

# Panorama

## empresarial

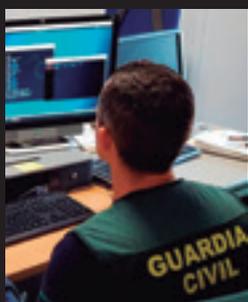
PUBLICACIÓN TRIMESTRAL DE KALIBO CORREDURÍA DE SEGUROS

nº 43 enero 2021

## Fernando Moraga

Director del Grupo Hierros Alfonso

“Asumimos la innovación y el cambio como algo cultural y nuestro”



Reportaje:  
EDITE. Equipo de Investigación Tecnológica de la Guardia Civil



Entrevista:  
Alejandro Casanovas  
Co-fundador y CEO de APSER

Soluciones aseguradoras

Plan de Continuidad Empresarial y cómo funciona el Área de Particulares



## EDITA

Kalibo Correduría de Seguros  
Anselmo Clavé, 55-57, bajos  
50004 Zaragoza

www.kalibo.com · info@kalibo.com  
www.seguroparadirectivos.com  
www.elgurudelosseguros.com  
www.seguroparaperros.com

## PUBLICIDAD

Fernando Baquero. Tel. 976 210 710

## DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Actualidad Media

Revista Trimestral. Distribución  
Gratuita. Tirada: 6.500 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 Caución 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 o síganos en:



# EDITORIAL



**Miguel de las Morenas**  
Director General  
Kalibo Correduría de Seguros

## Volver a Empezar..

*Volver a Empezar* es el título de la primera película española que ganó un Oscar allá por el año 1982. Fue un momento histórico para el cine español, como histórico es el momento que nos toca vivir ahora.

No tengo ninguna intención de hurgar en la herida que nos está provocando la pandemia, por todos es sabido el daño personal, económico y mental que nos está produciendo esta situación. Prefiero ser optimista y refugiarme en las expectativas de futuro que nos genera la aún tímida campaña de vacunación. Tendremos que cambiar algunas prioridades durante al menos el primer semestre de 2021; ir al gimnasio, aprender inglés y adelgazar, pasarán a un segundo plano; vacunación, medidas higiénicas y poner mucho conocimiento serán las claves para superar esta situación.

Sin duda la rápida actuación de la comunidad médica y científica nos ha devuelto la esperanza. Es hora de Volver a Empezar, con más fuerzas, con más ganas que antes, siendo generosos con los demás, intentado no dejar a nadie en el camino.

A lo largo de la historia hemos demostrado que somos un pueblo solidario; no hay más que ver las recientes campañas de donación de alimentos, así como las campañas solidarias que se han ido organizando entorno a los más perjudicados, la entrega del personal sanitario, así como la de otros colectivos esenciales, ha sido toda una lección de humanidad.

Estoy seguro que es el comienzo del final de la pesadilla.

Mucha salud y mucho ánimo para este 2021.

# CONTENIDOS

enero 2021

## 04 Crónica empresarial

### CABLESCOM

Cablescom celebra sus "Bodas de oro" preparada para nuevos retos

### ALCORA Y UV ROBOTICS

Luz ultravioleta e inteligencia artificial contra el coronavirus

### SUMICAR PROPIBSA

Un año de fusión con pandemia y nuevos retos

### DIGITAL HAND MADE

Un reconocimiento a la ciberseguridad aragonesa

## 08 Mesas abiertas

### Carlos Arregui

Director de Centro Zaragoza

### Carmen Nadal

Directora regional en Aragón de Atresmedia Radio

### Raquel Montañés

Directora de IDE Electric

### Carlos Romero

Gerente Industrias Relax



21

Equipo de Investigación  
Tecnológica de la Guardia Civil

## 12 En los medios

Noticias de actualidad

## 15 Seguimos aprendiendo

Webinar de la Universidad de Zaragoza-OTRI y Kalibo



16

La visión del directivo

FERNANDO MORAGA

Director del Grupo Hierros Alfonso

## 24 Preguntas y respuestas

¿En qué consiste la cláusula *rebus sic stantibus*?

## 25 Empresas con empuje

APSER. Del centro de Zaragoza al corazón de Amazon

## 28 Soluciones aseguradoras

Plan de continuidad empresarial. Kalibo completa el círculo con su área de particulares.

