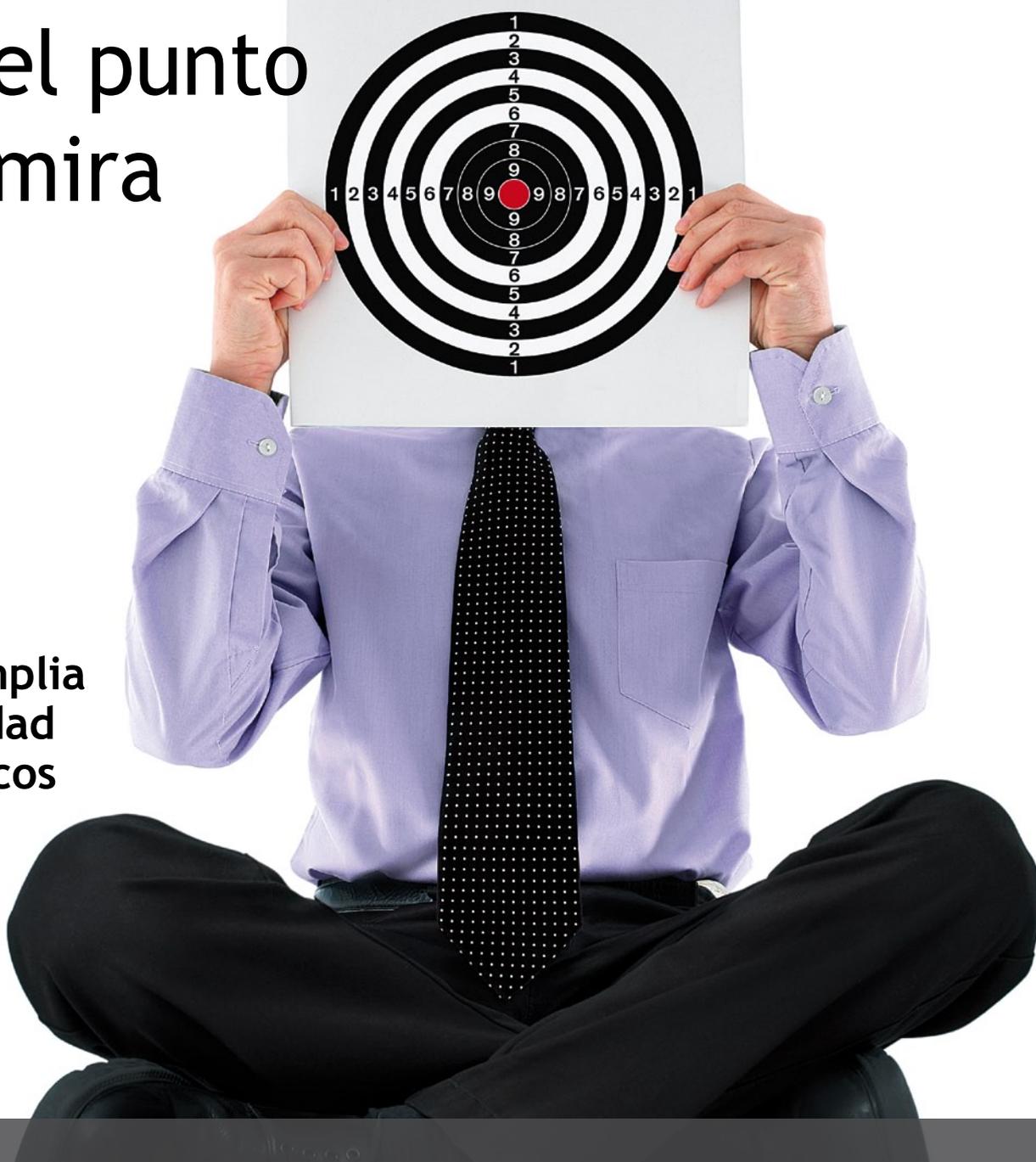


RESPONSABILIDAD CIVIL:

Los **directivos** en el punto de mira



Kalibo amplia
su actividad
a Marruecos



**Heinz-Herbert
Dustmann**
Predilección por Aragón



Miguel Pardeza
Inicia nuestra sección
"Con Pluma Ajena"

La otra versión del empresario: **4**
Heinz-Herbert Dustmann, predilección por Aragón



Crónica empresarial: **8**
Poner en el mapa y salirse de él
Enseñar a distancia
Desde Borja a todo el mundo
Juguetes por todos los continentes
En 2010



Soluciones aseguradoras: **10**
Los directivos en el banquillo de los acusados
Seguro de responsabilidad civil

13 *Seguridad en la conducción con lluvia*



14 *Tendencias:*
Evasiones reparadoras
Para leer
Gastronomía

16 *Entrevista:*
Álvaro Mengotti, Director General de Chartis en España y Portugal



18 *No tropezar en la misma piedra:*
Una simple carretilla ocasionó graves daños en una nave industrial

19 *Kalibo, en pocas palabras:*
Nuestra antena en Marruecos
Las responsabilidades ambientales



Con pluma ajena: **20**
Un momento decisivo en la vida de Miguel Pardeza

2010 lleno de incertidumbre

Los corredores de seguros estamos en ese lugar privilegiado, también arriesgado y exigente, para divisar y pulsar la marcha de la economía real.

Por un lado, oímos y comprendemos los lamentos y las ilusiones de nuestros clientes, personas y empresas y, por otro, conocemos los equilibrios y previsiones de un sector vital en la trayectoria financiera del mundo que son las compañías de seguros.

Para ustedes, para nosotros, para todos, el año 2010 se presenta, complicado, lleno de incertidumbres. Todos damos por superada la "caída libre" con la que se ha manifestado la crisis, pero nadie sabe si ya se ha producido una inflexión del ciclo y, sobre todo, nadie se atreve a formular previsiones sobre su ritmo de recuperación. Cada zona del mundo, cada país y aún cada comunidad autónoma, donde las haya, aplicará un dinamismo distinto para recuperar la actividad.

Los empresarios españoles no han recuperado aún su confianza en la marcha de la economía. No encuentran alicientes para invertir. No divisan motivos para incrementar sus plantillas. No tienen claro cuál va a ser el criterio de las entidades financieras para dotar de recursos cualquier iniciativa empresarial. Para colmo, desconocen si desde el Gobierno se tomará una decisión para acabar con el lastre de la morosidad de administraciones públicas y de particulares, que ha convertido a las empresas en financiadoras de sus propios clientes.

Esta coyuntura justifica que los empresarios persigan una reducción en los precios de las primas de seguros y ese precio dependerá de la marcha de la economía.

Pero las demandas del mundo empresarial no se reducen exclusivamente al precio de las primas. En momentos de crisis, el cliente busca la mejor oferta en precio, pero también el mejor asesoramiento y servicio. Ese será un objetivo a perseguir en el año que acaba de nacer.

Las compañías aseguradoras están trabajando con márgenes ajustados, sobre todo en sectores cuyos riesgos cambian con demasiada frecuencia, como flotas, colectivos de salud o responsabilidad profesional en determinados sectores. En este escenario, los corredores vamos a adentrarnos en el mejor conocimiento del margen de solvencia y coberturas de las provisiones técnicas de las compañías. En este objetivo debe implicarse la Administración que tiene la responsabilidad de que las compañías que trabajan en nuestro país lo hagan con unos márgenes de solvencia que garanticen un correcto funcionamiento y su larga supervivencia.

Nosotros, KALIBO, queremos situarnos en estas coordenadas. Entre esas justificadas incertidumbres, nosotros continuamos con nuestro objetivo de siempre: aportar el asesoramiento preciso y el seguimiento permanente de los productos que ponemos en manos de nuestros clientes.

Feliz y seguro 2010.

Miguel de las Morenas
Director General
Kalibo Correduría de Seguros

EDITA

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

IMPRESIÓN

Industrias Gráficas La Moderna.
www.lamoderna.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Juan López Montoro

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
Tirada: 2.400 ejemplares

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

Está permitida la reproducción total o parcial de los contenidos de Panorama, siempre y cuando conste cita expresa de la fuente.



Heinz-Herbert Dustmann, predilección por Aragón

“A los 19 años, trabajando en la fábrica de mi padre, me envió a la planta de Zaragoza para perfeccionar mi trabajo y mejorar el dominio de la lengua española. Ahí comenzó mi cariño por Aragón”.

