, en los que se escucha el rumor del agua cayendo en espectaculares cascadas.

En el centro de este espectacular vergel se encuentra el Monasterio creado en el siglo XII, cuyas celdas monacales han sido convertidas en habitaciones de un acogedor hotel.

La provincia de Teruel es otro espacio que alberga un gran parque de ocio, el dedicado al mundo de los dinosaurios, donde se encuentran sus huellas gigantes y los fósiles que les acompañan. El amplio Territorio Dinópolis se compone de un espacio paleontológico en Teruel capital y cinco museos repartidos en toda la provincia.

En el primero, Dinópolis Teruel contiene espectaculares réplicas de tamaño natural de los dinosaurios. Es un museo completo en cuyo último tramo se puede vivir todo lo que ha ocurrido desde que se extinguieron estos gigantes animales hasta nuestros días. Una inolvidable experiencia para los pequeños de la familia.

El resto de las huellas de los dinosaurios se reparten en Peñarroya de Tastavins, donde se encuentra el fósil de dinosaurio más completo de España; en Galve, donde se aprende a localizar fósiles; Rubielos de Mora, donde se puede aprender a clasificarlos; Castellote, exposición de la vida de los dinosaurios y Albarracín, centrado en los mares del Jurásico. Cambiamos de orientación y, en el Pirineo, en la población de Piedrafita de Jaca, en el Valle de Tena, se encuentra otro motivo para dialogar con la naturaleza: el Parque de Lacuniacha, que muestra como es la vida animal en un bosque pirenaico natural. Un parque plétórico de vegetación autóctona, singularmente boj y helechos, pinos, sauces y abedules, que interpreta una sinfonía de colores y aromas. Es un parque en el que los animales se encuentran en semilibertad en su hábitat natural. En ese espacio encontrarás sarrios, cabras montesas, el bisonte europeo, lince, gamos, corzos y renos. ■



INFORMACIÓN

Monasterio de Piedra. 902 196 052

www.monasteriodepiedra.com

Dinópolis. 902 448 000. www.dinopolis.es

Lacuniacha. 902 363 029. www.lacuniacha.com

Libro

“El viaje al poder de la mente”

Con este libro, **Eduardo Punset** cierra una trilogía dedicada a la felicidad, al amor y al poder, las tres claves que mueven el mundo. Tras *El viaje a la felicidad* y *El viaje al amor*, que han apasionado ya a medio millón de lectores, el autor nos invita a un «Viaje íntimo al poder de la mente». Según su autor, el primer libro sostiene que la felicidad es simplemente ausencia de miedo. El segundo insinúa que el amor es puro instinto de supervivencia. Con este nuevo libro **Eduardo Punset** ha intentado cerrar este ciclo ahondando en los entresijos de la mente, hurgando en el corazón de la gente para analizar lo que les pasaba por dentro. “Entonces constaté que el verdadero y único poder residía en la mente. Ni político ni económico. La mente es la que mueve el mundo”. «¿Cómo han podido millones de personas, vivir, enamorarse, suicidarse, querer, trabajar como locos, cuidar a sus hijos... sin saber, de verdad, lo que les pasaba por dentro, cómo funcionaba su mente?», dice en el prólogo de su obra. ■

Autor: **Eduardo Punset**. Editor: **Destino**. Colección: **Imago Mundi**. Editado en 2010. Nº de páginas 250



Gastronomía

Noches de verano mirando al río

Zaragoza ha recuperado el Ebro como uno de sus paisajes urbanos más atractivos. Contemplar el anochecer desde la terraza el restaurante Celebris, ubicado en el Hotel Hiberus, al pie de los monumentos de la más moderna arquitectura de la ciudad, junto a la jardinería que enmarca al Ebro, es un acontecimiento memorable.

Para degustar este ambiente y después del éxito del año pasado, el restaurante Celebris sale a su terraza y ha puesto en marcha su carta estival, con especial dedicación a los

sabores frescos y naturales, a un precio de 28 euros por persona, o 33 euros si quiere dejarse sorprender por los vinos seleccionados por el restaurante. La carta presenta una docena de entrantes (ensaladas, escalibada, arroces, fi-deuá, etc.) y para plato principal, a elegir entre cinco pescados y media docena de carnes (magret y confit, brochetas de cordero, solomillo con verduras, fajitas de pollo, etc.). ■

Celebris. 876 542 006. rttelebris@palafoxhoteles.com



■ Terraza del Restaurante Celebris, en el Hotel Hiberus.

Tecnología

Imprimir sin cables ni “pecés”

La impresora sin hilos ya es una realidad. Se trata del modelo Envy 100, una impresora de diseño y silenciosa, cuyo hilo conductor invisible es Internet. Esta impresora necesita un router para la conexión a Internet por wifi. Con eso, cualquier ordenador de la casa o del mundo, cualquier móvil, tableta o portátil con acceso a Internet tiene la posibilidad de enviar sus archivos a este tipo de impresoras. Cada impresora lleva una dirección de correo electrónico. Conociéndola, se puede imprimir desde cualquier parte. Si se pretende imprimir desde un móvil hay que descargarse la aplicación gratuita iPrint. Una vez decidido que deseamos enviar un texto o una foto, el móvil la localiza y, si aceptamos, nos reproducirá el material en la impresora, estemos donde estemos. Funciona con móviles Android, BlackBerry, Nokia o Apple, aunque el sistema más automatizado es con este último, ya que HP tiene un acuerdo con ella y se nota. En tres pasos se imprime inmediatamente desde un iPhone o un iPad.

La filosofía de impresión a distancia vale tanto para el consumo individual como para el empresarial; tanto para una máquina de uso personal como para las de oficina. En todos los casos existe un centro virtual de HP en donde registrarse y registrar a las personas a las que se autoriza a imprimir en esa máquina. ■



**SU SALUD
NO DEBE
ESPERAR**



Seguro de asistencia sanitaria TOP KALIBO

- Sin lista de espera.
- Libre elección de médico.
- Asistencia en viaje en el extranjero.
- **SIN COPAGO.**
- 2ª opinión médica.
- Preparación al parto.

Si tiene de 0 a 45 años

44,05 €/mes

De 46 a 55 años 49,00 €/mes

De 56 a 65 años 62,00 €/mes

**Ventajas fiscales
para las empresas**



Solicite más información en el **976 210 710** o info@kalibo.com