## 32 Hablamos de Aragón

Imanol Sánchez  
Torero y comunicador

## REFERENTE FIBRA ÓPTICA

# Cablescom celebra sus "Bodas de oro" preparada para nuevos retos



**Verónica Iliescu**  
CEO de Cablescom

Para Cables de Comunicación Zaragoza, conocida como Cablescom, iniciar este 2021 significa mucho más que dejar atrás el tormentoso 2020. La firma aragonesa cumple este año sus 50 años de vida convertida en una referente mundial en el desarrollo de fibra óptica para todo el mundo. No en vano, en la mayoría de países de Europa y buena parte de Sudamérica hay instalada una red de Internet "made in Aragón".

Cablescom se fundó en 1971 para contribuir a la instalación telefónica en España y Latinoamérica, gracias a una unión entre Telefónica y General Cable, hasta que la empresa fue creciendo y diversificándose. Fueron los primeros en instalar fibra óptica en España, en Zaragoza, con una línea que unía la estación del Portillo con una central de Telefónica en Santa Isabel. Tras pasar

por manos británicas, americanas y sudafricanas, el grupo chino Hengton Group apostó por ellos para impulsar sus negocios en Europa, coincidiendo con la explosión de la fibra óptica en las telecomunicaciones.

Ahora, con la garantía y el poder del grupo chino, desde Cablescom presumen de buena salud en medio de una pandemia global, que, tal y como detalla su CEO, Verónica Iliescu, han convertido en una oportunidad. *"Nos ha hecho reflexionar mucho. Estamos ordenando la casa y priorizando las actividades y las líneas estrategias que tenemos que seguir. Es bueno parar y reflexionar, ver qué teníamos previsto y qué tenemos que hacer para adaptarnos"*, explica.

De este modo, desde Cablescom se marcan un doble reto: mantener la lí-

nea de crecimiento que acumulaban antes de la irrupción de la pandemia y apostar por la diversificación. *"El entorno en el que nos movemos cambia rápidamente. El objetivo principal es saber qué vamos a hacer hoy para desarrollar mañana y vivir otros 50 años. El ritmo de cambios es trepidante"*, remarca Iliescu. Una diversificación que pasa por incrementar sus líneas de negocio para ser más competitivos en un mercado que evoluciona a gran velocidad. *"Queremos ser un proveedor tecnológico de soluciones, desarrollar nuevas tecnologías y ser portadores de proyectos innovadores, creados por nuestro grupo, que se puedan lanzar en Aragón y con empresas aragonesas"*, expone la CEO de Cablescom, quien también pone de manifiesto las buenas relaciones del grupo chino con la Comunidad. —

## INVESTIGACIÓN SANITARIA



# Luz ultravioleta e inteligencia artificial contra el coronavirus

Desde la irrupción de la pandemia el pasado mes de marzo, los expertos no han dejado de incidir en que la distancia social, el lavado de manos y el uso de la mascarilla son fundamentales para evitar contagios. En esa ecuación tampoco puede faltar la limpieza y desinfección de estancias y superficies, sobre todo en lugares concurridos.

Ante esta emergencia sanitaria, la compañía zaragozana Alcora y la argentina UV Robotics han puesto la tecnología más puntera al servicio de la lucha contra la Covid-19 y se han unido para ofrecer UVR-bot, un robot capaz de desinfectar un box de UCI en poco más de 15 minutos a través de la luz ultravioleta, mezclada con inteligencia artificial, con una eficacia que roza el 99,96%.

La utilización de la luz UV para la desinfección de espacios resulta más segura que el uso de productos químicos convencionales. La aplicación de estos últimos es más lenta y tediosa y, además, puede suponer riesgos para quienes los inhalan. A diferencia de ello, UVR-bot no requiere de plazo de seguridad -que tras el uso de algunos productos es de hasta tres horas- ya que, una vez terminada la desinfección, la estancia puede volver a ser utilizada inmediatamente.



*“Esta tecnología permite establecer pausas menos contaminantes con el medio ambiente, un mejor uso de los recursos y un beneficio sanitario evidente para el ser humano al no exponerlo a los riesgos derivados del uso de productos químicos”,* explica Miguel Sánchez, gerente de Alcora Salud.

