

Pedro Luis Martín Bringas, explica el éxito americano de “La Soriana”

Creada por inmigrantes en 1917,
se ha convertido en la empresa
comercial más importante
de México, con 625 tiendas
y 82.000 empleados

La economía de la
solidaridad:

Cáritas, Parroquia del Carmen
y Banco de Alimentos.

Pag. 20

“El trabajo, el ahorro y
la austeridad han sido las
bases del desarrollo de
nuestra Corporación”



Jesús Carballo

De campeón del
mundo a presidente
de la Federación
Española de Gimnasia

Soluciones aseguradoras

La tasación previa,
herramienta
de protección
para la empresa

Organizaciones empresariales

ZINNAE, el clúster
del agua, trabaja
en el diseño de un plan
renove para viviendas





Momentos decisivos en la vida de Jesús Carballo Martínez, de campeón del mundo a presidente de la Federación Española de Gimnasia.

8



Crónica Empresarial
Ebrópolis premia las buenas prácticas ciudadanas.
Arento, aumentó beneficios en “un difícil entorno económico”.

13

DKV establece su sede central en la Torre Sur del World Trade Center de Zaragoza.

Tres empresas con visión internacional.
Motorland alcanza una nueva proyección internacional.



Los efectos de la crisis
Las dos caras de la economía de solidaridad

20



Soluciones aseguradoras
La tasación previa al aseguramiento, herramienta de protección para la empresa.

26



Tendencias
Escapadas románticas Corazón Azul.
Benasque, lo que las lluvias no se pudieron llevar.

32



La visión del Empresario
Pedro Luis Martín B., explica el éxito de “Organización Soriana”.

4



Nuestros clientes y amigos
Goya regalos para todo el mundo desde Zaragoza.

11



Organizaciones empresariales
Zaragoza revalida su título de capital del agua.

18



Kalibo en pocas palabras
Los seguros de Responsabilidad Civil de Consejeros y Directivos (D&O)
Kalibo y Ebrópolis han firmado un acuerdo de colaboración.

23



Los directivos del seguro
Enrique Huerta, CEO del Grupo Liberty Seguros.

29



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

Un momento crítico

Panorama es una publicación dirigida preferentemente y especialmente, al mundo empresarial. Consecuentes con ese principio, desde nuestros comienzos nos hemos caracterizado (esforzado) por informar de todos aquellos temas relacionados entre el sector asegurador, las empresas y empresarios.

He de reconocer y entono el mea culpa, que en todo este tiempo hemos fallado en un tema fundamental que deberíamos haber desarrollado hace mucho tiempo, que es de vital transcendencia a la hora de confeccionar una póliza empresarial de daños materiales y, lo que es más importante, de hacer una valoración correcta en caso de siniestro. Me refiero a la correcta valoración de los activos de una empresa (edificio, instalaciones, maquinaria y mercancía). En el apartado de Soluciones Aseguradoras de este número, desarrollamos una información interesante al respecto.

Desde el punto de vista empresarial, negociar unas buenas condiciones técnicas, un buen precio, y contar con el mejor servicio es fundamental, pero nos parece esencial que, el primer paso de ese proceso de confección de una póliza –la valoración de los activos– se realice de manera escrupulosa.

Se trata de un momento crítico, en el que vamos a declarar cuál es nuestro patrimonio empresarial. De esta valoración dependerán en el futuro las posibles indemnizaciones y, llegado el trance, la propia subsistencia de la empresa en caso de siniestro grave.

¿Se ha parado usted a pensar alguna vez, amigo empresario, si su actual póliza recoge fielmente la realidad de su empresa?, ¿quién hizo la valoración?, ¿qué técnica empleó?, ¿conoce los conceptos como infraseguro o regla proporcional?. Estas son algunas preguntas que debería hacerse y revisar de inmediato sus contratos de daños materiales.

Esperamos que el reportaje de este número le pueda ayudar a tomar decisiones correctas en lo relacionado con la valoración de los activos de su empresa.

Su anuncio será visto
4.000 veces en
Panorama
Su revista especializada

Información publicidad
Tel. 976 210 710



Pedro Luis Martín B.

explica el éxito de
“Organización Soriana”

Una empresa familiar creada por inmigrantes sorianos es hoy la Empresa Mexicana más importante del sector comercial con 625 tiendas y 82.000 empleados

Organización Soriana ha destruido una vieja leyenda que asegura que sólo un reducido porcentaje de empresas familiares logran superar con éxito la tercera generación. Los nietos descendientes de una familia de sorianos que emigraron a México en 1917, han consolidado el pequeño negocio que crearon sus abuelos y lo han convertido en el grupo comercial más importante de México y que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. Esta generación dirige la Organización Soriana que cuenta con 625 centros comerciales repartidos por todo el país con una plantilla de 82.000 empleados.

La persona con la que hablo es Pedro Luis Martín Bringas y forma parte de la tercera generación de una familia de raíces sorianas, emigrantes a México, que creó y regenta la Organización Soriana, la mayor sociedad comercial Mexicana.

La historia de este grupo empresarial comenzó en 1910 con su tío abuelo, Pascual Borque. El primer soriano de la dinastía que emigró a Torreón, México. Asociado con sus hermanos, Dolores, Eusebia y Gregorio, a quienes invitó en 1926 a vivir a aquellas streza del comer-

cio recorriendo las sierras del noroeste de México vendiendo por todos los rincones de los estados, telas y ropa.

Pascual regresó a su tierra natal, Soria, por la artritis deformante que padecía y fue paulatinamente dejando el negocio en manos de sus sobrinos Francisco y Armando, aún casi adolescentes que, casi medio siglo después, abrieron las primeras tiendas en formato de autoser-vicio que hoy son un gigantesco grupo de distribución. Singularmente, Francisco Martín Borque, Padre de nuestro interlocutor, y su Tío fueron los que es-

tablecieron los principios del negocio y consolidaron la empresa.

¿Quién puso la semilla del gigantesco negocio comercial que hoy es la Organización Soriana?

■ Mis abuelos y mis padres fueron a una tierra inhóspita y dura en la que era más necesario el trabajo que el estudio. Cuando llegaron, Torreón era una población de muy pocos habitantes y con un comercio muy incipiente. Los Martín Borque pusieron allí las bases de lo que luego ha sido una gran so-

ciudad. De Torreón salían a vender en los estados del norte de México, Chihuahua, Durango o Sonora, en los que iba creciendo el negocio familiar. Era una actividad dura, ya que la venta se hacía a lomos de ganado y los viajes de mi Padre y mi Tío a veces duraban seis o siete meses. Gracias a mi abuelo Pedro y su cuñado Pascual, mi padre y mi tío conocieron los entresijos del negocio comercial y consiguieron un prestigio personal y profesional en el país entero, fueron adquiriendo el conocimiento del territorio, de la gente y de la idiosincrasia de la zona sobre el que se asentó el crecimiento posterior.

¿Cuándo se alumbró la idea de dejar el comercio ambulante para pasar a las nuevas formas comerciales?

■ No fue una decisión fácil ni rápida, los hermanos Martín Borque decidieron en 1953 dejar los viajes de venta, quitar el mayoreo y el mostrador, reubicando la tienda La Soriana Almacén de Ropa y Novedades, con ventas sólo de contado, cambiando así el concepto total del negocio, pero ahora ampliando su área comercial a otros estados colindantes, con una tienda más grande y de varios pisos. Después de unos cambios en el accionariado de “La Soriana”, la tienda de las telas bonitas, este negocio se quedó finalmente en manos de mi padre, Francisco y de mi tío, Armando, el 30 de junio 1962. Sin embargo, este incipiente comercio no era más que un paso hacia unos objetivos más ambiciosos.

“El trabajo, el ahorro y la austeridad han sido las bases del desarrollo de nuestra Corporación”

El gran ascenso

¿Cuándo se produce el cambio crucial hacia un comercio más moderno?

■ En octubre de 1962, mi padre hizo un viaje a Dayton (Ohio) y allí conoció las nuevas formas de comercialización que trasplantó inmediatamente a Torreón creando la primera tienda con el



formato de autoservicio en la región. Fue el primer autoservicio de Soriana, en el que, además de las telas y ropas iniciales, pusieron otros productos en el sótano, que incrementaron rápidamente las cifras de ventas. Se cumplía un sueño de mi padre y de mi tío, que era cambiar el mercado tradicional poniendo variedad de productos todos ellos al alcance de la mano de los consumidores. Ese el momento crucial en el desarrollo de Soriana. Recuerdo que, en la Navidad de 1967, se superó el record de ventas.

¿Era la cima?

■ Por supuesto que no. Habrían de pasar otros seis años para que, el 29 de Noviembre de 1968, “La Soriana” abriese un gran centro comercial. El primero de la corporación, con una plantilla de 250 empleados. Año con año, abrieron tres tiendas de autoservicio más en Chihuahua, Durango y Monterrey.

Ya aparecía una nueva generación, ¿no?

■ Mis dos hermanos mayores y yo mismo, hijos de Francisco y los dos hijos de mi tío Armando, fuimos los que, desde pequeños y durante nuestra preparación escolar y profesional, trabajamos bajo la supervisión de los dos estrictos y recios hermanos, viviendo esas experiencias desde el nacimiento hasta la consolidación del Grupo.

¿Cuáles fueron los movimientos que la llegada de esta generación ocasionaron en la empresa?

■ Ya le he dicho que mi padre nos fue preparando hasta que llegase el momento de ocuparnos y asumir responsabilidades. Mi padre fue quien me dio la oportunidad de independizarme y, con ello, comenzar una era en los negocios de Soriana. En 1989, cuando yo me marché de la organización, mi padre tomó la determinación de sacar a todos los demás hermanos y a cada uno les puso un negocio. Mi hermano, el mayor, se quedó con la dirección de las tiendas; otro se responsabilizó de los ranchos, otro dirigiría la empresa transportista, a otro le dio los restaurantes, etc.. La idea fundamental de mi padre era que todos los hermanos nos quedásemos fuera del negocio ‘Soriana’ con nuestro propio negocio. Su objetivo era de que el Grupo, se preservase para toda la vida, asegurando la continuidad familiar, mientras que cada línea de negocio tenía su propia línea de actuaciones. No quería que volviera a suceder con nosotros, lo mismo que a él y su hermano.

¿Cómo se podía financiar el paso inicial y los sucesivos de un proyecto de esta magnitud?

■ Mi padre y su hermano, Armando, habían ahorrado mucho durante los 30 años de su negocio inicial y pensaron que era el momento de invertirlo. El

CONTINÚA

inicio de la nueva versión de Soriana se financió con esos ahorros y por supuesto hipotecándolo todo y arriesgando su futuro. Mi padre tenía en aquel momento 51 años. Ambos formaban una pareja inigualable y complementaria por su propio carácter personal, se entendían con la mirada. Mi tío Armando era el administrativo, el financiero y el que controlaba a mi padre, que era el que aceleraba y siempre asumía riesgos creando nuevas ideas.

“Cuando llega una crisis y los demás frenan, es el momento en que nosotros aceleramos”



La empresa familiar

¿Eso quiere decir que el Grupo tenía tantos responsables como hermanos eran ustedes?

■ Mi padre y mi tío decidieron que cada uno de sus hijos varones debía dirigir la parte del negocio para el que había sido preparado y que mejor se acomodara a sus pretensiones. De esa

manera cada uno de nosotros nos fue encomendada una responsabilidad dentro del Grupo y cada uno le reportaba a su jefe superior, como cualquier empleado de línea. Todos los hermanos y primos, fuimos ocupando cargos distintos en el negocio para prepararnos para el futuro.

En concreto, ¿qué actividad le tocó asumir a usted?

■ Después de estudiar en Monterrey, en el ITESM donde me gradué, me fui a especializar a Virginia en administración de restaurantes. Allí me preparé en esta materia y trabajé en el grupo Marriot, que era el más grande del mundo. Cuando regresé a Torreón, al Grupo Soriana, inicié la cadena de restaurantes Martin's con seis unidades, dando comienzo a la diversificación ya que, hasta entonces, había sólo de tiendas de auto-servicio. De esa forma, cada uno de los hijos fuimos ocupándonos en distintas actividades del Grupo.

¿Pero se había roto la unidad familiar?

■ Mi padre y mi tío habían llevado medio siglo trabajando juntos y los dos creían que era el momento de que cada uno llevara su propio camino. Al crecer las familias de ambos hermanos, las ramas Martín Bringas y Martín Soberón, nadie podía garantizar un consenso

Las gigantescas cifras de “La Soriana”

Pedro Luis Martín Bringas nos habla de la consideración internacional que ha alcanzado la economía mexicana: “Las entidades financieras internacionales -nos dice- se sitúan en los próximos 8 ó 10 años próximos entre los países más ricos del mundo. Hoy, México es el destino de los fondos internacionales y el lugar de inversión de las grandes corporaciones multinacionales. Algunos problemas que frenaban su desarrollo parece que han cambiado poco a poco. Ha ido disminuyendo la corrupción, estamos atacando la impunidad, pero tenemos un lastre que es la pobreza y ahora el narcotráfico, que crea inseguridad, inquietud e indecisión a la inversión. Ante estas situaciones, México nunca ha claudicado. El mexicano es un hombre noble, sencillo y muy trabajador. Donde la crisis no se comenta. Allí no hablamos nunca de crisis, sino que nos proponemos salir de ella. La crisis misma le ha despertado la imaginación al Mexicano.