“Mi mujer y su familia son zaragozanos, aquí la conocí, aquí tenemos una casa en la que vivimos muchos periodos del año y desde donde salimos a conocer toda la cultura de Aragón”

Heinz-Herbert Dustmann, un alemán de cincuenta y pocos años, preside la multinacional *Dula*, fundada en 1953, una de las primeras empresas europeas dedicadas al equipamiento comercial. *Dula* tiene plantas de fabricación en cinco países y planifica, desarrolla, produce y monta los equipamientos de las más importantes marcas comerciales de Europa.

En el verano, *Heinz-Herbert Dustmann* cambia las tibias tierras del norte de Alemania y los paisajes de su Dortmund natal, por su casa en Zaragoza. Desde sus ventanales divisa las nieves del Pirineo y las primeras ondulaciones de los Monegros. Un contraste que alimenta su cariño por Zaragoza, aunque los principales motivos para ser vecino de esta ciudad sean otros más profundos. El principal, que su esposa, *Marisa*, a la que conoció hace casi 30 años, es zaragozana y de familia zaragozana. Luego, que Zaragoza fue la vía de entrada en la cultura española y, finalmente, una de las plantas de producción de *Dula Ibérica*, está ubicada en la capital.

¿Qué le hizo “enamorarse” de España y de Zaragoza?

- No fue un flechazo instantáneo, sino una seducción continuada. No fue por un motivo concreto y momentáneo sino que fue un interés prolongando y creciente.

¿Cómo comenzó esa historia?

- Tengo una foto mía en el Parque del Retiro de Madrid, cuando tenía 6 años. Mi madre y yo acompañamos a mi padre a un viaje de negocios y fue mi primer contacto con España. Unos años después, con ocasión de otro viaje de mi padre, conocimos Mallorca, al que siguieron otros viajes aislados por temas profesionales para mantener entrevistas con nuestros clientes en España. Con todo ello, iba conociendo cada vez más España y me iba enamorando más de este país.

¿Cuándo aparece Zaragoza en su biografía?

- Cuando decidí que, al finalizar mis estudios, vendría a conocer España con más calma y profundidad. A los 19 años, yo trabajaba ya en la fábrica de mi padre y me envié a la fábrica de Zaragoza para continuar mi trabajo y mejorar mi dominio de la lengua española. Era el momento en el que había finalizado mis estudios iniciales en Alemania y había hecho unos cursos de ebanistería para introducirme en el objeto de nuestra empresa. Yo quería realizar antes que nada cursos de formación profesional que me permitiesen ayudar a mi padre en su trabajo. Luego haría mis estudios superiores.

¿Cuándo comienza a conocer el resto de Aragón?

- Mi primera estancia en Zaragoza duró solamente seis semanas. Las tres primeras las empleé para adentrarme en el idioma español, para lo que tuve un profesor que no solamente me enseñó el español, sino que me hizo conocer toda la geografía de Aragón y muchos de los monumentos de esta ciudad, de esta región y de España. Luego, hice unos cursos en la Facultad de Letras de Barcelona, sobre cultura española y, finalmente, me matriculé en ESADE y en la Facultad de Economía de la Universidad de Barcelona para realizar mis estudios profesionales superiores.

¿Qué fuerza actuó para que su corazón se inclinase por España?

- El carácter de sus gentes, muy abierto y comunicativo, muy diferente a la expresión generalizada en Centroeuropa. Me impresionó la densa historia cultural de España, la fuerza de sus manifestaciones humanas, como el arte, la religión, etc. Y me conmovió el carácter de las mujeres españolas que tienen su propia forma de expresar la feminidad.

Aquel cariño inicial, ¿se ha mantenido?

- Me casé con Marisa, una zaragozana, aquí tenemos una casa a la que venimos con frecuencia con nuestros hijos y, en los días que pasamos en Zaragoza, hacemos visitas a muchos territorios de Aragón.



■ Dustmann con su esposa Marisa.

El empleo del tiempo libre

¿Predilecciones?

- Toda manifestación que muestre la cultura y la forma de ser de una población: arquitectura, religión, gastronomía... Estoy convencido de que la gastronomía es una muy fiable expresión de la cultura de un país o una región.

¿Tres expresiones gastronómicas que le encandilen?

- Los cogollos de Tudela, el jamón de Teruel y los tomates que se cultivan aún en algunas huertas del Valle del Ebro y, por supuesto, los vinos del Somontano.

La forma en que emplea el tiempo libre es una de las más fiables manifestaciones de la personalidad. ¿Cuáles son sus hobbies preferidos?

- La degustación de expresiones culturales, singularmente la música. Canté en un coro de aficionados cuando estudiaba en Barcelona, la coral Madrigal. Llegué a cantar en el Nou Camp.

¿Cómo hincha "culé"?

- No, como perteneciente a ese coro catalán. Con ocasión de un encuentro internacional muy importante que se celebró en ese estadio, hubo una actuación previa de un conjunto de corales, que reunió más de 2.000 voces. Una de ellas era la mía como componente del coro Madrigal.

¿Ha hecho más pinitos con la música?

- Soy un ferviente auditor de música, sea clásica o moderna, e intento mejorar mis conocimientos de piano y guitarra, aunque no paso de ser un aficionado.

Seguimos indagando en su tiempo libre. ¿Cuál es su afición predilecta?

- El golf. Casi desde que nos conocemos mi esposa y yo hemos jugado al golf siempre que hemos podido. Mi esposa es una ferviente enamorada del golf.

¿Qué le seduce de este deporte?

- Que, como deporte es competitivo y tenso, pero nunca rebasa ciertos límites de agresividad. Es un deporte sereno, pero que precisa concentración, lo que te permite evadirte de otras ocupaciones y que se juega en un escenario de gran belleza y que se puede jugar sólo, sin contrincante, ya que puede jugar contra uno mismo.

¿Dos de esos bellos escenarios?

- "La Peñaza", en Zaragoza y "La Cala" en Mallorca.



■ Heinz-Herbert en la bodega de la "Casa de las marcas"



■ Otros espacios de la "Casa de las marcas"

Hablemos de negocios

¿Cuál ha sido la receta que ha permitido el desarrollo y crecimiento de su empresa que se creó en 1953 hasta llegar a ser un líder?

- Desde el nacimiento de Dula, todos nuestros empleados se comprometen a una planificación creativa, a tener como objetivo básico el desarrollo de la empresa, a base de una realización individual y un valorado diseño.

Es cierto que la moda cambia con rapidez, ¿también cambia el escenario donde se expone? ¿Cambia la moda de los establecimientos que venden moda?

- Está claro que una cosa es la mercancía que se expone y otra es la forma en la que se pone en escena, pero ambas están muy relacionadas. Los establecimientos que más cambios necesitan en su interiorismo, son precisamente aquellos que venden moda. Este es el principio sobre el que gira nuestra creación y diseño de las tiendas de moda. En Dula estamos convencidos que el equipamiento de un establecimiento, comercio, tienda, está también vinculado con la misma moda. Cambia la moda que se expone y, al mismo tiempo, cambia el escenario donde se expone. Muchas de nuestras tiendas, cambian totalmente de diseño cada tres años.

¿Qué impera más en sus instalaciones, el diseño o la funcionalidad?

- Ambas cosas. Nuestra línea directriz en los proyectos que asesoramos se centra en conectar estética y funcionalidad. Intentamos mezclar equilibradamente módulos y elementos flexibles, la estética y lo técnicamente factible. El poder coordinar todo ello de manera óptima es la tarea del jefe de proyectos de Dula.

¿Es un diseño exclusivamente plástico?

- Siempre consideramos el diseño de tiendas de manera íntegra. Es decir, los colores, las formas y los materiales, la luz y el sonido, la información y la presentación siempre van juntos y crean un ambiente en el que la compra es un placer. Con esta exigencia realizamos los proyectos nacionales e internacionales.

En Europa ya es célebre su "Casa de las marcas" como máxima expresión de un local comercial. ¿Cómo es?

- Es una atmósfera donde sentirse a gusto. Se trata de crear una instalación con luces, suelos uniformes, recorrido redondo y fluido, donde se cree un ambiente homogéneo y los clientes se sientan a gusto.