Su tamaño y su usabilidad hacen que sea un aparato versátil cuyas aplicaciones no se limitan al ámbito sanitario. Además, cuenta con 16 tubos de 30W de luz UV-C germicida dispuestos en un ángulo de 360 grados para que la luz llegue hasta cualquier rincón y con una plataforma omnidireccional que facilita su movimiento. Esto le permite intervenir para desinfectar autobuses, aviones

y otros medios de transporte, salas de espera, centros de mayores, colegios, entidades bancarias, hoteles, ascensores o aseos.

En la creación de este robot también ha primado la seguridad de las personas, ya que al manejarse a distancia no es necesario que nadie se exponga a ambientes contaminados para desinfectarlos. Gracias a la inteligencia artificial y a sus cámaras y sensores, que funcionan como su cerebro y sus ojos, UVR-bot mapea la estancia y calcula el tiempo y la posición en la que debe estar en cada momento. Asimismo, si durante el proceso detecta la presencia de humanos, interrumpe inmediatamente la desinfección. —

## UNIÓN ESTRATÉGICA



# Un año de fusión con pandemia y nuevos retos



## SUMICAR PROPIBSA

Dos empresas aragonesas de la rama de la fontanería industrial, Sumicar y Propano Ibérica, formalizaron su fusión el 1 de enero de 2020, solo unos meses antes de la expansión del coronavirus por Europa y la parálisis de la economía mundial. Dos organizaciones, que entre ambas suman 85 años, que se han encontrado esta pandemia nada más iniciar su camino juntas, pero que han podido superar las adversidades para continuar su proyecto. De esta fusión nació Sumicar Propibsa, dedicada a la distribución profesional de material de fontanería, calefacción, climatización, sanitarios, gas y, cada vez más, en energías renovables. Tal y como explica su gerente, Luis Gendre, abogan por *“trabajar con marcas de calidad media y alta, con seguridad, soporte y garantía detrás, y por basar el trabajo en las personas, nunca en la compañía”*.

Así, desde Sumicar Propibsa mantienen una filosofía clara, fundamentada en tres ejes: *“personas, servicio y solución”*, diferenciado de *“empresa, des-*

*pacho y producto”*, junto a una apuesta por las energías renovables. *“Buscamos un valor añadido, contribuir de alguna manera a la mejora de la sostenibilidad y de las condiciones en las que viviremos en un futuro”*, expone Gendre.

Junto a estas premisas, esta compañía también quiere dar un *“empujón”* en la transformación digital de un sector que se sigue considerando *“tradicional”*, pero busca apoyarse en las nuevas tecnologías para aumentar su competitividad. *“Todas las labores comerciales o de dirección se pueden realizar perfectamente desde un modo digital. Además de la capacidad de las personas, el futuro pasa por la digitalización y la adaptación a las realidades tecnológicas, como trabajar en entornos de nube, tener acceso a catálogos accesibles desde cualquier punto o el control de visitas de forma remota”*, enumera el gerente de Sumicar Propibsa, que también destaca la aeroter-

mia y la fotovoltaica como pilares de su crecimiento.

Asimismo, uno de los pilares de este grupo es la distribución de ozono, de la mano del líder europeo del fabricante de equipos con este gas. *“Tratamos de dar un servicio completo y garantizar mejores medidas de higiene. Son soluciones más versátiles”*, valora Gendre, quien destaca su uso en las instalaciones de granjas y a nivel industrial.

De este modo, desde Sumicar Propibsa afrontan con optimismo y ganas el recién comenzado 2021, en el que prevén contratar más personal y expandirse por nuevas rutas y comarcas de Aragón, Navarra, La Rioja y Soria. *“Hemos superado este año tan anómalo, especial y además de fusionarnos de una forma muy satisfactoria, y queremos continuar el camino iniciado en los próximos años”*, ha concluido Gendre. —

## INTELIGENCIA ARTIFICIAL

# Un reconocimiento a la ciberseguridad aragonesa



La compañía zaragozana Digital Hand Made ha sido galardonada por la empresa Darktrace, líder mundial de inteligencia artificial aplicada a ciberseguridad, como su Best New Partner 2020. Reconoce así el trabajo que llevan realizando como socios durante los dos últimos años, ofreciendo desde hace dos décadas soluciones inteligentes en informática, telefonía, sistemas de control geriátrico y seguridad, entre otras cuestiones.