En este escenario, las grandes cifras de Organización Soriana justifican su condición de ser el grupo comercial Mexicano más grande del País, por volumen de ventas. “En 2012 tuvo ingresos de 104.611 millones de pesos. Cuenta con 625 tiendas que operan en seis formatos, 250 Soriana Hiper, 108 Soriana Super, 147 Mercado Soriana, 87 Mercado Express, 33 City Club y 161 tiendas de conveniencia llamadas Supercity. Estas tiendas se localizan en 181 ciudades de los 31 estados mexicanos y el distrito federal. Nuestra memoria de 2012 confirma estas cifras: ingresos que superan los 98.000 millones de pesos, 82.000 empleados y más de 600 millones de clientes que han comprado en nuestros establecimientos”

general entre ambas. A pesar de que los consejos de prestigiosas consultoras americanas recomendaban dejar la administración de Soriana ajena a los sentimientos familiares, ambos hermanos no lo habían hecho hasta entonces. Pero llegó un momento en el que decidieron dividir la empresa. La medida fue una bomba en los círculos empresariales del país donde los dos hermanos eran muy conocidos, pero la división era inevitable.

¿Cómo se hizo la división?

■ Los activos de la empresa, tiendas y edificios corporativos se dividieron en dos partes atendiendo a criterios de valores de activos ventas, futuro y localización geográfica. El día 28 de febrero de 1986, en un solemne acto, al que asistieron los hijos de los dos hermanos y ante notario, se lanzó una moneda al aire. El ganador fue el tío Armando y junto a sus hijos, formaron el Grupo Sorimex, eligieron las tiendas situadas en el área de Torreón, Chihuahua y Durango. Organización Soriana, presidida por mi padre, gerenciaría las tiendas situadas en Monterrey, Saltillo y Monclova.

¿Hubo vencedores y vencidos en esta partición?

■ En todo caso fue una pérdida emocional: la separación misma. A mi padre le afectó en grado sumo la disgregación. Agradadamente los efectos fueron pasajeros. Y por supuesto a mi Tío le paso igual, pues ambos se querían profundamente.

Sin embargo, después de aquella división, las dos familias volvieron a unirse para recomponer la empresa inicial. ¿Cómo se produjo ese reagrupamiento?

■ A pesar del terrible golpe que había asestado a mi padre y a mi Tío, la división de Soriana, había indicios de recuperar la unidad familiar. México atravesaba un momento de fuerte crecimiento económico que atrajo a grandes empresas de autoservicio de América y Europa. Esa llegada de capitales extranjeros empujó a que de los dos grupos salidos de la escisión

de Soriana, valoraran la posibilidad de recuperar la unidad. La familia Martín Bringas (Organización Soriana) y la familia Martín Soberón (Sorimex) llegamos a la conclusión que los dos Grupos habían nacido de un tronco común y que era muy conveniente para ambos unirse de nuevo. El 15 de julio de 1994, el Gobierno autorizó la fusión de Organización Soriana y Sorimex. El primer efecto no se hizo esperar: en los dos años siguientes a la fusión se abrieron 18 nuevos centros comerciales y, en los años siguientes, se mantuvo la fuerza de crecimiento de nuevas instalaciones comerciales.



¿Cambiaron las relaciones personales y profesionales entre las dos ramas familiares?

■ Desde entonces no hay forma de que peleemos o nos separemos. Volvimos al esquema inicial: cada uno tiene su negocio y, además, tenemos la Organización Soriana, organización que será para toda la vida y que funcionara con la filosofía y bases morales de mi padre y mi tío. Solo habrá un miembro de la Familia en la Dirección General, operando el negocio y el resto en el consejo de accionistas.

¿Se mantuvo estable esa nueva estructura de Soriana?

■ Con la colaboración del entonces director general del grupo, José María Blanco Alonso, hoy director del Palacio de Hierro, quien se hizo cargo de la nueva organización con los principios que puso en marcha mi padre y que han permanecido hasta al día de hoy, la empresa siguió su crecimiento.

Cuando salimos del Grupo, mi padre nos aconsejó que trabajásemos como si no existiese el Grupo Soriana. Los cuatro hermanos mayores cada uno vivimos de nuestros propios negocios y uno de nosotros sería el Director General del Grupo cuando lo dejará José María Blanco. El resto de los hermanos estaríamos en el consejo de Organización Soriana para participar en las decisiones colegiadas sobre la empresa.

“El 29 de Noviembre de 1968, “La Soriana” abrió el primer gran centro de la corporación, con una plantilla de 250 personas”

Los principios

¿La principal de esas bases morales?

■ La creación de empleo es la fundamental, incluso por encima de las cifras de ventas. Personalmente puedo decir que el trabajo, el ahorro y la austeridad han sido la bases fundamentales del desarrollo de nuestra Corporación.

¿Fue fácil la coyuntura de México en ese momento y hasta la muerte de su padre en 1998?

■ No, nunca fue fácil para los hermanos Martín Borque, pasaron revoluciones, persecuciones, y situaciones difíciles como en 1985, cuando el presidente de la República amenazaba con expropiar los negocios. México ha estado durante muchos años en situación de crisis muy parecida a la que hoy está atravesando España. Lo cierto es que México es un país rico y emergente que lleva cien años en crisis.

¿Cuál ha sido la enseñanza más preciosa que les han deparado estas crisis?

■ Mis hermanos y primos formamos el consejo de Organización Soriana. Creo que compartimos un principio que nos ha servido para consolidar nuestros negocios: cuando llega una crisis y los demás frenan, es el momento en que nosotros tenemos que acelerar.■

Jesús Carballo Martínez



"El paso de las salas de entrenamiento a los despachos federativos ha sido muy enriquecedor para mí"

Jesús Carballo Martínez (Madrid, 1976) es Presidente de la Real Federación Española de Gimnasia (RFEG) desde el mes de diciembre de 2010. Una vida dedicada íntegramente a la gimnasia, en la que los éxitos y los retos se acumulan en una medida similar. Doble Campeón del Mundo en la disciplina de barra fija, sus triunfos en las principales competiciones internacionales han dado paso a un trabajo constante y diario en los despachos federativos, una transición complicada que este joven directivo ha afrontado con una abundante dosis de ilusión para tripular la nave federativa en un escenario marcado por las turbulencias económicas.

Este paso de su actividad desde las canchas deportivas a los despachos federativos ha constituido, sin duda, el paso decisivo en su biografía y en su proyección de futuro. Esa es una de las razones por las que el tradicional formato de nuestra sección CON PLUMA AJENA, se convierte en entrevista. En ella, Jesús Carballo nos abre las puer-

tas de un deporte que es, junto al atletismo y a la natación, uno de los tres pilares del movimiento olímpico.

Presidente: ¿Ha cambiado mucho la dinámica y los objetivos de trabajo con el paso de su condición de gimnasta a la de cargo federativo?

■ Mi vida ha estado siempre dedicada a la gimnasia. Primero, como gimnasta en activo durante casi un cuarto de siglo; y desde hace algo más de cinco años dentro de la Federación. Creo que la transición desde las salas de entrenamiento a los despachos federativos ha sido un proceso muy enriquecedor para mí.

¿Las principales diferencias que ha percibido?

■ Cuando eres gimnasta, tu mayor preocupación es alcanzar el mejor nivel físico y psicológico en el momento clave de tu temporada, que suele coincidir con los Campeonatos del Mundo o con los Juegos Olímpicos. Se trata de unas fechas que están siempre en tu cabeza. Por lo tanto, tienes una meta que determina todas tus decisiones diarias y que orienta tu esfuerzo. Además, la figura del entrenador se convierte, junto a la de tus compañeros de equipo, en la principal fuente de información y de estímulo para alcanzar tu objetivo. En este sentido, el aislamiento y la concentración caracterizan muchos meses de esfuerzo personal que siempre queda al margen de las luces y de las cámaras de los medios de comunicación cuando se alcanzan los éxitos.

En el día a día de la RFEG, estoy intentando transmitir la necesidad de adoptar hábitos similares, estableciendo objetivos claros y alcanzables que nos permitan medir nuestro avance y ser críticos con los resultados que cosechamos. Sin embargo, nuestros objetivos como institución dependen de otros factores que, muchas veces, se escapan de nuestro ámbito de actuación. Por lo tanto, estoy aprendiendo intensivamente cómo funciona el sistema deportivo en España desde el otro lado. Cuando era gimnasta lo vivía en tercera persona, ya que era el beneficiario del trabajo de muchas personas que no conocía; ahora me doy mucha más cuenta, y en primera persona, de que esas personas han dado todo lo que han podido para proporcionarme las mejores condiciones de entrenamiento.

Dos fechas para el recuerdo

¿Cuáles son sus mejores recuerdos como deportista?

■ Haber conseguido dos títulos de Campeón del Mundo resulta algo inolvidable, ya que en ambos casos supuso una recompensa a muchos años

de trabajo. Las sensaciones, sin embargo, fueron diferentes. En el primer triunfo, que conseguí en Puerto Rico en 1996, todo era nuevo y parecía un sueño hecho realidad. No me podía creer la expectación que había despertado en toda España este logro y mi juventud me impedía darme cuenta de las dimensiones de lo que habíamos conseguido. Tres años después, cuando volví a ganar en China, las

“Participar en unos Juegos Olímpicos es la mayor aspiración de un deportista; algo muy diferente a cualquier otra competición”

sensaciones fueron totalmente distintas: la felicidad era, probablemente, la misma, pero el hecho de haber superado varias lesiones me hizo saborear esa medalla de oro con mayor tranquilidad, madurez y satisfacción, ya que era perfectamente consciente de todo el esfuerzo personal, físico y, sobre todo, mental que había supuesto.

¿Fue muy traumático para usted el haber rozado una medalla olímpica en los Juegos de Atlanta y ver que se escapaba por los pelos?

■ Para cualquier deportista, pero sobre todo para un gimnasta, los Juegos Olímpicos son una meta en sí misma. Participar en ellos y sentirse miembro de ese espíritu forma parte de los sueños que todas las personas que nos dedicamos a la gimnasia compartimos.

En mi caso, tras haber saboreado las mieles del triunfo en el Mundial de 1996, me tocó la otra cara de la moneda en los Juegos de Atlanta. Sabía que tenía opciones de conseguir una medalla y creo que hice todo lo posible por conseguirla. Sin embargo, la gimnasia de elite se juega todo en unos márgenes muy estrechos: cualquier error supone que estés dentro o fuera del pódium. En mi carrera he tenido muchos momentos en los que la suerte me ha sonreído, por lo que sería injusto recordar aquella experiencia como algo negativo. Bien al con-

trario, me hizo recordar para siempre la importancia de asumir los errores y aprender de ellos. En este sentido, creo que las personas que nos dedicamos al deporte valemos mucho más por nuestra capacidad para asumir y encarar los contratiempos o las derrotas que por nuestra actitud para encarar los éxitos y los triunfos.

La presidencia

Desde finales de 2010 ha asumido usted la Presidencia de la RFEG, ¿cuál es la situación actual de esta federación a nivel deportivo?

■ La gimnasia está formada por seis disciplinas competitivas (Artística Masculina, Artística Femenina, Rítmica, Trampolín, Aérobic y Acrobática) y por una disciplina no competitiva, que se llama Gimnasia para Todos y que intenta hacer que la práctica gimnástica llegue a todos los miembros de la sociedad. Nuestra Federación participa en todas estas disciplinas y los resultados que obtenemos resultan, en general, muy positivos a nivel internacional. El esfuerzo diario de los equipos técnicos y de los gimnastas provoca que seamos capaces de capear un temporal en el que las dotaciones económicas para el deporte de alto nivel se están viendo constantemente reducidas.

Por el momento, los resultados en 2013 confirman esta trayectoria positiva...

■ Efectivamente, la delegación española en los Juegos del Mediterráneo ha conseguido una histórica cosecha de medallas, copando algunos de los podios. De igual modo, el conjunto de Rítmica se encuentra nuevamente entre los mejores del Mundo, al igual que nuestros especialistas en Aeróbic, que acumulan diversos entorchados a nivel mundial y europeo.

¿Qué objetivos se han marcado hasta que concluya 2013?

■ Este año es de transición entre ciclos olímpicos. Debemos sentar, por lo tanto, las bases de lo que vendrá a partir

CONTINÚA

de 2014, con el comienzo de los procesos clasificatorios para los Juegos Olímpicos de Río. Así, los esfuerzos se están centrando en el entrenamiento duro y la preparación a medio-largo plazo. Digamos que las reducciones presupuestarias nos han obligado a ello.

De sus palabras se desprende una notable preocupación por la situación económica. ¿Han llegado los recortes a su Federación?

■ La financiación que recibimos a través de los Presupuestos Generales del Estado se ha venido reduciendo cada año de forma significativa: en 2011, alrededor del 12%; en 2012, sobre el 28%... Y las cifras que manejamos de cara a 2013 sitúan en un 50% la reducción del apoyo estatal. Además, la situación económica general provoca que sea muy complicado encontrar patrocinadores o que la financiación a través de programas estratégicos, como ADO, sea cada vez menor.