Hace unas semanas, la Cámara de Comercio de Westfalia ha concedido el premio anual a su empresa. ¿Qué cree que le reconocieron?

- En el acto de entrega, el presidente del pequeño comercio de Westfalia-Münsterland, simbolizó en nuestro centro de aprovisionamiento nuestra doble condición de carpinteros y de comerciantes industriales.

¿Se ha frenado el crecimiento de su empresa en estos dos años de crisis?

- Quizás no hemos crecido al mismo ritmo acelerado que los años anteriores, pero hemos mantenido un crecimiento sostenido.

¿Cuál ha sido su arma secreta para mantener la actividad en una crisis como la actual?

- Lo que nos ha mantenido en un alto nivel de ocupación es que nos hemos preparado para ella. Nuestra estrategia ha sido mantener la misma línea de actuación que hemos tenido desde el comienzo de nuestra actividad.

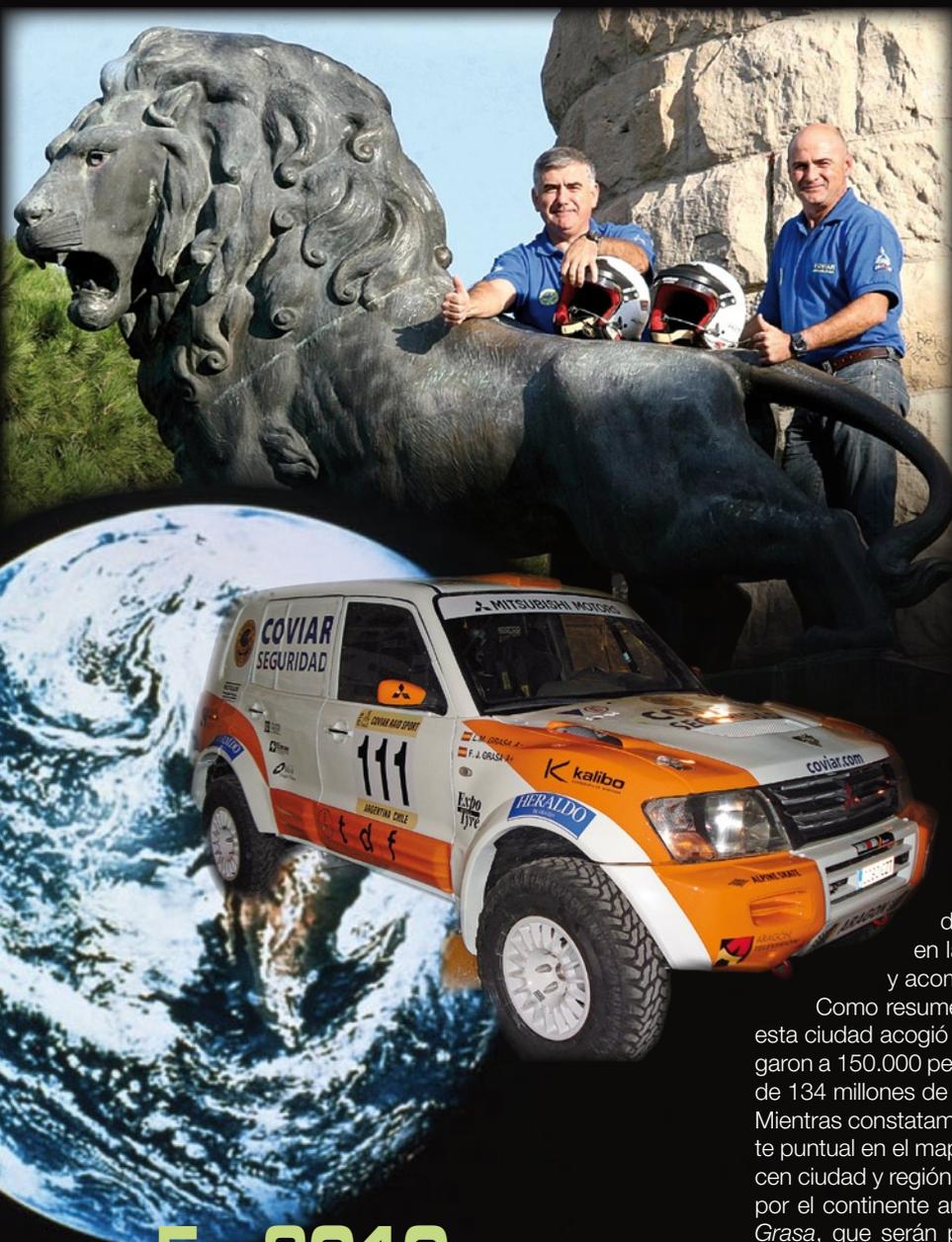
¿Consistente en...?

- Innovar permanentemente, minimizar los costes, optimizar la calidad, ir un paso por delante de la competencia.

¿Inversiones?

- Siempre con recursos propios. Hay que mantener una línea constante en la capitalización de la empresa provisionándola de recursos en los momentos de bonanza económica para estar tranquilos cuando las cosas vienen mal. ■

Poner en el mapa y salirse de él



En 2010

En 2010, Zaragoza volverá a ser punto de encuentro de empresarios y profesionales de todo el mundo, ya que la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Ministerio de Industria ha otorgado el reconocimiento de internacionalidad a siete de las ferias comerciales que se celebran en Zaragoza en 2010. FIMA, Power Expo, Tecnodeporte, Smagua, Expoalcaldía, Feria Profesional del Mueble y Logis Expo cumplen los requisitos exigidos para ser calificadas como ferias internacionales, creciente número de expositores y visitantes y su redoblada aspiración de ser enseña de las nuevas tecnologías.

La Exposición Internacional Expoagua Zaragoza 2008 perseguía, entre otras finalidades, "poner a Zaragoza en el mapa", potenciando la ciudad como sede de congresos y reuniones empresariales.

La capital, que allá en 1977 se convirtió en la ciudad pionera nacional en el asociacionismo empresarial, ha revalidado sus poderes en 2009. Aquí nació, hace más de tres décadas, la Confederación Española de Pequeña y Mediana empresa y, desde entonces, Zaragoza es referente nacional en el movimiento organizativo empresarial, situación que se ha consolidado en el año recién finalizado. A ello ha contribuido la creación e impulso de la "marca Zaragoza" que en las últimas semanas ha tenido el apoyo de importantes empresas de la región, como BSH Balay, Hispano TATA, Imaginarium, Pikolín y La Zaragozana.

En el flamante Palacio de Congresos construido para la Exposición Internacional, se celebraron importantes foros empresariales, entre ellos, el Congreso Nacional de la Empresa Familiar.

Unos días después, la Asociación de Empresarios y Directivos de Aragón, el antiguo Club de Marketing, que preside Salvador Areneré, volvía a reunir a los empresarios para otorgar sus prestigiosos Premios Vendor. La capital también acogió el Congreso Nacional de la Sociedad Nacional de Médicos de Atención Primaria, un evento que congregó en la capital a 7.000 personas, entre congresistas y acompañantes.

Como resumen podemos decir que, si durante el año 2008 esta ciudad acogió 2.000 reuniones y 750 congresos que congregaron a 150.000 personas, dejando en la ciudad una inversión total de 134 millones de euros, esa cifra se ha visto superada en 2009. Mientras constatamos que la ciudad de Zaragoza ya es un referente puntual en el mapa mundial de congresos y reuniones, otros hacen ciudad y región saliéndose del mapa y fijando hitos e itinerarios por el continente americano, como los hermanos Javier y Miguel Grasa, que serán piloto y copiloto del primer equipo totalmente aragonés, el Coviaraid Team, y que bordo de un Mitsubishi Montero DI-D participarán en la carrera Dakar 2010. El Coviaraid Team debuta en la 32ª edición del Dakar Argentina-Chile-Argentina 2010 con el objetivo de terminar cada etapa y completar los 9.000 kilómetros de Raid en la mejor posición entre los vehículos de la categoría amateur.

La estructura del equipo, además del Mitsubishi de competición, cuenta con otro coche de asistencia Mitsubishi Montero DI-D similar al de competición, un camión T4 de asistencia rápida y un camión-taller T5 con asistencia y recambio.

Con el apoyo de su familia, sus amigos y las empresas que han apostado por Coviaraid Team, el empeño de los hermanos Grasa es "terminar la carrera y aportar la caballerosidad y el compañerismo que durante tantos años hemos aplicado en el Campeonato de España".