Para el CEO de esta firma, Sergio Losilla, recibir este premio supone todo un reconocimiento "al trabajo bien hecho". *"Nos han galardonado por el buen trabajo de asesoramiento y a nivel técnico, y, sobre todo, por ese punto de vista diferenciador de ponerse en la piel de la empresa. Somos el departamento de ciberseguridad de las empresas, y no solo nos usan como consultores, sino que trabajamos de la mano de las empresas"*, ha explicado.

En concreto, desde Digital Hand Made ponen a disposición de sus clientes un completo servicio para garantizar una seguridad total a las empresas, desde una consultoría de riesgos cibernéticos para *"ver si la empresa está capacitada para proteger sus datos"*, hasta una auditoría técnica para implantar las medidas, con la novedad de la Inteligencia Artificial. "Protege toda nuestra infraestructura digital, la red, los servidores, el correo electrónico y nos dice en todo momento qué está ocurriendo con nuestra infraestructura", ha remarcado Losilla.

No en vano, la irrupción de las nuevas tecnologías y la digitalización en prácticamente todos los ámbitos de la sociedad, obliga a mejorar los mecanismos de control y seguridad. *"Antiguamente, un ataque provenía de un hacker que no paraba de teclear e intentaba acceder a la información o tirarle los servicios. Hoy en día, la ma-*

*yor parte de las ocasiones son mafias y el hacker genera un software, le da a un botón y empieza a atacar. Para defenderte contra una máquina, la única solución es otra máquina"*, expone el CEO de Digital Hand Made.

Este reconocimiento no va a frenar a esta firma aragonesa, que, llena de ambición, ha cogido impulso para dar un gran salto cualitativo en los próximos años. *"Aun con la pandemia, estamos creciendo al 35%, y las perspectivas son seguir creciendo en el mismo volumen, hasta el 45% anual, sobre cuatro o cinco años, al menos. Hay muchísima empresa española que no está protegida y hay que protegerla"*, mantiene Losilla. —



**Sergio Losilla**  
CEO de Digital Hand Made

# MESAS ABIERTAS

## en Redacción Club Cámara

Desde el año 2018, la Cámara de Comercio de Zaragoza lleva a cabo, a través de su Redacción Club, la celebración de distintas mesas abiertas que reúnen a figuras clave del panorama empresarial zaragozano. En ellas, los expertos de Cámara y socios del Club profundizan en su carrera, su empresa y el sector donde se mueven. Las charlas,

realizadas en formato de entrevistas, están patrocinadas por KALIBO CORREDURÍA DE SEGUROS. En las siguientes páginas se exponen. Patrocinado por:



## Carlos Arregui

Director de Centro Zaragoza

“El mundo de la automoción cambia a un ritmo vertiginoso”



Centro Zaragoza es un instituto de investigación sobre vehículos privado y sin ánimo de lucro ubicado a sólo unos kilómetros de Zaragoza, pero desconocido para gran parte de la sociedad. Su director general, Carlos Arregui, protagonizó una Mesa Abierta patrocinada por Kalibo en la que explicó a qué se dedican, cómo llegó él hasta allí y cómo se vislumbra el futuro de la automoción. Arregui se formó como ingeniero industrial y trabajó en Seat en el desarrollo de vehículos en materia de protección de peatones. Le interesó el tema e hizo un doctorado sobre biomecánica del impacto, se acercó al mundo académico y se convirtió en profesor en varias universidades. Entonces se enteró de que Centro Zaragoza buscaba un director general y, atraído por el puesto y motivado porque su mujer es zaragozana, decidió optar al mismo. Así es como Carlos Arregui pasó a dirigir Centro Zaragoza hace ya tres años. Centro Zaragoza maneja un presupuesto importante, entre cinco y seis millones de euros, que obtiene a través de la venta de productos, investigacio-

nes y formación. “Somos un instituto de investigación sobre vehículos privado sin ánimo de lucro y su consejo de administración lo conforman compañías de seguros, por lo que nos exigen que nos autofinanciamos sin desviarnos del objetivo, que es hacer investigaciones de calidad”, explica. Así, sus tres grandes ejes de financiación son los análisis de costes de reparación, de lesiones y seguridad vial.