“Las personas que nos dedicamos al deporte valemos más por nuestra capacidad de asumir derrotas que por encarar éxitos”

¿Cree que la inversión en deporte debía ser prioritaria frente a otras inversiones estatales?

■ Comprendemos que existen otras prioridades y que la inversión debe dirigirse hacia ellas de forma preferente, pero creemos que la inversión en deporte es necesaria, no solamente pensando en los réditos en términos de medallas, sino también como un pilar importante para el Estado del bienestar, al ser una pieza clave para garantizar unas condiciones de vida saludable para la población.

¿Qué hacer en una tesitura como esta?

■ Hacer todo lo que podamos para incrementar nuestros ingresos propios, al mismo tiempo que hemos puesto en práctica una política de contención

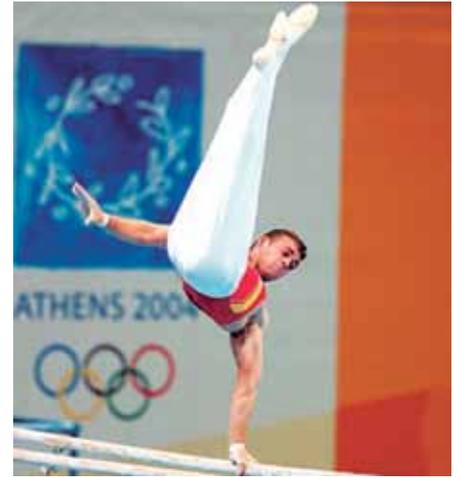
del gasto muy exigente que ya está comenzando a dar sus frutos. Estamos haciendo muchos esfuerzos para reconducir la gestión de nuestra federación, tomando decisiones que no resultan nada apetecibles, pero que son las únicas que nos permiten mantener esperanzas de resurgir y mejorar nuestra situación durante los próximos años. Y en este proceso hemos encontrado una colaboración mayoritaria por parte del personal federativo, algo que agradezco sinceramente.

Pero suponemos que algo importante en este proceso es aumentar el número de personas que practica gimnasia en España, ¿qué acciones estáis desarrollando en este sentido?

■ Por una parte, hemos mejorado notablemente nuestra presencia en Internet. La página web de la RFEG se ha convertido en una referencia imprescindible para quien siga el mundo de la gimnasia y, sin duda, se encuentra entre las más interesantes y dinámicas de las Federaciones Deportivas Españolas. Además, nuestra presencia en redes sociales en Internet ha crecido mucho. Creemos que se trata de un campo preferente de actuación, ya que nos está permitiendo mejorar la imagen externa de nuestro deporte y acercarnos a las personas que practican gimnasia en España, tal y como demuestran algunos de los indicadores de seguimiento de la página o de nuestros perfiles en Internet. Por lo tanto, animo a todo el mundo al que siempre le haya gustado la gimnasia a que se sume a nuestros espacios en Internet, ya que es la mejor forma de volverse a enganchar a este maravilloso deporte.

¿Cómo desearía ver a la RFEG cuando termine su mandato, allá por el otoño de 2016?

■ Nuestro deporte, al igual que muchos otros, sitúa a los Juegos Olímpicos como un punto de llegada estratégico. Es triste, pero la supervivencia de una federación deportiva depende, en gran medida, de los resultados que se obtienen durante los Juegos. En este sentido, nos gustaría que la valoración que se hace de nuestro trabajo tuviese



una mayor amplitud, pero lo cierto es que la evaluación que se completa en todos los países está marcada por el número de medallas y de finalistas que se obtienen cada cuatro años.

Así, nuestro primer objetivo es conseguir que en los Juegos de Río contemos con representación en todas las especialidades olímpicas (Artística Masculina, Artística Femenina, Rítmica y Trampolín). Mucha gente piensa solamente en las medallas, pero no se dan cuenta que conseguir la clasificación es muy complicado, ya que hoy en día decenas de países luchan por un número de plazas muy limitado. Clasificarse resulta, por lo tanto, el primer éxito y todo el mundo debería ser consciente de estas dificultades y reconocer los logros alcanzados en su justa medida. Además, espero que durante este ciclo mantengamos los brillantes logros de modalidades no olímpicas como el aeróbic.

¿Cuáles serían sus objetivos más allá de los aspectos deportivos?

■ Estaría especialmente satisfecho si conseguimos mejorar la gestión federativa, tanto en lo que se refiere a la generación de recursos económicos propios como a una mejor gestión de nuestros gastos. Siempre pondremos al campo deportivo por delante, ya que somos una federación y esa debe ser nuestra prioridad, pero no podemos negar que los retos que encaramos resultan cruciales para conseguir una estabilidad que necesitamos para poder afrontar metas más ambiciosas.

Regalos para todo el mundo desde Zaragoza

La empresa 'Goya', de artículos de promoción y regalos de empresa, amplía sus mercados en Rusia y Este de Europa.

Goya Importaciones y Distribución avanza en los mercados interiores y exteriores. En sus instalaciones entran, salen y se almacenan miles de artículos de promoción y regalos de empresa. Sus catálogos de ventas superan el millar de referencias y abarcan infinidad de categorías, organizadas para facilitar su búsqueda.

La empresa se ha consolidado durante los 31 años que tiene de trayectoria ascendente. Su fundador fue Armando Galve, que inició su actividad con una empresa de serigrafía en Cuarte de Huerva. Hoy sus dos hijas Elena y Virginia Galve son las gerentes administradoras de Goya.

Hablando de su padre y fundador de la empresa, Elena Galve nos explica que "él tuvo la visión de ver en China una oportunidad para traer producto de regalo de empre-

sa. Hace años decidió viajar allí y empezó a importar artículos de publicidad. Con el tiempo hemos ido ampliando los países de procedencia y ya no es sólo China desde donde se trae, sino de gran parte de Asia".

La empresa inicial creció a buen ritmo y pronto la primeras instalaciones se quedaron pequeñas. "Conocimos el proyecto de la Plataforma Logística PLAZA en el que había espacio para empresas de distribución como la nuestra y decidimos hacer una inversión en unas naves de 10.000 metros cuadrados con unas instalaciones que permiten almacenar toda la mercancía con todo el rigor que la norma exige" nos explica Elena Galve. "Junto con la inversión en las naves y en el sistema de almacenaje- subraya- nos equipamos con un sistema informático que permite ubicar la mercancía de tal manera que su localización sea rápida



■ Instalaciones en la Plataforma Logística de Zaragoza, PLAZA.

y eficaz, evitando el máximo de errores y acelerando el proceso de preparación”.

La organización

En estas instalaciones trabaja una plantilla de 30 personas dividida entre los departamentos comercial, administración y de preparación de pedidos. Todos ellos forman una cadena que no podría funcionar sin uno de ellos. “Todo el trabajo se realiza en equipo y la comunicación entre los departamentos es continua, porque entendemos que así debe de ser para que el servicio al cliente sea el mejor. La conexión entre los distintos departamentos es fluida y les permite estar continuamente comunicados entre ellos. El departamento comercial traslada en todo momento al departamento de administración todas las consultas que le hacen los clientes y al departamento de preparación de pedidos todas las dudas y necesidades que el cliente ha expresado”, nos explica Elena Galve.

Además, Goya Importaciones y Distribución cuenta con una página web en la que los clientes pueden consultar tanto el stock de los que dispone, como tramitar un pedido o hacer el seguimiento de sus pedidos. “Es una herramienta de trabajo fundamental que estamos mejorando casi a diario invirtiendo en ella dinero y tiempo”, dice Elena Galve.

Respecto a la estructura comercial, nos apunta que sus clientes “son exclusivamente empresas de publicidad y reclamistas y nunca vendemos al cliente final. Es posible que el respetar el canal de venta, sin inmiscuirnos en el mercado de nuestros clientes, haya sido una de las claves de nuestro éxito, porque la gente nos considera una empresa muy seria en la que se puede confiar”.

Los artículos que forman sus catálogos los eligen los responsables de Goya asistiendo a ferias, analizando las corrientes de moda y en la misma calle. Son artículos que deben cumplir la normativa europea, aunque el 90 por



■ Almacén de Zaragoza.



■ Exposición de artículos que componen el catálogo de Goya.

ciento de ellos se importan de los mercados asiáticos y de países como China, India y Vietnam. El 10 por ciento son de procedencia nacional.

Mirando al exterior

En este momento, Goya dirige el 80 por ciento de sus ventas al comercio interior. Sus planes inmediatos se concentran en aumentar las cifras de ventas en el exterior incrementando el 20 por ciento actual. “El mercado nacional es el principal, pero desde hace años estamos invirtiendo en la expansión internacional, a través de asistencias a ferias y de la contratación de personas extranjeras. Los mercados de Francia y Portugal son los destinos principales de esas ventas, aunque el mercado francés y el de los países del Este son en los que hemos notado más aceptación y los que han crecido con más rapidez”.

Para mejorar su posicionamiento en los mercados internacionales, la empresa ha diseñado ya un plan de crecimiento dirigido a abordar los mercados de Rusia y de los países del Este de Europa. “Son mercados que crecen aceleradamente y que presentan un enorme potencial con el desarrollo de importante eventos, como los Juegos Olímpicos de Invierno 2014, que se celebrarán en Sochi”, dice Elena Galve.

También está realizando inversiones para la ampliación del comercio nacional. En las próximas semanas abrirá un showroom en Madrid como complemento de su actividad en la Plataforma Logística de Zaragoza. “Cada vez, los clientes tienen más urgencia en recibir las muestras para enseñarlas a los suyos y, dado que la inmensa mayoría de nuestros clientes están en Madrid, nos reclamaban insistentemente nuestra presencia en la capital, en un lugar al que desplazarse y recoger la muestra y enseñársela al cliente, o incluso desplazarse a nuestras oficinas en Madrid con su cliente y mostrarle allí todos nuestros productos para que el cliente pueda elegir”.

El nuevo showroom está ubicado en San Sebastián de los Reyes, con una superficie de 200 metros cuadrados en los que se exhibirán los 1.000 artículos que conforman cada uno de los dos catálogos que Goya lanza al año.■

Ebrópolis

premia las buenas prácticas ciudadanas



■ Premiadados y miembros del jurado de la última convocatoria a las mejores prácticas ciudadanas. El trofeo es una obra del escultor zaragozano Alonso Marque.

En la sociedad zaragozana, día a día tienen lugar numerosas acciones que contribuyen a que Zaragoza y su entorno sean más humanos y solidarios. Son iniciativas ejemplares que, sin embargo, pasan desapercibidas en medio de la vorágine de los problemas diarios. Para corregir esta situación, la asociación encargada de impulsar la Estrategia Zaragoza 2020 lleva más de diez años reconociéndolas con el Premio EBRÓPOLIS a las Buenas Prácticas Ciudadanas.

Precisamente este mes de julio se pone en marcha una nueva edición, la decimosegunda, del galardón impulsado por EBRÓPOLIS, que es posible también gracias al apoyo de las entidades patrocinadoras: Ayuntamiento de Zaragoza, Aragón Tele-

visión, Bantierra, Caja Inmaculada, IberCaja, Radio Zaragoza y Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo.

Hasta el día 25 de octubre, está abierta la convocatoria del Premio, cuyo ganador recibirá una escultura original y 6.000 euros, que se entregan en forma de equipamiento. Asimismo, el jurado puede conceder, de forma adicional y sin dotación económica, el Premio EBRÓPOLIS a la Trayectoria José Antonio Laborreta, con el que se reconocería el trabajo desarrollado a lo largo de los años por una entidad o persona.

Al Premio EBRÓPOLIS pueden presentarse todos los habitantes de Zaragoza y de los municipios del entorno, tanto de manera individual

como formando parte de un colectivo, asociación, empresa, etc. No importa el área de trabajo en la que se desarrolle la "buena práctica", sino que la actuación constituya un ejemplo digno de imitar por todos. En los ámbitos social, medioambiental, educativo o vecinal, por citar algunos, se dan numerosos ejemplos, y lo mismo sucede también en las empresas, entre los jóvenes, en el mundo de los emprendedores, etc.

Las candidaturas deben presentarse en EBRÓPOLIS, personalmente o por correo ordinario y/o electrónico, hasta el próximo 25 de octubre. Las bases del galardón están disponibles en la web www.ebropolis.es y en Facebook (www.facebook.com/premiobuenaspracticadas).■

Arento aumentó beneficios en “un difícil entorno económico”



■ De izquierda a Derecha: Luis Navarro, Director General del Grupo; Miguel Salas, Vicepresidente; José Ángel Biel, Presidente de Las Cortes de Aragón; Pedro Naudín, Presidente del Grupo; Luis Miguel Albarrán, Director General de Fomento Agroalimentario y Miguel Navarro, Secretario del Consejo Rector de Arento.

El Grupo Cooperativo Arento, el mayor grupo agroindustrial de Aragón, que representa los intereses de 20.000 agricultores y ganaderos aragoneses a través de sus 104 cooperativas socias, celebró Junta General en un ambiente de satisfacción debido a los buenos resultados del ejercicio 2012. La facturación agregada de la cooperativa y su grupo industrial alcanzó la cifra de 276,6 millones de euros gracias a su apuesta industrial y su alianza con la distribución.