Desde Borja a todo el mundo

FINE TUNED SYSTEM
+

ECOFILL
+

3N^X
=

SISTEMA ÓPTIMO

FT S3

Pero no todos los crecimientos se van a realizar fuera de las fronteras españolas. La empresa *Mundo Ibérica*, instalada en Borja, acaba de hacer pública la ampliación de su actividad en esta misma población, con la instalación de una nueva línea de producción de césped artificial de última generación, que generará 20 nuevos puestos de trabajo. Esta ampliación se suma a los 14.000 metros cuadrados construidos de los que ya dispone en Borja y contará con una plantilla estable de un centenar de personas.

Mundo Ibérica es líder mundial en la fabricación de pavimento y equipamiento deportivo, y con esta ampliación consolida su presencia estratégica en España, donde se mantiene desde hace más de 20 años, reforzando la excelencia en su productividad de distintos tipos de césped artificial abasteciendo a todo el mercado internacional.

Enseñar a distancia

También se ha salido del mapa la empresa zaragozana *Master-D*, embarcada en un vigoroso proceso de internacionalización, después de haber abierto sus nuevas instalaciones de 2.500 metros cuadrados en Madrid, donde ha invertido 12,5 millones de euros.

Ahora, la empresa aragonesa de formación abierta y a distancia acaba de anunciar un plan de crecimiento para llegar a Brasil, China, Portugal y Grecia, con una inversión de 6.000.000 de euros.

En Brasil ha constituido una filial local con capital enteramente español y ha establecido las bases para iniciar la comercialización de cursos de formación. En China ha formalizado la creación de una *joint-venture* con un socio local; en Portugal continúa su crecimiento desde su implantación hace cinco años. Por último, en Grecia comenzó su actividad en 2007 y durante 2008 ha consolidado su posición en el mercado de la formación.

En este momento su actividad exterior proporciona formación en modalidad abierta a 3.000 alumnos. En 2009, el volumen de negocio ha superado los 78 millones de euros.



Juguetes por todos los continentes

Con la misma mentalidad universalista, el año 2009 ha sido el año de la consagración internacional de la firma zaragozana *Imaginarium*, que preside *Félix Tena*.

El pasado 1 de diciembre, esta PYME aragonesa salió a cotizar en el parqué de la Bolsa. Su objetivo: conseguir recursos financieros para financiar su plan de expansión que prevé la apertura en dos años de 148 tiendas distribuidas en todos los continentes. Los responsables de expansión del grupo aseguran que tienen en cartera más de 600 solicitudes de apertura

de nuevos establecimientos en países tan remotos como Australia, India o Japón.

El empresario aragonés *Félix Tena* fundó *Imaginarium* en 1992. Hoy, la cadena *Imaginarium* cuenta en todo el mundo con 350 tiendas, de las que la mitad son establecimientos franquiciados. En estas tiendas vende los juguetes que diseña en Zaragoza y Hong Kong y que, en sus cuatro quintas partes, son producidos en Asia.



Los directivos, en el banquillo de los acusados

El seguro de Responsabilidad Civil para Administradores y Directivos es, hoy por hoy, la mejor solución para salvaguardar el patrimonio personal de los Altos Cargos ante las numerosas vicisitudes a las que pueden enfrentarse en el ejercicio de su actividad gerencial. Una solución técnica, profesional y asequible.

1 La cultura de la indemnización se extiende por Europa y Asia. Los directivos se sienten cada vez más inseguros, y las compañías de rápido crecimiento se hallan expuestas a un mayor riesgo.

Entre los directivos de las empresas, existe la opinión generalizada de que la cultura americana de la indemnización comienza a extenderse, especialmente por Europa. A escala global, la mayoría de las empresas se han visto involucradas en algún proceso judicial en los últimos tres años como consecuencia de demandas presentadas por sus empleados o clientes. Aunque las demandas interpuestas contra los administradores y directivos son menos comunes, la mitad de los encuestados declara sentirse más vulnerable que hace tres años. Por otro lado, aunque son las grandes compañías las que más probabilidades tienen de convertirse en objeto de estas demandas, las empresas más pequeñas y aquellas que han experimentado un rápido crecimiento pueden verse expuestas a un riesgo mayor si no cuentan con la infraestructura y experiencia necesarias para responder adecuadamente.

2 Los Consejos de Administración destinan cada vez más recursos a este tipo de cuestiones legales, lo que ha dado lugar a un aumento del precio de los productos y servicios, así como a la adopción por parte de muchas compañías de estrategias comerciales mucho más cautas.

De media, los Consejos de Administración dedican un 13% de su tiempo a discutir este tipo de cuestiones, algo que se cree irá en aumento en los próximos tres años. La creencia generalizada es que se están dedicando recursos muy valiosos que podrían destinarse a otros fines. El 58% de las compañías encuestadas admitió estar recurriendo a sus abogados con mayor frecuencia, y el 47% confirmó el aumento del coste del seguro de D&O. Asimismo, un tercio de las compañías declaró haber trasladado ese aumento del coste a sus clientes a través de un aumento de los precios, y son muchas más las que admitieron que lo harán en el futuro. Pero lo más significativo de todo es que, como resultado directo de este clima de inquietud, un tercio de las empresas encuestadas se muestra más adversa al riesgo y menos proclive a invertir en nuevas oportunidades de negocio.

3 Los directivos están divididos sobre el impacto económico que el actual clima de inestabilidad financiera puede tener a largo plazo, pero se muestran preocupados por las potenciales responsabilidades que podrían derivarse tanto para la compañía como para sus directivos. Los responsables de los servicios financieros son los que se muestran más pesimistas al respecto.

La opinión de los grandes ejecutivos sobre el impacto potencial de la inestabilidad económica del mercado se encuentra

dividida: cerca de un tercio cree que a corto plazo afectará negativamente a la confianza del mercado, mientras que el 13% cree que tendrá un efecto similar a largo plazo. Sin embargo, entre las compañías de servicios financieros, estas cifras son considerablemente mayores. Existe una mayor preocupación sobre los potenciales problemas de responsabilidad civil que puedan surgir. Así, algo más de la mitad de los encuestados cree que existen muchas posibilidades de que los administradores de compañías unipersonales se conviertan en el objetivo de las reclamaciones de R.C profesional, y algo menos de la mitad opina que el número de reclamaciones resultantes de la crisis de las sub-prime excederá a aquellas que se produjeron tras la caída de las empresas punto-com.

La cultura americana de la indemnización comienza a extenderse por Europa

4 A los Administradores y Directivos les preocupan los riesgos de responsabilidad civil que podrían surgir en el futuro a raíz de los avances tecnológicos, los daños medioambientales y el gobierno corporativo.

Al preguntarles sobre los potenciales riesgos en materia de responsabilidad civil, los ejecutivos mencionan tres categorías de riesgos. Los que mayor preocupación generan son los riesgos asociados a la tecnología – como la seguridad de la información y los sistemas, y la nanotecnología - ya que estos riesgos se van conociendo a un ritmo menor al que se producen las innovaciones. Asimismo, los encuestados declaran su preocupación por las responsabilidades medioambientales emergentes, en un contexto en el que cada vez se presta más atención a la conducta medioambiental de la empresa y al impacto del cambio climático y la contaminación medioambiental. Pero también son motivo de preocupación las responsabilidades derivadas de un mal gobierno corporativo y la legislación correspondiente. Tras una década en la que hemos asistido a espectaculares quiebras de compañías de reconocido prestigio, y en el actual marco de la crisis de las sub-prime, los consejos administrativos de las empresas aún no están convencidos de la necesidad de hacer frente a las cuestiones de transparencia e información.

5 A pesar de que las compañías necesitan anticipar y predecir los riesgos emergentes de manera más eficaz, son muchos los Consejos de Administración que todavía se muestran más reactivos que proactivos ante la gestión del riesgo de responsabilidad civil.

Los miembros de los Consejos de Administración creen que ya dedican mucho tiempo a las cuestiones legales y de responsabilidad civil; sin embargo, ese tiempo podría emplearse mejor e incluso reducirse si se centrara la atención en los riesgos emergentes en lugar de en cuestiones que ya son objeto de una actividad legal y reguladora. Muchos de los ejecutivos entrevistados con ocasión del presente informe admitieron que en los Consejos aún no se discuten muchas de las amenazas emergentes, a pesar de que se reconoce que es un tema que se debe abordar. Casi cuatro de cada diez admitieron que el estrés laboral debería ser un tema a tratar, aunque aún no lo han propuesto formalmente, e igualmente el 29% cree que otro tema a discutir es la seguridad tecnológica pero que aún no se ha hecho.