Su presidente, Pedro Naudín comentó que esos buenos resultados “se dieron en un difícil entorno económico y aunque la cosecha de cereal, la parte principal de nuestro negocio, fue muy mala”. A pesar de este adverso escenario, la cifra de ventas de Arento, Grupo Cooperativo, alcanzó en 2012 los 183 millones de euros, cifra similar a la del año anterior, in-

crementando sus beneficios en un 20 por ciento.

Estos excelentes resultados han sido posibles porque Arento complementa su actividad cooperativa con un Grupo Industrial que está presente en diversos sectores empresariales. Las dos líneas principales de actuación del Grupo Industrial son: la valorización de los trigos de calidad, el trigo duro y el trigo blando de calidad harinera, que ofrecen la oportunidad de generar un mayor valor en el producto final, y la valorización de los cereales para alimentación animal, en cuya línea se trabaja en el despiece, fileteado, envasado y elaborado de productos de porcino. Otras empresas del Grupo realizan su actividad en sectores también relacionados con la actividad de la Cooperativa, como son la energía, la logística y la genética vegetal.

El director general, Luis Navarro, comentó que estas cuentas “reflejan, en este contexto adverso, los buenos resultados de la aplicación de los tres ejes sobre los que asienta nuestra estrategia: dimensión, diversificación e integración vertical”.

La dimensión de Arento garantiza el suministro de bienes en condiciones óptimas de servicio, precio y calidad a una cada vez más concentrada demanda. Su diversificación le permite minimizar el riesgo identificando las oportunidades de negocio del entorno y reaccionando con agilidad para aprovechar esas oportunidades.

“El proyecto de Arento supone que el atomizado mundo cooperativo se vuelva cada vez más fuerte y competitivo”, afirmó su presidente Pedro Naudín. ■



■ Nueva Sede Central de DKV, en el World Trade Center de Zaragoza.

DKV establece su sede central en la Torre Sur del World Trade Center de Zaragoza



■ Josep Santacreu, Consejero Delegado de DKV.

DKV Seguros, perteneciente al gigante alemán Munich Re, ha apostado por Zaragoza y Aragón. La compañía ha adquirido un edificio en Zaragoza donde va a establecer su sede central en España y que

utilizará como centro de formación de los 1.700 empleados que el grupo tiene en España. DKV ocupará el edificio Torre Sur que forma parte del complejo World Trade Center de Zaragoza. Cuenta con 9 plantas de aproximadamente 12.700 metros cuadrados construidos, de los cuales unos 9.000 son sobre rasante. El consejero delegado de la compañía, Josep Santacreu, quiso dar la noticia en una reunión con la prensa española que se celebró en Zaragoza y en la que también presentó las cifras del ejercicio 2012.

World Trade Center Zaragoza es un complejo empresarial funcional, moderno e innovador. Ubicado en una zona empresarial y comercial de la ciudad, en la margen izquierda del Ebro, ofrece una completa gama de servicios complementarios, como un auditorio y salas de reuniones, para dar servicio a las empresas.

La compra del edificio responde a la necesidad de un nuevo espacio, ya que la sede actual, ubicada en la Avenida César Augusto, se había quedado pequeña para la dimensión que ha alcanzado la compañía. La amplia gama de servicios complementarios que ofrece el World Trade Center, como hotel, auditorio y salas de reuniones, ha sido un elemento clave a la hora de decidir la ubicación de la nueva sede corporativa.

La presentación de la nueva sede de DKV ha coincidido con la noticia de que la compañía ocupa la tercera posición en la clasificación de empresas mejor valoradas para trabajar. DKV Seguros ha ascendido cuatro posiciones en relación a la clasificación de 2012 gracias a la gestión de los recursos humanos, el clima laboral y a la fuerte implantación en la compañía de las políticas de Responsabilidad Empresarial. ■

Tres empresas con visión internacional



■ Manuel Teruel, Presidente de la Cámara de Comercio de Zaragoza, Rosa Plantagenet, Vicepresidenta de las Cortes de Aragón, Arturo Aliaga, Consejero de Industria de Aragón, Ignacio Navarro, Director de la red comercial territorial norte del Banco de Sabadell, Joaquín Montsant, Director territorial de Aragón y Cataluña de CESCE y representantes de las empresas premiadas: Markleen, Bodegas Paniza y Libelium.

Tres pymes aragonesas todas ellas innovadoras y de alta tecnología han logrado los Premios a la Exportación 2012 de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza: Markleen, Bodegas Paniza y Libelium. Los premios fueron entregados en una cita anual que reunió en el Palacio de Congresos de Zaragoza a más de medio millar de directivos, empresarios y profesionales.

El mercado de estas tres empresas abarca el mundo entero y todas ellas, partiendo de una potente visión internacional de su negocio y una decidida apuesta por la innovación, exportan más del 70 por ciento de su producción. Las tres empresas han experimentado durante los últimos años espectaculares incrementos de sus ventas en el exterior. En un contexto macroeconómico complejo, constituyen tres casos de éxito de las pymes y de cómo obtener resultados a partir de centros de decisión empresarial radicados en Aragón.

Markleen (fundada en 1993), de San Mateo de Gállego, produce equipos para la prevención y lucha contra la contaminación marina que vende a compañías petroleras y sociedades de salvamento. Exporta el 94% de su producción, llega a 30 países y su tecnología disfruta de una excelente imagen en los mercados internacionales.

Bodegas Paniza (1953) elabora vino en su localidad, que forma parte de la denominación de origen Cariñena. En sus 60 años de historia ha crecido desde el mercado local a contar con presencia en los lineales de las

más importantes cadenas de supermercados y labrarse un gran prestigio entre los expertos internacionales. Su vino se exporta a 30 países, con una gran presencia en Alemania y Reino Unido y una creciente cuota de mercado en China.



■ José María de Andrés, gerente de Bodegas Paniza y Rocio Muñoz, directora de Exportación.

Libelium (2006). Un altísimo componente de I+D+i y una decidida apuesta por la internacionalización han convertido a la empresa tecnológica aragonesa en un referente mundial en el campo del diseño y la fabricación de hardware para la monitorización inalámbrica de cualquier parámetro ambiental. Fruto de una veloz trayectoria empresarial, hoy vende sus dispositivos de alta tecnología en 75 países. ■

Motorland alcanza una nueva proyección internacional



■ Luisa Fernanda Rudi en la inauguración de Externpro.

Externpro, empresa encargada del mantenimiento de los motores del mundial de Moto2, acaba de inaugurar sus instalaciones en TechnoPark MotorLand, donde ha invertido 3 millones y da trabajo a 8 personas. Esta nueva empresa posiciona a Alcañiz como núcleo de investigación sobre el motor en todo el mundo.

La Presidenta de Aragón, Luisa Fernanda Rudi; el consejero delegado de Dorna Sports, Carmelo Ezpeleta; el presidente de MotorLand y consejero de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, y el Consejero Delegado de MotorLand Aragón, Antonio Gasión, han conocido en primera persona sus instalaciones y han podido comprobar el trabajo que ahí se realiza.

Para el Consejero de Industria, Arturo Aliaga, con este proyecto, la proyección internacional de Motorland alcanza otra dimensión. En Aragón y en Alcañiz ya se puede hacer lo

que se hace en otros países con igual nivel técnico e investigador. El consejero ha recordado que por Motorland pasan anualmente casi 300.000 personas y 16.000 pilotos y técnicos.



Externpro ya está trabajando en la logística de los motores que se están utilizando esta temporada 2013 en el mundial de Moto2. Su come-

tido es el de recibir los motores de serie por parte de Honda a principio de temporada e incorporarles el "kit" de Moto2 para aumentar su rendimiento. Una vez utilizados, los motores volverán a las instalaciones de Externpro y, tras un minucioso protocolo de mantenimiento, podrán volver a ser utilizados de nuevo.

El Parque Tecnológico TechnoPark MotorLand, tiene una superficie de más de 212.000 metros cuadrados, cuenta con pistas de ensayos a pie de instalaciones, lo que le ha permitido crearse un hueco relevante entre los parques de tecnología avanzada, formación, investigación y desarrollo.

Se constituyó en el año 2005 con los objetivos de contribuir al desarrollo de la tecnología y de la innovación en Aragón, atraer empresas de base tecnológica y crear empleo de calidad. Cuenta ya con 12 empresas instaladas y 60 trabajadores. ■

Zaragoza revalida su título de capital del agua

El clúster Zinnae trabaja en el diseño de un Plan Renove en las viviendas

ZINNAE (Zaragoza Innovación en Agua y Energía) el clúster que aglutina a distintas empresas y entidades vinculadas con el uso eficiente del agua en el ámbito urbano, ha comenzado la elaboración de un Plan Renove en los equipamientos dedicados al uso del agua en las viviendas. ZINNAE nació en abril de 2010 con la intención de consolidar a Zaragoza como un entorno dedicado al conocimiento, demostración y experimentación del uso del agua. Con ello ha conseguido que las empresas locales sean más innovadoras y competitivas y que Zaragoza atraiga la actividad transformadora del resto de España.



■ La Torre del Agua, símbolo de la Expo 2008.

Las credenciales

No se trata de un inaccesible objetivo de futuro. En estos momentos, la ciudad de Zaragoza dispone de suficientes títulos para constituirse en referente nacional e internacional en el esfuerzo colectivo por el uso eficiente del agua desde todos sectores sociales. Esta ciudad concentra un nutrido catálogo de empresas vinculadas al ciclo integral del agua y que cubren diversas actividades relacionadas con su uso eficiente.

A ello hay que añadir que en Zaragoza se concentran distintas administraciones públicas dedicadas a la mejora de la calidad del agua y a la reducción de la demanda. En esta ciudad tienen su sede centros de investigación y formación vinculados con la eficiencia del agua y en ella se desarrolla desde 1997 el proyecto demostrativo “Zaragoza, ciudad ahorradora de agua”, que la han convertido en un espacio permanente de demostración e innovación de proyectos vinculados al uso del agua urbana. Finalmente, la ciudad fue el escenario de la Expo Zaragoza 2008 con el tema “Agua y sostenibilidad”, lo que contribuyó en gran medida a reforzar la marca ciudad relacionada con el uso eficiente del agua.

Como continuidad de esta vocación y dedicación al agua, en 2009, va-



■ Planta depuradora de la ciudad de Zaragoza.

rias entidades promovieron la constitución de un Clúster urbano para el uso eficiente del agua, al que se le ha añadido una nueva variable: la eficiencia energética vinculada al ciclo urbano del agua.

El Plan Renove

Una de las acciones más importantes que ha puesto en marcha ZINNAE ha sido el estudio de la posibilidad de un Plan Renove para la eficiencia del agua y la energía asociadas en el ámbito doméstico. La iniciativa partió de algunos socios de ZINNAE fabricantes de dispositivos ahorradores de agua e instaladores y se puso en marcha el año pasado.

Los primeros pasos se han dirigido a la cuantificación del impacto económico y ambiental que tendría la renovación de tecnología para el uso del agua en las viviendas (grifería, duchas, inodoros e instalaciones comunes de edificios – depósitos).

Estos estudios iniciales han consistido en la realización de un inventario sobre el estado de los equipamientos de los consumidores, que se realizó sobre una muestra de 150 edificios y 300 viviendas de la ciudad de Zaragoza. Después, se ha calculado el ahorro de agua y energía asociada que se podría conseguir introduciendo equipos ahorradores de agua (grifería ecológica, inodoros de bajo consumo, eliminación de depósitos de ruptura de presión, etc.) y, finalmente, se ha calculado la rentabilidad que supondría para hogares, comunidades de propietarios y el conjunto de la sociedad.

Marisa Fernández Soler, Gerente de ZINNAE, sintetizaba para PANORAMA las conclusiones de este estudio: “El ahorro de agua y energía y la mejora de las instalaciones comunes de edificios con depósitos de ruptura es considerable”. Sobre la disposición de los hogares encuestados, Fernández Soler afirma que “La mayoría mostraron una disposición favorable a la introducción de productos ahorradores en sus viviendas con el

apoyo de un Plan RENOVE de equipamientos apoyado desde las administraciones públicas”.



Más iniciativas

Junto con este proyecto pionero, ZINNAE se ha fijado varios objetivos estratégicos todos tendentes a que se relacione la ciudad de Zaragoza con todo lo que tenga que ver con la eficiencia y sostenibilidad en la gestión y uso del agua, convirtiendo este uso eficiente en un motor de creación de empleo cualificado en la ciudad.

La Agrupación Empresarial Innovadora (AEI) Clúster Urbano para uso eficiente del agua nació con 22 entidades representativas del ámbito empresarial, administraciones públicas, la ciencia y la tecnología. “Este grupo promotor -comenta Marisa Fernández- no ha estado encasillado en una sola especialidad, sino que

son empresas y profesionales que cubren la práctica totalidad de las actividades relacionadas con el uso eficiente del agua en el ámbito urbano”.

El clúster lo forman hoy 24 entidades de las que 14 son empresas que suman un empleo conjunto de cerca de 4.000 personas.

Sus objetivos se fijan en identificar los espacios y oportunidades a los que se extienda la colaboración entre los agentes que componen el clúster, integrándoles en foros y redes de trabajo nacionales e internacionales y difundiendo sus experiencias entre sus asociados, lo que conlleva el desarrollo de nuevas soluciones y tecnologías innovadoras y la experimentación en Zaragoza. Correlativamente, tiene el propósito de mejorar el conocimiento entre sus asociados de la demanda urbana de agua en Zaragoza y difundir las buenas prácticas y tecnologías para el uso eficiente del agua.