6 Aunque los consejeros reconocen la necesidad de gestionar el riesgo de responsabilidad civil más eficazmente, admiten que existen muchas otras prioridades contrapuestas. Si se abordaran las cuestiones de responsabilidad civil como parte de un sistema global de gestión del riesgo empresarial, sería más fácil alinear la gestión del riesgo con otros objetivos empresariales.

La mayor parte de los administradores y consejeros encuestados declara que se están adoptando medidas positivas para gestionar el riesgo corporativo de forma más eficaz, aunque el 43% aún no ha adoptado políticas y procedimientos concretos para gestionar el riesgo de responsabilidad civil. Dado que la cuestión prioritaria de la competitividad empresarial se percibe como el principal obstáculo para gestionar eficazmente el riesgo, muchas compañías se beneficiarían de la integración de esta actividad en un claro sistema de gestión del riesgo empresarial global. Esto no solo permitiría establecer una estrategia de gestión del riesgo más eficaz, sino coordinar más estrechamente la gestión del riesgo con otros objetivos corporativos.

Fuente: *Lloyd's Iberia*

¿Se enfrenta el negocio a una crisis de Responsabilidad Civil?

El moderno escenario de la responsabilidad civil está lleno de estereotipos: desde los individuos que perciben los daños indemnizables imputables a las empresas como un regalo de la diosa fortuna, hasta los picapleitos aprovechados dispuestos a ayudar a las supuestas víctimas a hacer fortuna. Pero más allá de los estereotipos, la cuestión de la responsabilidad es un asunto muy serio para las compañías, y algo que no pueden ignorar.

Evidentemente, para gestionar de forma eficaz los riesgos implicados, las compañías necesitan información detallada tanto sobre las cuestiones actuales como sobre las potenciales tendencias emergentes; pero si esto es importante, también lo es establecer políticas y procedimientos capaces de anticipar y mitigar lo que ya se está convirtiendo en un problema cada vez más común y costoso.

CONTINÚA

Conclusiones

- 1 Dado que los procedimientos judiciales y las cuestiones ligadas a la responsabilidad civil consumen cada vez más recursos corporativos, las empresas tendrán que utilizarlos de manera más eficaz.
- 2 A medida que se extiende por Europa y Asia la cultura americana de la indemnización, las compañías necesitan poner en marcha una infraestructura adecuada para responder a los nuevos riesgos.
- 3 Las compañías de servicios financieros tendrán que adoptar procedimientos formales de seguimiento de riesgos emergentes y evaluar su exposición potencial al riesgo.
- 4 Para gestionar el riesgo de responsabilidad civil de forma más eficaz, los órganos de Administración de las empresas deben crear una cultura y un procedimiento de anticipación de riesgos emergentes en lugar de continuar prestando atención a las amenazas ya existentes.
- 5 El liderazgo del consejo es crucial para mejorar el conocimiento de toda la organización del riesgo de responsabilidad civil.
- 6 Entre las empresas con vocación de futuro, el riesgo de responsabilidad civil se percibe y se gestiona como parte de un plan más amplio de gestión del riesgo empresarial.

Seguro de responsabilidad civil Consejeros y Directivos

El seguro de Responsabilidad Civil para Administradores y Directivos (conocido como D&O en el mundo asegurador) tiene por finalidad dar cobertura a los perjuicios económicos que pudieran resultar de actuaciones incorrectas de los Altos Cargos y Directivos en el desempeño de sus funciones. El objetivo es proteger sus patrimonios particulares ante posibles indemnizaciones a las que tuvieran que hacer frente en materia de Responsabilidad Civil.

Se trata de un seguro de marcado carácter técnico, proveniente de los mercados anglosajones y que se ha introducido paulatinamente en nuestro mercado a través de compañías especialistas.

El seguro suele ser contratado por las empresas como herramienta de protección para sus directivos y para los miembros de sus Consejos de Administración, si bien cabe también la posibilidad de que se contrate a título particular por aquellas personas físicas que ejerzan funciones de alta gestión.

Este producto ha ido evolucionando tanto a nivel de costes (convirtiéndose en mucho más asequible) como a nivel de coberturas. Hoy en día, es habitual que la garantía principal venga acompañada de otras, como pueden ser las consecuencias de disputas laborales, un capital asignado a gastos de rehabilitación de imagen o incluso la incorporación de una renta mensual para el supuesto de inhabilitación profesional.

Kalibo Correduría, pionera en la introducción de este seguro en nuestro entorno empresarial, sigue ofreciendo los productos más avanzados y modernos en materia de Responsabilidad Civil para Administradores y Directivos, añadiendo el asesoramiento preciso para encajar la fórmula más adecuada a cada situación concreta. Consulte a nuestro Departamento de Empresas en el 976 210 710.



¿QUIÉN PUEDE RECLAMARTE?

- La sociedad.
- Los accionistas, ya sean mayoritarios o minoritarios.
- Los empleados, o incluso los candidatos a un puesto de trabajo.
- Los acreedores sociales.
- El Ministerio Fiscal y los órganos administradores competentes.
- Cualquier tercero.

Aquacontrol: Seguridad en la conducción con lluvia

Se conoce como seguridad activa de un vehículo al conjunto de dispositivos que, automáticamente o accionados por el conductor, disminuyen el riesgo de accidente del vehículo tales como sistemas de frenado (ABS), suspensión, dirección, iluminación y visión (sensores de lluvia y luz), control de estabilidad (ESP), que forman parte del equipamiento de serie de cada vez más modelos.



Como seguridad pasiva se entiende aquellos dispositivos que en caso de accidente, ayuden a minimizar las consecuencias en los pasajeros: cinturones de seguridad, airbags, reposacabezas, diseños ergonómicos de interiores, chasis y carrocerías capaces de absorber impactos.

Todos los sistemas de seguridad activa y pasiva disminuyen su eficacia, en muchos casos drásticamente, por deficiencias en el uso o falta de mantenimiento de los mismos. Frenos no revisados, neumáticos con presiones incorrectas o desgastados, niveles de líquidos no repuestos, faros o lunas sucios, escobillas limpiaparabrisas deterioradas, cinturones sin abrochar, transporte de equipajes peligrosos en el habitáculo de pasajeros, etc.

Mantener el nivel de seguridad es un problema de educación/formación de los automovilistas tanto en las autoescuelas como en las informaciones facilitadas por los fabricantes de coches que, en muchas ocasiones, se limitan a facilitar un manual de instrucciones y mantenimiento completo sin hacer hincapié en el mantenimiento básico que debe hacer el propio conductor, como puede ser la limpieza de faros y lunas, reposición de escobillas, etc.

GLASSDRIVE®
Lunas para el Automóvil

Existen en el mercado productos que aumentan la eficacia de algunos elementos de seguridad. Productos como el “aquacontrol” que se aplican en el exterior del parabrisas y que, por un fenómeno de tensión superficial hace que, en caso de lluvia, el agua no se extienda y se “agrupe” en forma de gotas/esferas compactas que descienden por la luna o son expulsadas por el aire al circular el vehículo. El sistema Aquacontrol facilita notablemente la visibilidad, haciendo en muchos casos innecesario el uso de los limpiaparabrisas.

Productos que son de uso normal en la industria aeronáutica, en parabrisas de trenes de alta velocidad, vehículos de competición y que algunos fabricantes aplican de serie a las lunas de sus vehículos.