Mirando al futuro, Marisa Fernández Soler afirma que el clúster “se ha fijado como prioridad el desarrollo y consolidación de un sector empresarial local, mejorando el posicionamiento de Zaragoza como referente internacional en uso eficiente del agua y como entorno propicio para la experimentación”.

Socios actuales de ZINNAE



Con la colaboración de:



Las dos caras de la economía de solidaridad



■ Carlos Sauras. Director de Cáritas Zaragoza.

Han crecido los acogidos, pobres y necesitados, pero se han incrementado más el número de voluntarios y las aportaciones económicas de la sociedad

Las cifras e imágenes de la pobreza han ido creciendo y el panorama social de este país ha ido cambiando. La pobreza se ha hecho más profunda, más extensa y se está cronificando. Pero han crecido con más fuerza la solidaridad social que acoge pobres y necesitados y voluntarios que trabajan en estos talleres de hermandad. Hemos escogido tres ejemplos de este comportamiento fraternal: Cáritas Diocesana, el Comedor del Carmen y el Banco de Alimentos.

Carlos Sauras, Presidente de Cáritas Aragón-La Rioja y director de Cáritas Zaragoza, comentaba así el contenido de la última memoria de Cáritas Diocesana, la del año 2012: “La mayoría de personas atendidas por Caritas están en situación de desempleo. Durante el 2012 esta situación aumentó sobre todo en parejas con hijos, personas entre 30 y 44 años, que están en riesgo de perder la vivienda y que su principal fuente de ingresos son las prestaciones económicas de Servicios Sociales (Ingreso Aragonés de Inserción, Ayuda de Integración Familiar y Ayudas de Urgencia)”.

Sauras destacaba dos nuevos fenómenos sociales que caracterizan la situación actual: “Cada vez llegan a los centros asistenciales más personas que nunca antes habían acudido y las víctimas de la coyuntura económica de los últimos años han visto precarizadas cada vez más sus condiciones de vida”.

Desde la atalaya privilegiada que es Cáritas se puede filmar una película con casos y estadísticas en movimiento de lo ocurrido en los años de crisis. Entre 2007 y 2009 se duplicó el número de familias y personas atendidas por esta entidad y, en 2012, ha vuelto a los máximos históricos de 2009 en número de familias y personas atendidas registradas.

También hay cambios en el perfil socio-demográfico de los atendidos. Carlos Sauras reconoce que “acuden a nuestras acogidas un porcentaje mayor de personas en edad de trabajar”. “En los primeros años de la crisis aumentaron sobre todo las personas que por primera vez acudían a nuestra entidad. En los años más recientes, se ha incrementado progresivamente la precariedad de la vivienda y el número de familias sin ingresos, alargándose los periodos de espera y restringiéndose cada vez más el acceso a las prestaciones económicas de los Servicios Sociales públicos”. El observatorio de Cáritas también nos muestra las imágenes de la desigualdad social. “En 2011 -nos comenta Carlos Sauras- ha aumentado un 37% la distancia entre el 20% más rico y el 20% más pobre en Aragón y se constatan un incremento de las tasas de pobreza y de pobreza severa”.

“En esta crisis -afirma el Presidente de Cáritas- habría que decir que las administraciones públicas y, en parte, el mundo responsable de la economía, no han estado a la altura de las exigencias que planteaba esta auténtica epidemia social que ha surgido”. Sauras remarcaba que “a consecuencia de un desempleo extenso y cronificado, muchas personas -y en bastantes casos familias enteras- se

han visto abocadas a la pobreza y a la exclusión social”.

La respuesta social

Sin embargo, esta epidemia creó su propio antídoto. “Frente a esa falta de reacción ágil y comprometida de los gobiernos de todo signo y de los responsables de las políticas sociales, hemos visto una reacción tremendamente solidaria de las familias, que se han volcado en apoyar a los suyos que estaban pasándolo mal, así como una reacción muy solidaria de los ciudadanos en general”.

Carlos Sauras sintetiza así la procedencia de los medios: “Menos de un 20% de los ingresos que tiene Cáritas Diocesana de Zaragoza proceden de las subvenciones y convenios con Administraciones públicas. Más del 80% de nuestros ingresos provienen de la comunidad cristiana y de la sociedad en general, a través de las colectas en las parroquias, de los donativos, de los legados y de los socios. El número de estos últimos ha crecido mucho durante la crisis. Son personas que aportan una cantidad fija de forma periódica. Unas veces son cantidades pequeñas y otras grandes pero, en definitiva, la importancia de ese dar está en el corazón, en la generosidad y en el sacrificio que supone para cada persona”.



■ El Alcalde de Zaragoza y el Gerente de Mercazaragoza durante su visita al Banco de Alimentos.

Una labor compleja

Cáritas Diocesana de Zaragoza tiene 120 equipos de Cáritas Parroquiales, distribuidos por la ciudad de Zaragoza y los pueblos de la diócesis. Acoge también en sus centros y proyectos especializados, como los dirigidos a personas sin hogar, problemas de salud mental, ancianos asistidos, mujeres en prostitución, itinerario de inserción sociolaboral, educación y familia, acompañamiento en domicilio, proyecto para personas que están en prisión, etc.

“Contamos con más de 1.200 voluntarios que reciben el apoyo de los 120 trabajadores contratados, dedicados fundamentalmente a las tareas de intervención social. Gracias a Dios, el número de voluntarios ha crecido mucho a lo largo de estos años, gente además más joven”, reconoce Carlos Sauras.

Le preguntamos si, cuando concluya esta crisis, ¿tendremos una sociedad más solidaria y coherente?. “Estoy convencido de que será así -confirma el Director de Cáritas- porque ya se nota ahora y ese es uno de los signos más importantes de esperanza de cara al futuro”.

La parroquia del Carmen

Dentro de pocas semanas, el Padre Fructuoso Aisa cumplirá 50 años al frente de la parroquia del Carmen. Una de sus actuaciones más queridas fue la puesta en marcha, en 1978, del comedor social de la parroquia que, desde entonces se ha convertido en el lugar de acogida donde los más necesitados pueden alimentarse cada día.

Es en el Comedor donde se pueden observar los cambios que se han producido en los sectores más necesitados. “Antes eran, casi exclusivamente, personas sin hogar, mendigos, transeúntes e inmigrantes, pero en los últimos años ha cambiado el perfil de las personas que acuden a nuestro comedor- afirma el Padre Fructuoso Aisa- Hoy nos encontramos con que los españoles son el 50 por ciento de los que emplean el comedor”. Españoles que se han quedado en el paro, sin una red de apoyo familiar y que no poseen nada. El comedor de la Parroquia del Carmen dio al año pasado casi 58.000 comidas, pero sus objetivos y actividades superan la atención básica alimentaria. “El comedor es como nuestro servicio de información y orientación para facilitar la inserción social de las personas que acuden a él o para derivarlas hacia otras entidades sociales tanto públicas como privadas”, nos comenta el P. Aisa.

“Cuando salgamos de la crisis, estoy convencido de que tendremos una sociedad más solidaria y coherente. Ya se está notando ahora”

(Carlos Sauras).

La parroquia del Carmen cuenta con servicios de ayuda variados. Así, la ‘Casa Abierta’ constituye una esperanza para las personas de la calle. Casi 4.000 estancias anuales se realizan en la “Casa Abierta”. Los voluntarios que realizan la labor de asistencia a los usuarios de la “Casa Abierta” y les acompañan tanto en visitas sanitarias como en gestiones administrativas.

Para mujeres en riesgo de exclusión social y sus hijos, la Obra Social dispone de una vivienda de acogida donde son acogidas. El alojamiento comprende el apoyo social o el acompañamiento por un periodo máximo de un año, durante el que se intenta crear una red de apoyo para que la familia pueda salir adelante, contando con ayuda y recursos externos. La Obra Social de la Parroquia del Carmen cuenta con 13 alojamientos de acogida.

La respuesta

Si el número de personas que piden ayuda ha ido creciendo a pasos agigantados, la respuesta ha sido de la misma proporción. El P. Aisa destaca “la perseverancia y generosidad de las personas voluntarias y donantes”. En esta Parroquia del Carmen prestan su ayuda social casi 300 voluntarios que ayudan no solo en la cocina y comedor, sino en la Casa Abierta, en las casas de acogida de mujeres, en los pisos de alojamiento y acogida o en el ropero y las guarderías.

Un grupo de muchachos de la Juventud Carmelita, han instalado en Zaragoza su Campo de Trabajo destinado a ocupaciones sociales.

“La situación es más complicada que hace diez años y los usuarios se han multiplicado pero también ha aumentado la disposición de ayuda y colaboración de muchas personas que tienen esta obra social como cosa propia. La colecta de las misas de los primeros domingos de mes se aplica íntegramente al comedor. A ellas acuden entre 8.000

y 9.000 personas que hacen su aportación económica”.

Lo más destacado es que en estos momentos de grave crisis que justificaría un descenso en los ingresos, renace y crece la solidaridad. La Obra Social del Carmen tiene resultados positivos con más ingresos (734.000 euros) que gastos (662.000 euros).

La organización

La Obra Social de la Parroquia exige una labor profesional que comienza en el Despacho de Atención. Es un simple despacho en la Parroquia atendido por una trabajadora social que ofrece información, orientación y gestión a las personas que acuden solicitando ayuda. No hace falta cita previa, sino un lugar para charla donde cada persona formula sus problemas. Desde ese despacho se derivan a los usuarios hacia otros servicios tanto de la propia parroquia como de otras instituciones públicas o privadas. El año pasado entraron en ese despacho solicitando ayuda casi 2.600 personas.

Hambre y despilfarro

La crisis económica ha hecho aparecer nuevas manifestaciones de auxilio a personas desfavorecidas. Es el caso de los Bancos de Alimentos, creados para enfrentarse a una de las contradicciones de la sociedad actual: la coexistencia de pobreza y despilfarro.

Su nacimiento se produjo en 1967, en la población norteamericana de Phoenix, donde un grupo de jóvenes constataron que, muchas tiendas de la localidad arrojaban a la basura muchos alimentos que eran consumibles, aunque no fuesen comerciales. Eran alimentos que padecían algún pequeño defecto o tara. El grupo de jóvenes pidió a los comerciantes que le donasen esos alimentos que no eran comercializables para ellos trasladarlos a la mesa de los más indigentes. Habían nacido los bancos de alimentos. En España, los primeros bancos de alimentos nacieron en la década de los 80 y el Banco de Alimentos de Zaragoza se fundó en junio de 1994.

Cada año se destruyen en España 10 millones de toneladas de alimentos. El

42 por ciento de estas destrucciones proceden de los propios hogares y el resto se producen en los procesos productivos y en las actividades logísticas.

En España funcionan hoy, 55 organizaciones de este tipo. En todas las provincias hay, al menos, un Banco de Alimentos. Estas instituciones han crecido y desarrollado impulsados por la constatación de dos fenómenos: la existencia en nuestra sociedad personas que pasan hambre física y, al mismo tiempo, el despilfarro de comida que se produce en todos los pasos de la elaboración de los alimentos.



■ Voluntarias del comedor de la Parroquia del Carmen.

El voluntariado

La organización de un banco de alimentos entraña cierta complejidad. Hay que recoger los alimentos en distintos puntos y hay que almacenarlos en las instalaciones que tienen cada uno de los bancos y, finalmente, repartirlos entre las entidades benéficas que los harán llegar a las personas necesitadas.

Las expediciones que salen de los bancos de alimentos no se reparten directamente, sino que llegan a las personas necesitadas a través de entidades benéficas: residencias de ancianos, centros de rehabilitación, familias, guarderías infantiles, comunidades religiosas, centros de acogida de transeúntes o inmigrantes, parroquias, etc. “Estas entidades benéficas -nos explica un portavoz del Banco de Alimentos- son las que analizan las necesidades de la sociedad en las que viven”.

Esta labor reposa en los voluntarios que los componen.

Hay voluntarios presenciales, hombres y mujeres prejubilados y jubilados, en su mayoría antiguos directivos de empresas, que se comprometen con el banco para organizar las distintas actividades que requiere un banco de alimentos y que trabajan con criterios profesionales, poniendo a disposición de los más necesitados su experiencia de empresarios o profesionales, aunque nadie cobra nada por su actuación.

Además, en los bancos de alimentos hacen falta voluntarios para realizar todas las labores de logística que entraña la cadena de los alimentos. En su mayoría,

son personas jóvenes, que no trabajan en jornadas fijas pero que siempre están disponibles para emplearse momentáneamente en esta labor por sus semejantes. Trabajan en las instalaciones que el Banco tiene en Mercazaragoza. La Unidad Alimentaria ha cedido este espacio, el adecuado para seleccionar y manejar los alimentos con destino a las entidades benéficas.

En estas organizaciones, los últimos años de la crisis se han hecho notar. Año a año, el número de personas asistidas por el Banco de Alimentos de Zaragoza ha ido aumentando entre 3.000 y 3.500 personas. En 2012, la ayuda del Banco de Alimentos de Zaragoza llegó a 24.000 personas en situación de necesidad.