Francisco Pérez-Pons
Gerente Grupo Ralauto
Responsable en Aragón GLASSDRIVE

Evasiones reparadoras

Dormir entre arte e historia



HOSPEDERÍA DE SAN JUAN DE LA PEÑA

Monasterio Nuevo de San Juan de la Peña

22711 Jaca (Huesca)

Teléfono: 974 374 422

Fax: 974 374 404

Categoría: 4 estrellas

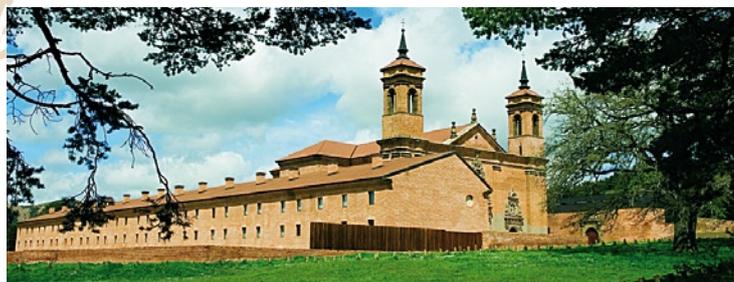
Mail: hospederiasanjuan@inturmark.es

Habitaciones: 25

Desde el otoño, el Pirineo ha atraído a los visitantes por sus impresionantes imágenes de naturaleza. Ahora, en invierno, las nieves, las estaciones de esquí, la visita al patrimonio cultural, son un motivo más para visitar el Pirineo y el Prepirineo. Estos inolvidables atractivos se completan con el descanso en edificios con historia y belleza.

La Hospedería de San Juan de la Peña, quizás la más emblemática de Aragón, se encuentra instalada en el Monasterio Nuevo de San Juan de la Peña, a pocos metros del Viejo Monasterio cuna del Reino de Aragón y panteón de los primeros reyes aragoneses, Ramiro I, Sancho Ramírez y Pedro I.

En un lugar declarado Sitio Natural por Alfonso XIII, se levantó en el siglo XVII el nuevo monasterio que luego quedó semiabandonado y que ahora se ha recuperado para hospedería. El ambiente responde a su secular y real pasado, ahora completadas con las modernas exigencias del viajero. En su restauración se han combinado materiales de expresión permanente: piedra, cantos, alabastro, ladrillos, cobre, cristal y acero. Todo ello en el centro de un bosque de los pinos y robles mejor conservados de la Península Ibérica.



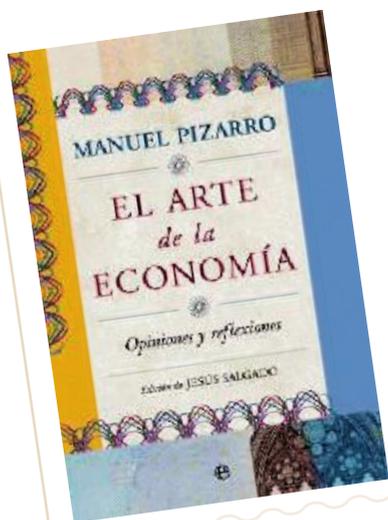
Para leer

“El arte de la economía: opiniones y reflexiones”

MANUEL PIZARRO

Ed. La Esfera de los libros, 272 páginas.

Manuel Pizarro, un aragonés en Madrid, abogado del Estado, ha vivido la economía de una manera directa y práctica, como corredor de Bolsa, como presidente de la Bolsa de Madrid, como presidente de Ibercaja y ahora como diputado en el Congreso, además de distintos puestos en la Diputación General de Aragón. Fruto de todas esas vivencias es este libro, en el que trata sobre la crisis en general y sobre la crisis financiera en particular. Se trata de reflexiones humanas, con profundos cimientos técnicos sobre el paro, la emigración, la familia, las administraciones públicas, el gobierno socialista, etc. Desde esas reflexiones, Manuel Pizarro, formula opiniones valientes como la que formula sobre la falta de previsión en España que ha obligado a tomar medidas urgentes e inconexas y, en muchos casos, contradictorias entre si.



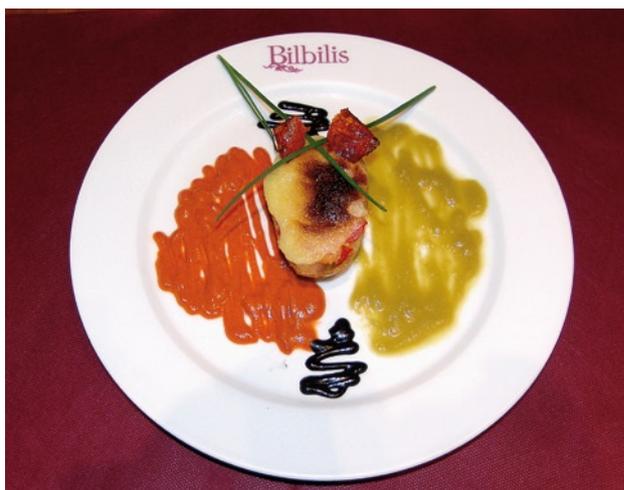
Gastronomía

La cocina de hoy

105 Establecimientos en el 15º Concurso de Tapas

Los expertos aseguran que las tapas han contribuido al triunfo universal de la cocina española y ha sido una de las creaciones que más fama nos ha dado en el mundo.

Este ascendente camino recorrido por las tapas en los últimos años también se ha producido en Zaragoza. En el transcurso de sus 15 concursos anuales de tapas, esta ciudad ha conseguido ser conocida como "la capital de tapas" añadiendo un atractivo más a los que ya ofrece a sus visitantes. Nada menos que 105 establecimientos se presentaron a este 15º Concurso de Tapas con innovadores e imaginativos monumentos gastronómicos.



De entre ese centenar de bares y cafeterías, el Jurado profesional y los expertos han recomendado: "La terraza de Juan II", (Juan II de Aragón, 5), "Bole" (Francisco de Vitoria, 3), "Q-Art" (Cesáreo Alierta, 4), "Evohe" (Camino del Vado, 2), "Don Santiago" (Ramón y Cajal, 51), "Bibilis" (Moneva, 6), "Cuéntame" (Avda. Zaragoza, 5 Utebo), "El Anchomundo" (Juan José Lorente, 43), Doña Casta (Estébanes, 6) y una veintena más.

"Aragón y su futuro hacia una economía basada en la innovación y el conocimiento"

SIMÓN SOSVILLA Y OTROS

Ed. Fundación Economía Aragonesa. Zaragoza, 190 páginas.

El plantel de excelentes economistas que trabajan en la Fundación de Economía Aragonesa, FUNDEAR, ha elaborado un estudio oportuno y de vital importancia para Aragón. Una vez agotada la fase más expansiva del ciclo económico, con graves signos de recesión en la Comunidad de Aragón, ha llegado el momento de asentar el futuro en bases más sólidas. Según los autores del estudio, Aragón debe pasar de ser una "economía desarrollada" a ser una "economía avanzada", en la que primen los sectores que impriman a la producción un mayor valor añadido de conocimientos y de innovación. Para ello, el equipo hace un análisis riguroso de la competitividad actual de la economía aragonesa tanto a nivel nacional como internacional.



**“Álvaro Mengotti,
un español de mirada
internacional”**

Álvaro Mengotti Meaurio es español nacido en Madrid. Licenciado en Derecho, Máster en el IE, consejero de la Cámara Americana de Comercio en España y miembro del American Business Council, está casado y tiene cuatro hijos.

Ha desarrollado una larga trayectoria en el sector asegurador, en España y en el Reino Unido, durante más de 25 años.

Desde 2004 es Director General de Chartis en España y Portugal (antes AIG).

Es un amante de la naturaleza, del aire libre y cazador deportivo. Entre sus hobbies y aficiones también se encuentran la lectura y la música pero, el cine y especialmente la familia, son sus grandes pasiones además de la industria aseguradora.



“Intuíamos que saldríamos fortalecidos de la crisis”

La aseguradora American International Group (AIG), ha creado su nueva marca Chartis, en la que agrupa las operaciones de AIU Holdings, como paso previo a que su unidad de seguros de responsabilidad civil consiga la independencia operativa. Esta nueva compañía independiente tiene su sede social en Nueva York e incluye las operaciones de seguros comerciales e industriales, seguros generales en el Extranjero y operaciones con clientes privados. Estos cambios forman parte de los planes de la aseguradora estadounidense de independizar algunas de sus filiales. Sobre el calado de estos cambios y su orientación inmediata hemos hablado con Álvaro Mengotti, Director General de Chartis en España y Portugal.

¿Cómo ha vivido la filial ibérica la crisis de AIG hasta que ha visto la luz Chartis?