El presidente del Banco de Alimentos, Antonio Tomás, ha explicado a PANORAMA que, aunque ha aumentado el número de personas necesitadas de alimentos también lo ha hecho el número de kilos de productos alimentarios repartidos, un total de 928.000 desde principios de año, que suponen un 27 por ciento más que en el mismo periodo de 2012. ■



Consultas sobre:

Los seguros de Responsabilidad Civil de Consejeros y Directivos (D&O)

En los últimos años, el régimen legal de responsabilidad de los Consejeros y Directivos se ha acentuado considerablemente. El mundo de los negocios es cada vez más competitivo y complicado con las personas que gestionan las empresas. Además, la legislación establece un régimen de responsabilidad cada vez más duro y estricto con los Administradores y Directivos de las empresas.

Los seguros de Responsabilidad Civil de Consejeros y Directivos (D&O) protegen el patrimonio de los directivos ante las reclamaciones de terceros (empleados, accionistas u otros) por las consecuencias económicas negativas que puedan tener para estos las decisiones empresariales que adopten.

Tengo una póliza de D&O y he recibido una querrela como Administrador de mi empresa por hechos fraudulentos con dolo, ¿qué cobertura tengo exactamente? ¿cuándo debo comunicárselo a mi aseguradora?

En primer lugar, debe comunicarlo a su aseguradora tan pronto tenga conocimiento de la reclamación o de los hechos que razonablemente pudieran dar lugar a la misma.

En general, los actos deshonestos, fraudulentos, dolosos, etc. así como cualquier supuesto de hecho que pudiera considerarse un incumplimiento intencional, no quedan cubiertos bajo una póliza de seguro. De hecho, el dolo no es siquiera asegurable.

No obstante, a través de un seguro D&O, si bien no se cubriría una eventual condena por estos hechos, sí que deberían sufragarse los gastos de defensa derivados de la reclamación y necesarios para demostrar la inocencia del asegurado. Es importante a la hora de contratar un seguro de este tipo comprobar que, aunque no se dé cobertura a reclamaciones dolosas o fraudulentas, sí se cubra la defensa de las mismas hasta que se dicte sentencia sobre los hechos objeto de reclamación.



¿Es posible a través de una póliza D&O asegurar también reclamaciones dirigidas contra mi propia empresa, como persona jurídica?

Tradicionalmente, las pólizas D&O sólo han dado cobertura a directivos y administradores, es decir, personas físicas, en el ejercicio de sus funciones gerenciales. Sin embargo, actualmente, existen productos en el mercado, como el que ofrece Hiscox, que garantiza amplias coberturas para la Sociedad en reclamaciones por Prácticas de Empleo y Responsabilidad Corporativa. En nuestra opinión, es fundamental contratar una póliza que cubra a ambos, persona física y jurídica, para estar tranquilos ante cualquier reclamación que podamos recibir. ■



HISCOX

Respuestas elaboradas por el departamento de siniestros de Hiscox España.

KALIBO es nuevo Miembro Colaborador de EBRÓPOLIS con quien trabajará en

“hacer”

PANORAMA incluirá información relativa a la estrategia Zaragoza 2020 y de los socios de EBRÓPOLIS

KALIBO y EBRÓPOLIS han firmado un acuerdo de colaboración por el que ambas entidades llevarán a cabo actuaciones y aportaciones para consolidar una perfecta relación entre ellas, al tiempo que KALIBO adquiere la condición de Miembro Colaborador de EBRÓPOLIS. El acuerdo fue firmado por Raúl Blanco García, Presidente de KALIBO Correduría de Seguros y Dolores Campos Palacio, en calidad de Vicepresidenta de la Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Entorno (EBRÓPOLIS).



■ Raúl Blanco García, Presidente de KALIBO Correduría de Seguros y Dolores Campos Palacio, en calidad de Vicepresidenta de la Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Entorno (EBRÓPOLIS) en la firma del Convenio.

ciudad”

■ Fernando Baquero, Miguel de las Morenas, Michel Zarzuela y Ángel de Uña acompañando a los firmantes del convenio.

La cooperación entre ambas entidades se materializará a través de nuestra revista PANORAMA, que incluirá información relativa a la estrategia Zaragoza 2020 y de los socios de EBRÓPOLIS.

El convenio reconoce que nuestra publicación está especialmente dirigida al sector empresarial y en ella se recogen experiencias de empresarios, organizaciones empresariales, entrevistas, así como temas relativos a prevención y diversos asuntos de interés vinculados a su actividad aseguradora. Teniendo en cuenta la importancia de los procesos participativos y la difusión, información y promoción de la estrategia de EBRÓPOLIS, nuestra revista favorecerá su difusión así como a plasmar en nuestras páginas opiniones de los socios de EBRÓPOLIS.

Participación ciudadana

PANORAMA estima que los procesos de participación ciudadana que lleva a cabo EBRÓPOLIS, junto con las tareas y acciones relevantes para “hacer ciudad”, necesitan ser comunicados y difundidos y contarán con un trato preferente en nuestra publicación.

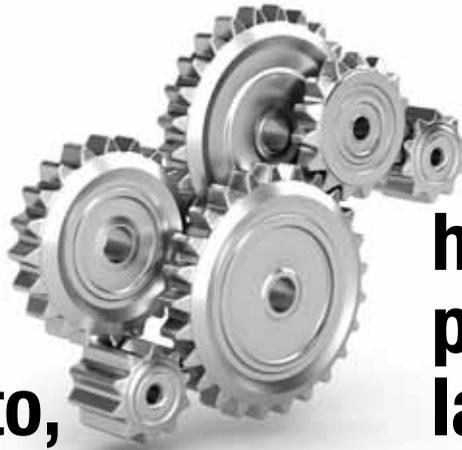
La Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Entorno (EBRÓPOLIS) se constituyó en mayo de 1994 y



tiene por finalidad el estudio, el impulso, la elaboración, la implantación y el seguimiento del Plan Estratégico de Zaragoza y los municipios de su entorno, promoviendo la cooperación de los sectores público y privado.

EBRÓPOLIS, a través del Ayuntamiento de Zaragoza, interviene en diversas redes de ciudades europeas e iberoamericanas en proyectos de cooperación y de intercambio de experiencias, así como en plataformas de comunicación para diferentes asuntos con el denominador común del progreso, desarrollo futuro y promoción de nuestra ciudad y sus ciudadanos, así como de los municipios del entorno.

Por su parte, KALIBO ha manifestado su firme propósito de colaborar en el proyecto de referencia en aras a contribuir al desarrollo equilibrado de la ciudad, como lo muestra su participación en EBRÓPOLIS ya como miembro de número.■



La tasación previa al aseguramiento, herramienta de protección para la empresa

Cuando se produce un siniestro, es de capital importancia disponer de una estimación correcta del valor de una empresa. Esta valoración debe ser realizada por un especialista o un equipo técnico que cuantifique las instalaciones, su maquinaria y mobiliario o el coste de paralización para la cobertura de pérdida de beneficios.

En su quehacer diario el departamento de siniestros de Kalibo se encuentra con problemas de muy fácil solución si dispone de un estudio previo y exacto del valor de las empresas de nuestros clientes. En Kalibo le aconsejamos cómo realizarlo.

estimación correcta.

Si no se han tasado acertadamente los activos de una empresa, nos podemos encontrar que, cuando ha ocurrido el siniestro la Compañía de Seguros nos indique que los capitales asegurados no son correctos y que son insuficientes para asegurar los bienes que pretendíamos asegurar en póliza. En estos casos, la empresa saldrá perjudicada dado que el importe de la indemnización puede ser sustancialmente inferior al importe de los daños que se han producido en el siniestro.

Ello se debe a que, para calcular el importe de la indemnización, la Compañía de Seguros nos aplicará una regla proporcional por infraseguro (capitales asegurados inferiores a los capitales asegurables). En caso de que el porcentaje de infraseguro sea relevante en un siniestro de gran entidad (un incendio, una inundación extraordinaria) puede provocar un grave perjuicio para la empresa y puede determinar el cierre del negocio. Pero todo esto es evitable.

Es muy recomendable que las empresas, antes de contratar una póliza de seguro, cuen-

ten con un informe de valoración de capitales asegurables de la empresa, realizado por un especialista. Dicho experto evaluará los capitales con los mismos criterios de valoración que establece la modalidad de póliza que se pretende contratar. Los beneficios son evidentes: en caso de siniestro el perito de la Compañía aceptará los capitales asegurados como correctos y no aplicará regla proporcional por infraseguro para el cálculo de la indemnización.

Por otra parte, la empresa habrá optimizado el coste del seguro, ya que no pagará más cobertura de la necesaria. Pagará por dicha póliza lo que tiene que pagar atendiendo al valor de los bienes que pretende asegurar. Ni más ni menos. Si un empresario asegura los bienes de su empresa por un valor superior al que en realidad tienen (sobreseguro), no por ello va a percibir mayor indemnización en caso de siniestro.





1

Edificios e instalaciones fijas.

2

Maquinaria y mobiliario.

3

Pérdidas de beneficios.

¿Cómo se tasa una empresa?

El experto tasador debe poseer sólidos conocimientos de ingeniería y de análisis de balances contables y, para hacer una tasación justa, debe visitar las instalaciones de la empresa.

La tasación abarca estas tres partidas: edificios e instalaciones fijas, maquinaria y mobiliario y pérdidas de beneficios.

Teniendo en cuenta las superficies construidas y las tipologías constructivas, el tasador valora el capital asegurable en la partida de continente. Para la valoración de la maquinaria, mobiliario e instalaciones se sirve, además de la inspección visual, del análisis del grupo 2 del balance de sumas y saldos y de las fechas de compra, así como de las amortizaciones acumuladas. El experto debe actualizar los precios de compra de la maquinaria, mobiliario e instalaciones dado que

Es recomendable que, antes de contratar una póliza de seguro, las empresas soliciten a un experto un informe de valoración de capitales asegurables.

los valores reflejados en contabilidad son a coste histórico. Para ello el experto tiene en cuenta la evolución de los precios de mercado de cada bien y utiliza los índices de precios industriales que publica el Instituto Nacional de Estadística.

Con todo lo anterior, el experto estudia el proyecto de póliza de seguro y, en concreto, los criterios de valoración de los bienes que establece. Puede ser valor a nuevo, valor real (valor a nuevo menos depreciación por antigüedad, uso y estado de conservación) o valor a nuevo con límite porcentual. Este criterio de valoración será el mismo que utilice el experto en la valoración de los capitales asegurables.

Debe tenerse en cuenta que los criterios de valoración empleados en el ámbito del seguro no se corresponden con los contables y fiscales. No debe confundirse, por ejemplo, el concepto de amortización fiscal con el de depreciación técnica a los efectos de determinar el valor real de un bien. Esto es, el valor a nuevo menos la depreciación por antigüedad, uso y estado de conservación. Una máquina puede estar completamente amortizada siendo su valor contable igual a cero y, sin embargo, su valor real puede ser el 80% del valor a nuevo a la vista de su estado de conservación y de su plan de mantenimiento preventivo perfectamente ejecutado. ■

CONTINÚA

Con la tasación previa, la empresa optimiza el coste del seguro, y paga por la póliza lo que tiene que pagar atendiendo al valor de los bienes que pretende asegurar

La pérdida de beneficios

En lo que se refiere al capital asegurable para la cobertura de pérdida de beneficios debe calcularse el margen bruto del negocio. Esto es: beneficio o pérdida neta de la explotación más gastos permanentes. Para ello, el experto debe estudiar la cuenta de pérdidas y ganancias del negocio y el grupo 6 del balance de sumas y saldos. Por último, el experto debe determinar el periodo de indemnización en meses que sería deseable cubrir en caso de interrupción de la actividad como consecuencia de un siniestro. Para ello, debe determinar la pérdida máxima probable en daño material y las consecuencias que tendría dicha pérdida material en la interrupción del negocio. Este estudio es altamente complejo dado que deben tenerse en cuenta no solo el estado de las instalaciones y los planes de emergencia, sino también la tipología del negocio en lo que se refiere a clientes, a proveedores, a la maquinaria de proceso (de serie o bajo pedido), niveles de stock de materia prima y de producto terminado, etc.

¿QUÉ LE OFRECEMOS DESDE KALIBO?

Kalibo Correduría de Seguros pone a disposición de sus clientes el knowhow de INUVAL.

INUVAL es una sociedad dedicada a distintos campos de la Ingeniería y el Derecho. Dispone de un equipo de profesionales expertos en valoración de activos. Cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador en inspección de riesgos y elaboración de informes de valoración de capitales asegurables para la contratación de pólizas de seguro.



Consúltenos

Aproveche las condiciones especiales del acuerdo de colaboración que Kalibo ha firmado con INUVAL para la elaboración de informes de tasación.

Un acuerdo que incluye una tarifa especial para clientes de Kalibo.

Amplíe información en el:

976 210710 o en **info@kalibo.com** www.kalibo.com

Enrique Huerta, CEO del Grupo Liberty Seguros:



La incidencia que la crisis actual ha tenido en el sector del seguro ha afectado a las relaciones de las compañías aseguradoras. La dureza de estos años ha exigido de ellas nuevas formas de relación con los clientes y con los mediadores. Sobre todo lo ha sido el objetivo de nuestra entrevista con Enrique Huerta consejero delegado del grupo Liberty Seguros, integrado por las marcas Liberty Seguros, Génesis y Regal.

¿Cómo ha respondido el sector del seguro a las exigencias de la crisis económica?