- Respuesta.- Pese al impacto de las dificultades financieras y del rescate, todos los empleados de España y Portugal nos comprometimos al máximo, intuyendo que la historia e importancia de un grupo asegurador como el nuestro nos permitiría salir fortalecidos de la situación. Gracias al apoyo que nos llegó desde la oficina central, implementamos un plan de comunicación exhaustivo con brokers, clientes, colaboradores y proveedores, basado en la transparencia y en la confianza de que nuestra fortaleza nos permitiría

salir beneficiados de una reestructuración y alineamiento de sus compañías, de manera especial las aseguradoras.

¿Lo confirman los resultados?

- Los resultados lo han corroborado: hemos renovado más del 90% de las pólizas que teníamos en vigor hace un año; no hemos perdido ningún colaborador; hemos obtenido unos resultados en el tercer trimestre de este año que reflejan un beneficio operativo de más de 482 millones de euros; y hemos lanzado nuestra nueva marca Chartis. Pero, sin lugar a dudas, lo mejor de este año para mí ha sido

no haber defraudado la confianza de nuestros clientes y empleados.

¿Cuáles son sus nuevos objetivos a corto plazo en el mercado ibérico?

- Queremos superar las dificultades y contracción que manifiesta el mercado asegurador en términos generales, y seguir creciendo de manera sostenida y rentable, empleando al máximo nuestra capacidad y experiencia de suscripción. También pretendemos continuar nuestra estrategia de crecimiento, servicio e innovación de cara a 2010, conservando nuestra privilegiada posición como aseguradora de referencia. Por último, un objetivo prioritario para nosotros es atender cada vez mejor a las grandes empresas, al mercado medio y al retail (líneas de consumo), ya que constituyen nuestros tres principales segmentos.

¿Cómo ha acogido el mercado español la nueva marca?

- La nueva marca Chartis pretende y consigue separar la marca de seguros generales bajo esta nueva denominación, con el objetivo de dejar claro que las compañías de seguros del grupo estaban y continúan estando muy sanas. El mercado español nos ha recibido de manera ejemplar apoyándonos y prestándonos, si cabe, más confianza que nunca, comprendiendo que el cambio es un paso adelante para la nueva Chartis, la compañía aseguradora de referencia, por su cosecha sembrada desde tiempo atrás.

La comunicación, esencial

¿Cuál ha sido su estrategia de comunicación con un canal prioritario como son los corredores?, ¿cómo han mantenido su confianza en los momentos más difíciles?

- Simplemente, nos hemos comunicado con ellos contándoles siempre la verdad, y explicándoles que las aseguradoras del grupo como tales no habían sido las responsables de la mencionada situación de crisis. También les transmitimos nuestros planes inmediatos de futuro, nuestro objetivo prioritario de continuar atendiendo sus necesidades y cumpliendo con nuestras obligaciones. Hoy podemos decir con orgullo que, inmersos en un proceso de cambio de marca que ha visto la luz hace cuatro meses, contamos con su apoyo incondicional y con su total confianza.

¿El futuro más próximo?

- Vamos a continuar con el importante esfuerzo de comunicación desplegado con los corredores españoles y portugueses, y seguiremos transmitiéndoles la verdadera realidad de nuestra situación con total y absoluta transparencia. ¿Qué mejor muestra de confianza para los brokers que demostrarles que siguen trabajando con el mismo equipo de profesionales que hace un año, altamente cohesionado, manteniendo la ilusión del primer día?. Sin lugar a duda, también nos ayudará contar con el respaldo de disponer de los mejores y más innovadores productos del mercado.

¿Cómo valoraría el nivel profesional del Corredor de Seguros español?

- En general, muy alto nivel profesional. Esa es nuestra experiencia de cada día. España es un mercado muy evolucionado y maduro, en seguros, a ello contribuye en gran medida la alta profesionalidad y dinamismo de los corre-

dores; por nuestra parte tenemos una magnífica relación con los corredores en general y nuestra apuesta decidida por ese canal es una buena prueba de ese nivel de confianza recíproca. Por otra parte, para una compañía innovadora y especializada como Chartis, la existencia de ese perfil profesional de corredores y brokers a que me refiero es un acicate y un estímulo para seguir desarrollando productos cada día más sofisticados y ajustados a las necesidades del mercado.

Productos innovadores

¿Puede darnos algunos ejemplos de productos innovadores de su compañía Chartis?

- Llevamos 50 años de historia en España, donde siempre nos hemos caracterizado por la comercialización de este tipo de productos que menciona; en este sentido, recientemente hemos lanzado Chartis Clientes Privados, división dedicada de manera exclusiva a las necesidades de los grandes patrimonios; también somos líderes en productos como D&O para altos directivos; productos de M&A; productos para Administraciones Públicas, riesgos medioambientales, RC Profesional, transporte y energía (como "SolarGuard"); Accidentes Personales; entre otros. Este mismo año (y también el año pasado), por mencionar un ejemplo reciente, recibimos el Premio a la Aseguradora más Innovadora, concedido por la red global de brokers de seguros independientes, International Brokers Association (IBA, actualmente UNIBA Partners).

“Lo mejor de este año tan complicado ha sido no defraudar la confianza de nuestros clientes y empleados”

¿Forma parte de su estrategia de negocio en los próximos pasos el irrupir en los mercados de productos de masa?

- Siempre hemos tenido presencia en operaciones de masa, pero esta actividad ha sido menos conocida. Por ejemplo, somos uno de los aseguradores de referencia para tarjetas de crédito, aparatos electrónicos, telefonía móvil, etc; donde tenemos una clara aportación de valor e innovación tecnológica. En lo que respecta al mercado de hogar, también estamos presentes en él con varias clases de pólizas. En definitiva, y en cualquier caso, apostamos y vamos a continuar haciéndolo, por nuestras líneas de productos especializados, sin descartar otras opciones en España.

¿Cuáles son sus previsiones de ingresos y resultados en el mercado ibérico para finales de este año 2009?

- Continuamos con una previsión de crecimiento en España de modo sostenido y rentable, manteniendo la tendencia de años anteriores, gracias a nuestra excelente relación con los brokers, y al impecable trabajo llevado a cabo por nuestras cinco oficinas en España. Seguiremos viendo crecer nuestro negocio en los tres segmentos en los que actuamos: grandes cuentas, medio mercado y retail. ■

Una simple **carretilla** ocasionó graves daños en una nave industrial

No hay enemigo pequeño. El siniestro que vamos a comentar es un ejemplo de cómo una simple carretilla elevadora puede crear un siniestro de magnitudes notables. Ciertamente que la carretilla está expuesta a evidentes riesgos pero, en este caso que comentamos, los efectos fueron desproporcionados. El impacto de una carretilla elevadora en un pilar de una nave industrial produjo daños de consideración en la estructura de hormigón lo que provocó una compleja reparación y unos daños de elevada cuantía. Simplemente con que el conductor de la máquina la hubiese manejado con mayor prudencia, el siniestro podía haberse evitado.

La carretilla elevadora procedía a cargar un camión en el interior de una nave. En una maniobra de marcha atrás y con el toro vacío, impactó violentamente contra el pilar central de una nave industrial destinada a actividades logísticas de almacenaje.

El pilar, de 10 metros de altura y 4 toneladas de peso, se rompió a cortante y se desplazó 35 centímetros saliéndose de la vertical.

El desplazamiento y acortamiento del pilar también lo acusaron las dos jácenas que se apoyaban en él y, por lo tanto, las correas, las cuales como consecuencias del impacto y posteriores movimientos, presentaban cierta torsión. También la cubierta sufrió tracción por sus anclajes en las correas.

Resultado del aparatoso accidente es que existía un peligro de colapso y desplome de la estructura.

Tras el siniestro intervinieron los bomberos, los cuales ordenaron el desalojo inmediato de todo el personal de la nave. Posteriormente, se acordonó el perímetro del edificio mediante vallas y cinta y se señaló la prohibición de acceso a los distintos módulos de la nave.

Las comprobaciones posteriores efectuadas por los técnicos especializados confirmaron que la nave debía permanecer desalojada, sin actividad en su totalidad y el recinto acordonado.

El empresario afectado contrató una compañía de seguridad para garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad.



Los daños

Para reparar los daños se barajaron dos opciones. Una era el derribo total del módulo afectado; otra consistía en la reposición del pilar dañado, que sería sustituido por otro metálico. Definitivamente, se optó por esta segunda.

Esta segunda opción significó:

- 1** Desvincular el módulo afectado de los contiguos mediante el corte transversal de la cubierta e independización del muro de sectorización entre los módulos.
- 2** Cortar la piel de la cubierta en la zona de la cabeza del pilar afectado, en aras de colocar unas eslingas, mediante dos grúas de gran tonelaje y sujetar las dos jácenas que se apoyaban en dicho pilar.
- 3** Una vez que las grúas estuvieron en tensión y las jácenas sujetas, hubo que colocar cuatro cimbras que soportasen las jácenas, aliviando parcialmente las grúas.
- 4** Una vez soportada la estructura, desvincular la parte inferior de la chapa de cubierta de la chapa superior. Retirar la parte superior, desmontar las instalaciones de seguridad contra incendios y varios rociadores.
- 5** Cortar la armadura del pilar, abatirlo al suelo mediante un toro y retirarlo.
- 6** Colocar el pilar metálico y, una vez cimentado, hacerlo entrar en carga de forma paulatina a medida que se retirasen las grúas y las cimbras.
- 7** Reponer la cubierta y la instalación de los rociadores.
- 8** Levantar la prohibición de acceso a la nave y al módulo y reiniciar la actividad.

Todos estos trabajos obligaron a paralizar la actividad de la nave durante 52 días, lo que afectó a sus propietarios y a las diferentes empresas que ocupaban y operaban en régimen de alquiler en las distintas dependencias de la misma.

Los daños ocasionados fueron reclamados a la empresa responsable de la carretilla transportadora, que era una tercera empresa subcontratada.



Imprudencia y riesgos

En este caso, la imprudencia de la persona que conducía la carretilla aparece como la causa principal del siniestro.

Los accidentes entre peatones y carretillas elevadoras constituyen un riesgo constante en cualquier almacén. Para evitarlos, los conductores reciben formación sobre el manejo y sobre las normas de tráfico y los límites de velocidad y asisten a cursos de reciclaje.

Normalmente, las causas que dan lugar a siniestros con estas carretillas son la falta de visibilidad, la escasa iluminación, los deslumbramientos, circular con la carga elevada, la ausencia de señalización, las distracciones y la impericia del conductor. En este caso, debió ser esta última causa, la impericia del conductor o una distracción, ya que la carretilla estaba descargada y circulaba marcha atrás a gran velocidad. Parece que el conductor no llevaba la carretilla a velocidad razonable.

También hay que incluir en las medidas de control de riesgos, la correcta iluminación de las zonas de circulación y sus alrededores, evitando deslumbramientos y contrastes exagerados. Hay que señalar suficientemente los obstáculos fijos y las superficies de tránsito, evitar suelos deslizantes y proteger las esquinas y montantes ante un posible impacto.

También se debería comprobar el sistema de frenado de la carretilla y la instalación de retrovisores, equipo de alumbrado y parada de emergencia.

El conductor no debe distraerse y debe conservar en todo momento una perfecta visibilidad.

Todas estas medidas parece que no concurrieron en este caso. La imprudencia parece clara y pone en evidencia la necesidad de formar y mentalizar a las personas en la línea de la prevención, seguridad, prudencia y rigor imprescindibles para evitar accidentes. Este accidente nos muestra como una conducta imprudente puede ocasionar daños de gran magnitud. Nuestra reflexión: no se pueden minimizar los riesgos. La omisión, la negligencia y la falta de cuidado son causa de numerosos accidentes que pueden tener consecuencias graves. ■

Colaboración Técnica
Axa Seguros

kalibo en pocas palabras

Solicite información en nuestro Departamento de Empresas en el 976 210 710.

Nuestra antena en Marruecos

Kalibo viene colaborando desde hace ya tiempo con un importante Broker de Seguros marroquí, con oficinas en Casablanca y Tánger, para dar cobertura in situ a todos los clientes que desarrollen su actividad en el citado país. Muchos de nuestros clientes vienen utilizando, de manera satisfactoria, este novedoso y único servicio en nuestra región.

La normativa marroquí obliga a suscribir las pólizas con una entidad y corredor marroquí. Esta es la razón por la que se creó este nexo de unión con un broker en el reino alauita.

Desde España, Kalibo gestiona todo lo relativo a las pólizas, siniestros, etc., de los riesgos que han sido suscritos por nuestros clientes en Marruecos.

Este acuerdo es extensible a otros países del Magreb.



Las responsabilidades ambientales

La modificación de la legislación medioambiental que va a entrar en vigor a partir de abril de 2010 está creando incertidumbre para muchas actividades empresariales. Desde esa fecha, un elevado número de empresas se verán obligadas a contratar un seguro de daños medioambientales.

La Ley de Responsabilidad Medioambiental obliga a devolver, en caso de responsabilidad, el recurso natural dañado a su estado originario cualquiera que sea la cuantía económica a la que ascienda la reparación.

Atendiendo a estas responsabilidades, Kalibo pone a disposición de las empresas afectadas por la nueva normativa un producto capaz de cubrir, entre otras, las indemnizaciones en caso de tener que incurrir en costes de reparación primaria, compensatorios y complementarios, costes de prevención, costes de evitación, costes de limpieza, costes de contaminación derivados del transporte, etc.

Se trata de un producto flexible ya que se adapta a las necesidades de cada empresa, proporcionando una cobertura retroactiva de 1 año y permitiendo asegurar en una sola póliza más de una situación de riesgo. Asimismo, este seguro ofrece un análisis permanente de las necesidades de la empresa, tanto en el aspecto legislativo como de cobertura para reflejarlas en el contrato.

En www.kalibo.com/responsabilidadmedioambiental.aspx, se puede descargar la Ley 26/2007 de 23 de octubre de Responsabilidad Medioambiental.

Un momento decisivo en la vida de **Miguel Pardeza**

“Mi descubrimiento de la Cuesta de Moyano”



El año fue 1979, el mes agosto, del día ya no me acuerdo. Fue la fecha en que me trasladé a Madrid para empezar mi carrera como futbolista. No recuerdo muchos detalles del viaje de la Palma del Condado (Huelva) hasta la capital. Sí sé que lo hicimos en coche, mi padre, mi madre y yo. Al primero le horrorizaban los aviones y siempre le gustaron los coches, de manera que conducir para él era un placer y una manera de eludir un pánico arraigado.

“Hasta entonces, el fútbol me había ocupado muchas horas, seguramente más de las que dedicaba a estudiar y leer, que también me atraían como una forma agradable de compensación emocional.”

Nos costó llegar a la calle Plaza Matute, un corto recorrido que se escondía entre Huertas y Atocha. A pocos metros estaba la Plaza Santa Ana y bajando por Atocha se llegaba a la Cuesta de Moyano, cuyas casetas repletas de libros me fascinaron nada más verlas. Hasta entonces, el fútbol me había ocupado muchas horas, seguramente más de las que dedicaba a estudiar y leer, que también me atraían como una forma agradable

de compensación emocional. Si jugar excitaba mis instintos más salvajes y desproporcionados, leer me regalaba una paz iluminada por la razón y la fantasía.

La ruptura con la seguridad de mi hogar operó un reajuste en mis aficiones. La soledad, las dudas, el miedo a fracasar me sumergieron cada vez más en el confortable mundo de las palabras, a las que otorgué virtudes medicinales. Por un lado, estaba el escenario donde tenía que hacer realidad mis sueños; por otro la tranquilidad de saberme a salvo mientras sostenía un libro entre las manos. Fueron aquellos días calurosos de aquel verano los que me ganaron definitivamente para una pasión que ha llenado mi casa de volúmenes, de voces de vivos y de muertos que han terminado por formar parte de mi vida. Sobre la importancia de aquella iniciación habla desde luego la poblada biblioteca de mi casa, algo tal vez incomprensible para mucha gente, que no cree que se pueda leer tanto ni que esto sirva para algo verdaderamente útil, pero sobre todo el hecho de que todavía siga conservando intacta mi curiosidad. Sabido es que los años nos van despojando de aficiones y desengañando de otras tantas iniciativas que fueron imprescindibles en diferentes etapas de nuestra existencia. En mi caso no es lo que ha ocurrido con la manía de abrir un texto y adentrarme en sus páginas, lo mismo da que sea para conocer, entretenerme o simplemente pasar el rato.

Miguel Pardeza Pichardo
Director Deportivo del Real Madrid C.F.