■ La crisis nos ha enseñado a ser más positivos. Nos hemos dado cuenta de que con una actitud positiva las cosas se logran mucho mejor. Y no siempre hemos afrontado las situaciones difíciles con esa actitud. Ahora sí, ahora cuando vemos dificultades inmediatamente vemos cómo superarlas, buscamos las soluciones y las acabamos

encontrando. Hemos mejorado muchos procesos internos, hemos mejorado en eficiencia, nos hemos dado cuenta de que hay que escuchar más al cliente y de que debemos apoyar al mediador a desarrollar su negocio. Y lo estamos haciendo.

¿Su diagnóstico sobre la salud del sector del seguro?

■ Pese a ser un sector bastante estable, no estamos ajenos a la situación eco-

nómica actual. También nos afecta la crisis. En el caso del sector asegurador hemos visto como bajaban las ventas de automóviles, como caían las ventas de viviendas, como aumentaba el paro... y como, todo ello, inevitablemente, conduce a una menor contratación de pólizas y una bajada de las primas. A pesar de estas situaciones podemos decir que nuestro sector se ha visto menos afectado que otros por la dura crisis que nos está tocando vivir.

CONTINÚA

Con todo ello, ¿han cambiado Liberty sus objetivos inmediatos?

- Nuestro objetivo fundamental y permanente ha sido mantener el umbral de rentabilidad, clave para la solvencia y estabilidad de la compañía y, en definitiva, para la seguridad de nuestros clientes. Además hemos visto que los clientes, si bien es cierto que buscan precio, igualmente quieren seguridad y asesoramiento. La crisis también ha sido de valores y ahora, más que nunca, se quiere estabilidad, confianza, solvencia. Y eso es lo que debemos ofrecer desde las compañías y esa es la ventaja competitiva del mediador.

¿Cuáles han sido sus estrategias de negocio?

- En Liberty siempre lo hemos tenido claro: teníamos que crecer sin dejar de ser rentables. Y, por ahora, lo hemos conseguido. No tenemos ninguna fórmula secreta ni ninguna estrategia mágica. Pero sí es verdad que hemos cambiado nuestra forma de trabajar. Hemos pasado de pensar en pólizas, a hacerlo en clientes y a hablar su idioma. Hemos cambiado toda nuestra estructura, se ha renovado el equipo de Dirección, se han creado nuevas áreas, hemos empezado a trabajar de un modo distinto con todos nuestros empleados. El cambio cultural ha sido, posiblemente, la clave en estos años.

Y dentro de este cambio cultural, y como punto clave en nuestra estrategia, también estamos trabajando en una nueva definición de la relación entre el mediador, el cliente y la compañía. Nuestros Directores Comerciales están evolucionando hacia una figura en la que ellos puedan asesorar al mediador en la gestión de su negocio, y para poner a su disposición las herramientas propias de la compañía para que puedan profesionalizar su negocio y dedicar más tiempo a la atención del Cliente.

¿Cuál ha sido el efecto más letal de la crisis sobre las compañías de seguros?

- Todas las empresas hemos tenido que aprender a convivir con una situación



nueva. Hemos tenido que aquilatar mucho cada riesgo, cada análisis, cada gasto para no poner en riesgo nuestra rentabilidad y poder seguir ofreciendo el servicio de calidad al cliente que nos caracteriza. Además, no podemos obviar que existe una fuerte competencia entre todas las aseguradoras que ha llegado en muchos casos al descenso de las primas. Una situación agravada por el hecho de que ha caído la venta de vehículos y de viviendas. Esto hace que no haya pólizas nuevas y que compitamos por las que ya existen con mucha presión en los precios, pero debemos seguir poniendo un foco muy relevante en dar un mejor servicio al cliente para fidelizarlo.

¿Quiere decir que la crisis ha favorecido al cliente?

- Con la crisis, el cliente ha sido el gran beneficiado. Ha visto como bajan las primas y mejoran los servicios y han trasladado la presión en los ingresos y la eficiencia tanto a las compañías como a los mediadores.

¿Es compatible esta actuación favorable al cliente con los recortes ocasionados por la crisis?

- No solo es compatible sino que es necesaria. El cliente es la razón de nuestro trabajo y, con la crisis, la atención en el cliente es mayor, ya que tenemos que contar con su confianza y satisfacción para no perderle. Además, esa seguridad y atención que demanda el cliente puede ser satisfecha por el me-

diador, que es un refugio de confianza, y más en periodos de crisis.

Los sectores

Liberty tiene presencia en el seguro de actividades del automóvil, de la vivienda, del consumo, de la empresa, cuatro actividades especialmente afectadas por la crisis. ¿Cómo lo han hecho ustedes para mantener los niveles de crecimiento?

- En el ramo de autos, que supone un 65% del negocio de Liberty, nunca hemos apostado por una estrategia de precios agresivos, sino en otras más cualitativas como unas prestaciones de alta calidad, flexibilidad o acompañamiento del cliente y el mediador en sus diferentes necesidades. La bajada de la siniestralidad ha ayudado. De hecho si se pueden mantener unas primas más bajas, y pese a todo crecer, es solo gracias a este descenso. Debemos prever que no siempre será así, que es probable que si la situación mejora la siniestralidad aumente.

¿Los cambios también afectan a los productos en el mercado?

- Estamos trabajando en la diversificación de productos para lograr aumentar las posibilidades que le damos al mediador. Así, con una mayor variedad, el mediador podrá cubrir todas las necesidades del cliente, tanto en su vida personal como en la profesional.

En lo relativo a la definición de productos, nos hemos adaptado a las necesidades del cliente. Por ejemplo, en el caso del seguro de Hogar, el cliente puede contratar su póliza de manera modular, con lo se establece un producto mucho más a su medida. Pensamos siempre en el cliente y en el mediador. Tendemos a una estrategia en la que el cliente nos pueda encontrar cuándo, cómo y dónde nos necesite, que no tenga que adaptarse a nosotros. Y que el mediador pueda ofrecerle el mejor asesoramiento y cubrir cualquier necesidad que se le pueda plantear. Una estrategia que está funcionando.

Oferta aseguradora

¿Cuál es la oferta aseguradora de Liberty al mundo empresarial?, ¿sus productos innovadores?

■ Crecer en Diversos es uno de nuestros objetivos para este año. Somos una compañía que en el pasado estuvimos muy centrados en autos y que queremos diversificar nuestra oferta y ser un proveedor más global para nuestros mediadores. Fruto de esta estrategia tenemos programas específicos de desarrollo con mediadores y estamos poniendo al día nuestros productos para empresas.

Precisamente en los últimos tiempos hemos estado presentando a nuestros mediadores nuevas líneas de negocio con nuevos productos adaptados específicamente a las necesidades de las PYMES. Algunos, incluso, de forma muy específica, como puedan ser las bodegas, almazaras, explotaciones agropecuarias. En definitiva, estamos aumentando nuestra oferta en los productos de pymes y empresas.

En esta nueva etapa, ¿cuál va a ser el distintivo de las relaciones con sus clientes?

■ Pensamos que en el mercado se han de redefinir las relaciones entre el clien-

te, el mediador y la compañía. Pero no porque nosotros queramos sino porque el cliente lo demanda. El cliente de ahora no es el que había hace unos meses o años. Cambia continuamente. Es nuestra obligación conocerle y adaptarnos a lo que quiere y necesita una relación distinta, de confianza y cercanía.

Cada vez tiene más información, cada vez sabe mejor lo que quiere, pero no deja de demandar un servicio extraordinario por el seguro que ha contratado. Nuestra obligación no solo es dárselo sino, además, ofrecérselo cuando quiere y como quiere. Que el cliente quiere enviarnos un email, que pueda hacerlo; llamarnos, le contestaremos; por redes sociales, ahí estamos; en el móvil, aplicaciones móviles; en internet, páginas web renovadas...

¿Y con los corredores de seguros?

■ Crecimiento rentable, orientación al cliente y mediador. Esos son los tres pilares de la compañía. El corredor tiene un papel relevante en nuestra estrategia para este año, pero también en el futuro del sector asegurador. Nosotros queremos trabajar con más y mejores corredores. Para ello nos vamos a acercar mucho más a ellos, les vamos a ofrecer mejores herramientas y vamos a hacer crecer nuestro negocio por esta vía. Y solo lo conseguiremos si el corredor nos considera entre sus primeras opciones.

¿Demanda el mercado esa labor del corredor?

■ El mercado necesita al corredor, al igual que a los agentes, porque ofrecen una confianza que los clientes, que no buscan solo precio, necesitan.

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

■ Estamos convencidos de que los mediadores profesionales tienen mucho futuro. Deben tener una estrategia clara para sus empresas y adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes y creemos que están en muy buena disposición para hacerlo. Los que en-

tiendan su relación con el cliente de un modo profesional saldrán en una posición reforzada de esta crisis.

Para Liberty Seguros el papel que juegan los mediadores en la actividad aseguradora es fundamental para seguir generando negocio y establecer una relación directa con el cliente. Representan el 60% del negocio de la compañía y son la cara visible del seguro.

¿En qué acciones se plasmará su colaboración con los mediadores?

■ Tenemos muchas iniciativas orientadas tanto para desarrollar a los mediadores que ya trabajan con nosotros como para captar nuevos mediadores. Confiamos en el futuro de la mediación profesional. Así lo reafirman los acuerdos que hemos firmado recientemente con diferentes Colegios y la firma del Código de Buenas Prácticas con el Consejo. El objetivo es seguir trabajando mano a mano con el mediador a través de patrocinios y la colaboración en cursos de formación, seminarios y conferencias.

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

■ Creemos que el futuro de la mediación está en la profesionalización. Solo los mejores preparados, quienes entiendan su negocio desde un punto de vista profesional y quieran crecer al ritmo de las nuevas tecnologías y las nuevas relaciones entre los clientes, mediadores y aseguradoras, serán capaces de sobrevivir.

Y quienes entiendan esto y trabajen por desarrollar su negocio no solo tienen futuro sino que van a crecer y nos van a tener a su lado. Por eso tenemos programas para desarrollar sus negocios, por eso les apoyamos desde el punto de vista de la gestión del negocio. Por eso ponemos nuestras herramientas de gestión a su servicio y beneficio. Tenemos mucho que aportarnos mutuamente y en el futuro aún más. Apostamos por una mayor colaboración con la mediación, porque eso redundará en beneficio de todos. ■

Experiencia aseguradora

Este joven ejecutivo, nacido en Cáceres en 1971, es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por el ICADE y Executive MBA por la University Chicago Graduate School of Business en la que se graduó con Honors en 2006. Antes de ser CEO del Grupo Liberty Seguros, puesto que ocupa desde Junio de 2011, ha desarrollado durante más de 15 años una intensa actividad profesional aseguradora, inicialmente en consultoría y, desde hace 11 años, en subsidiarias españolas de grupos aseguradores internacionales. Dentro del Grupo Liberty ha sido Director General de la Unidad de Oferta del Grupo Liberty Seguros, responsable de unidad de negocio (Canal Directo), áreas operativas (Centros de Servicio), soporte (IT, RR.HH) y proyectos internacionales.



“Corazón azul”: salud, naturaleza y descanso

Todos los balnearios aragoneses ofrecen nuevos productos y servicios bajo el formato 2x1)

Los balnearios de Aragón han puesto en marcha la campaña “Corazón Azul”, una “marca” bajo la que se cobijan ofertas específicas de cada uno de ellos bajo el formato 2x1. Bajo ese formato, los turistas podrán disfrutar de distintos productos que ofertan cada uno de los establecimientos: alojamiento, circuito termal, baños de vapor, gimnasio, piscina exterior, masajes, etc.

Es una iniciativa que trata de fusionar dos de los elementos que hacen de la oferta de los Balnearios de Aragón un signo diferencial del Turismo de Aragón: uno, el uso terapéutico que posibilitan las aguas termales y, otro, su uso vacacional y de descanso.

Aragón es una comunidad privilegiada para disfrutar de esos dos usos en nuestras escapadas. El año pasado, los diez balnearios aragoneses atendieron a 13.500 personas. La riqueza y variedad de aguas minero medicinales hacen de Aragón una referencia internacional en el turismo de salud.

Aragón es la segunda Comunidad con mayor número de Balnearios en España, todos ellos ubicados en entornos naturales excepcionales y en medio de escenarios naturales de gran belleza, rodeados de historia y arte. Todo ello, unido a una buena gastronomía han convertido a los balnearios en

destinos vacacionales perfectos para reponerse del estrés y mejorar, de forma natural, las dolencias a través de sus aguas medicinales.

Las estaciones termales han diseñado esta campaña con distintas ofertas en el que se ofrecen todos los atractivos que tiene nuestra red de balnearios. Además del agua medicinal que les distingue, los balnearios aragoneses ponen a disposición de los visitantes para su disfrute la riqueza de los entornos naturales en los que se enmarcan y la posibilidad de servicios para disfrutar de una escapada romántica.

“Corazón Azul” reúne los rasgos más característicos de los centros termales, como es su consideración de centro de salud, y el agua, principal materia prima natural de la que se abastecen los establecimientos. La campaña contempla diferentes variantes, que aparecen en esta misma página, atendiendo a los atractivos que se ofrecen.

Un portavoz de la asociación ha explicado que con esta campaña, “se desea innovar la imagen de los Balnearios, conservando la esencia y tradición de los mismos”. Los balnearios aragoneses han sido uno de los sectores que más ha aportado al turismo aragonés. Algunos de ellos, han superado ya los cien años de actividad.



Balneario de Paracuellos de Jiloca.



Balneario de Panticosa.

Elige tu corazón azul

Para obtener las interesantes ofertas que han diseñado los Balnearios de Aragón para la campaña Corazón Azul, tan sólo tienes que acceder a la página web www.corazonazul.net. Verás las ofertas de los distintos Balnearios. Una vez hayas elegido tu corazón azul tan solo tendrás que pinchar en el corazón del Balneario que hayas elegido. Acto seguido se descargará tu corazón azul, debiendo llamar al Balneario para consultar la disponibilidad y formalizar la reserva del corazón azul que hayas elegido. Por último se canjeará el corazón azul descargado en el establecimiento. Las ofertas están sujetas a la existencia de disponibilidad en el establecimiento.

Estas son las ofertas actuales:

BALNEARIO LA VIRGEN:

- 2x1 En Habitación doble en media pensión, con sesión de Jacuzzi, gruta húmeda y lago termal para dos personas por 70€ dos personas.

TERMAS PALLARÉS:

- 2x1 En el Aquatherma, por 33€ las dos personas.

PARACUELLOS DE JILOCA:

- 2x1 En circuito termal agua sulfurosa, por 40€ las dos personas.
 2x1 En escapada termal en habitación doble para una noche en Alojamiento y Desayuno, y circuito termal para dos personas, por 80€ para dos personas.
 2x1 En Jornada Termal que incluye Circuito Termal y Comida para dos personas por 45€ las dos personas.
 2x1 En Jornada de Belleza que incluye Circuito Termal y Tratamiento Corporal para dos personas por 80€ las dos personas.

Estas ofertas se irán sucediendo en el tiempo, estando actualmente activa, el dos por uno en circuito termal agua sulfurosa.

SICILIA:

- 2x1 En piscina termal activa, circuito de saunas y ducha de contrastes para dos personas, por 34€ las dos personas.

SERÓN:

- 2x1 En estancia en habitación doble con desayuno incluido y piscina termal activa para dos personas por 63€ las dos personas.

MANZANERA EL PARÁISO:

- 2x1 En habitación doble en régimen de media pensión, piscina termal activa y técnica de hidroterapia para dos personas por 88€ las dos personas.

VILAS DE TURBÓN:

- 2x1 En masajes de 40 minutos, relajante plus, aquaterapia y comida para dos personas por 34€ las dos personas.

PANTICOSA:

- 2x1 En Masajes Locales o Circuito termal para dos personas.



Balneario de Sicilia.

Lo que las lluvias no se pudieron llevar

Después de la riada, la alta Ribagorza ha recuperado la impresionante belleza de sus parajes naturales y la presencia de su rico patrimonio monumental.

La comarca de La Ribagorza no quiere dar vueltas a lo que ocurrió el 18 del mes de junio, cuando la furia del río Ésera dejó aislado el Valle de Benasque y sus aguas inundaron equipamientos municipales, dañaron edificios, arrastraron coches y obligaron a evacuar calles enteras.



■ Iglesia de Ramastué. Foto cedida por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Castejón.

Después de aquello, la comarca se ha puesto a trabajar. Sus pobladores, con el apoyo de entidades públicas y organizaciones colaboradoras, se implicaron al día siguiente en la recuperación de infraestructuras, dando muestras de su capacidad para superar los infortunios y del cariño que profesan a esta tierra.

El alma, intacta

Hoy, casi un mes después de la catástrofe, podemos decir que el alma del Valle de Benasque, su belleza y atractivos han salido indemnes de este embate de la Naturaleza. El paisaje ha recobrado los colores que le caracterizan y que su alcaldesa, Luz Gabás, describe con estas palabras: "blanco en invierno, verde en primavera, exuberante en verano y rojo en otoño". El valle ya luce orgulloso el esplendor de sus campos, la policromía de sus bosques y la pureza de su atmósfera.

Las altas cumbres de los Pirineos, aún con nieve, contemplan como se recupera la llanura. En esta comarcas de La Ribagorza es donde se encuentra el verdadero corazón de los Pirineos, donde se localiza el más imponente y espectacular macizo montañoso del sur de Europa: el Parque Na-

tural de Posets-Maladeta. La naturaleza en este parque ha sido pródiga en belleza y altitudes.

Fue constituido en 1994 con la finalidad de salvaguardar sus valores naturales, vegetación, fauna y formaciones geomorfológicas. Destacan como monumentos naturales los tres glaciares, que coronan los macizos Posets, Perdiguero y Maladeta.

El parque alberga el mayor número de cumbres de 3.000 m de los Pirineos. Distribuidos por el Valle hay múltiples cascadas y más de 95 lagos de origen glaciar (Cregüeña, Batisielles, etc.) de distintas dimensiones y características. En la población de Benasque se encuentra el Centro de Visitantes, con una exposición permanente que recoge los cuatro grandes ambientes que existen en el Parque (roca, hielo y nieve, pastizales y praderas, bosques de alta montaña y los valles habitados) y una sala audiovisual sobre el parque.

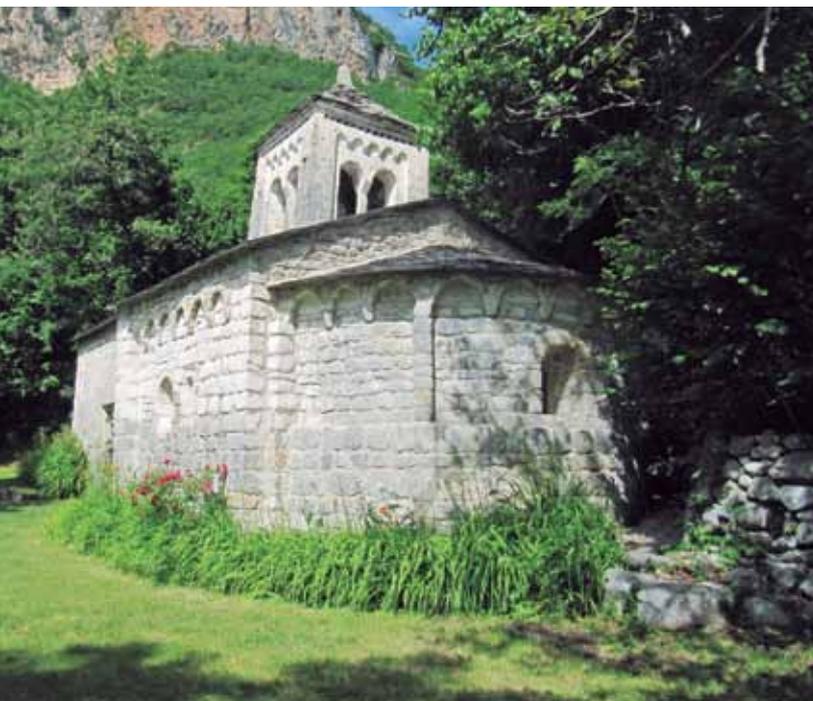
Los conocedores de esta tierra aseguran que "el verano se prepara más espectacular que nunca, con más verde, más agua y más nieve". Algunas infraestructuras pueden estar dañadas, pero la imagen y los atractivos del valle siguen mostrándose con toda su nitidez. Después del susto, la naturaleza orgullosa de alta Ribagorza recobra todo su color y la impresionante belleza de sus parajes naturales, entre los que emerge su rico patrimonio monumental.



■ Castejón de Sos es la capital del Parapente. Foto cedida por Turismo de Aragón.

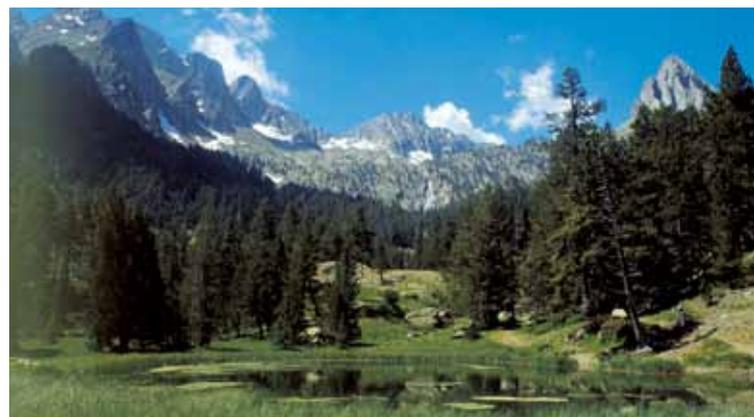
El Alto Ésera es un territorio peculiar que se ha conservado fiel a su historia y que mira al futuro apoyándose de ella. Su aislamiento geográfico y su condición fronteriza, en el extremo nororiental de Aragón, han servido para consolidar unos rasgos históricos y culturales propios, visibles hoy en sus tradiciones, fiestas y lenguas, que pueden disfrutar los visitantes.

Hoy, cuando el verano ha puesto las cosas en su sitio, este territorio del Alto Ésera ofrece todas las posibilidades que durante siglos ha degustado el viajero. Ascender una cima, recorrer un valle, descansar junto a un ibón, escuchar el sonido de los pájaros junto con el murmullo de un río son expresiones de la fortaleza de estas tierras y de sus habitantes y un regalo sorpresa para los que las visitan por primera vez.



■ Ermita El Run. Foto cedida por la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Castejón.

Hay que comenzar por visitar y vivir entre las altas montañas del Parque Natural Posets Maladeta, al pie de los mayores glaciares del Pirineo, la estación de esquí alpino de Cerler y la de esquí de fondo de Los Llanos. Allí se encuentra el entorno de Llanos del Hospital. Antiguamente fue posada de paso fronterizo, donde se acogía, atendía y asistía a los peregrinos, comerciantes y viajeros que hace siglos cruzaban hacia Francia por las altas cumbres pirenaicas. Ocho siglos después de su construcción por los monjes hospitalarios, ha sido reconstruido en hotel para que los caminantes de hoy en día puedan disfrutar de la montaña en un entorno único rodeado de bosques mixtos, prados y cumbres.



■ Valle de Benasque. Foto cedida por Turismo de Aragón.

El patrimonio monumental

Junto a su tesoro natural, la zona ofrece su rico patrimonio monumental. Entre los siglos XI y XIII, Ribagorza acumuló un sinfín de ermitas, parroquiales, monasterios, castillos, puentes, objetos exquisitos y una catedral. Si algo define el patrimonio ribagorzano es esa omnipresencia del románico. No se puede perder la impronta dejada por el románico lombardo en monumentos imprescindibles como Obarra o Fantova.

El viajero podrá disfrutar de restos romanos, en la ciudad de Labitlosa, uno de los hallazgos arqueológicos más interesantes de todo Aragón. Puede vivir las huellas y fósiles de los dinosaurios en Arén y la magia del conjunto medieval de Montañana a la nueva arquitectura y espiritualidad del santuario de Torreciudad o el lamasterio de Panillo.

Por supuesto, el patrimonio urbano es otro de sus atractivos ya que tiene una cualidad: su belleza dentro de un entorno sostenible.

Es el caso de la propia ciudad de Benasque. En su casco urbano se puede encontrar el típico emplazamiento de calles estrechas y empedradas, de enorme belleza, con casas construidas en piedra que se amontonan al abrigo de su iglesia románica del siglo XIII. Destaca también el palacio de los condes de Ribagorza y la Casa Juste del siglo XV.

También recomendamos visitar la población de Castejón de Sos, situada a poca distancia de la carretera Barbastro-Benasque y que es, sin ninguna duda, la capital del Parapente. En su casco antiguo destaca la iglesia, edificio del siglo XVII con portada flanqueada por pilastras estriadas y coronada por arco bajo frontón triangular.

Finalmente, recomendamos la visita a la población de Campo, sede del Museo de los Juegos Tradicionales, inaugurado en julio de 1998, con el objetivo de investigar, conservar y difundir todas las manifestaciones de la cultura tradicional que pueden englobarse en el concepto de juegos.■

Planes de Pensiones 2013

5% en efectivo



TRASPASE SU PLAN Y LLÉVESE HASTA UN 5% EN EFECTIVO O FANTÁSTICOS REGALOS

El dinero que aporte a un Plan de Pensiones antes del 31 de diciembre reducirá directamente su base imponible, pudiendo conseguir hasta un 47% de ahorro fiscal en su próxima declaración.

Si ya tiene contratado un Plan de Pensiones, le facilitamos traspasarlo a Kalibo sin ningún tipo de penalización; nosotros nos ocupamos de todo.

Y si no lo tiene claro... le ofrecemos asesoramiento sobre cuál es la fórmula que mejor se adapta a su perfil.

OPCIÓN 1 ➤    **2% en efectivo**

Aportaciones entre 24.000 a 89.999€

OPCIÓN 2 ➤ **3% en efectivo**

Aportaciones a partir de 90.000€

OPCIÓN 3 ➤ **5% en efectivo diferido a 5 años**

Aportaciones a partir de 24.000€

Consulte las promociones para aportaciones más reducidas.

 **kalibo**
CORREDURIA DE SEGUROS
976 210 710 o info@kalibo.com

*Venga a nuestras oficinas,
le estamos esperando*