“Tenemos 25 productos diferentes, algunos puramente investigadores con beneficios a largo plazo, y otros que ayudan a financiar; investigación propiamente dicha sobre accidentes y seguridad vial; monitorización del mundo del automóvil, predicción sobre la evolución del sector (coche eléctrico, coche autónomo); formación; ingeniería (certificamos talleres, grúas, piezas de recambio)”, destaca. También



ponen productos al servicio de los aseguradores sobre gestión del conocimiento, certificaciones de elementos de seguridad vial, etc.

El mundo de la automoción está en plena transformación tecnológica: coches eléctricos, coches inteligentes...

y Arregui remarca que *“la aceleración actual en el sector no había pasado nunca”*. *“En gran medida se debe a la entrada en el mundo de la fabricación de sociedades como Google, Uber, Tesla. Son competidores con una capacidad de reacción increíble. No sólo van*

*a cambiar los coches, sino todo su entorno: el mundo del seguro (quién es el responsable si hay un accidente con un coche autónomo), los talleres (deben estar preparados para vehículos eléctricos y con nuevas tecnologías), etc.”*, añade. —

## Carmen Nadal

Directora regional en Aragón de Atresmedia Radio

**“Atresmedia ha sabido diversificar su negocio y adaptarse a los tiempos”**



Con 21 años de experiencia en el grupo Atresmedia, Carmen Nadal es toda una experta en materia económica-empresarial, pero también en comunicación y marketing. La directora regional en Aragón de Atresmedia Radio fue la protagonista de una Mesa Abierta patrocinada por Kalibo.

*“Yo empecé en el sector asegurador y aprendí mucho en AEGON, donde empecé a llevar la publicidad y el marketing del grupo. Onda Cero me ofreció la dirección comercial de la regional y fue un reto que acepté. Luego llegó la prensa gratuita y me reclamaron para montar Metro. Allí estuve dos años y cuando Antena 3 compró Onda Cero se acordaron de mí y me llamaron”,* narra. Una extensa trayectoria en la que la formación ha tenido un gran protagonismo: *“La formación que recibí en AEGON y en Atresmedia no tiene precio. Me parece un tema imprescindible para las empresas”*.

Nadal explica que Atresmedia ha sabido diversificar su negocio y adaptarse a los tiempos. La parte de televisión es la que más se conoce, pero también está la radio y otras ramas de la compañía, como Atresmedia films, con producción

propia de películas y series o Atresmedia eventos. *“La televisión tiene equipo en Aragón, y la radio tiene más instalaciones, trabajadores, etc.”*, explica

La directora regional se declara fan de la radio, aunque reconoce que la televisión llama mucho la atención y se mueve en otro nivel. Se muestra orgullosa de Antena 3, que es líder en informativos, tiene el prime time muy bien posicionado y apuesta firmemente por el

entretenimiento. *“Pero hay que tener en cuenta que Atresmedia es una empresa que cotiza en bolsa y su objetivo es ganar dinero, por eso tiene canales y programas para todos los gustos y tendencias”*, mantiene.

El crecimiento de los podcasts, la diferencia entre el entorno nacional y local y el impacto que ha supuesto la pandemia fueron otros de los temas tratados durante la Mesa Abierta. —



# Raquel Montañés

Directora de IDE Electric

“Tenemos una gran confianza en nuestro equipo humano, somos como un reloj muy bien engranado”



Raquel Montañés es una empresaria forjada desde la cuna. Desde pequeña vivió la creación, consolidación e internacionalización de IDE Electric, la empresa fundada por su padre, y nos contó toda su experiencia y trayectoria en una Mesa Abierta patrocinada por Kalibo.

*“Mi padre quiso darnos una formación internacional y estudié en el Colegio Alemán, algo que me influyó positivamente. Hice Administración y Dirección de Empresas a caballo entre España, Inglaterra y Estados Unidos. Acabé un viernes, cargué el coche y me vine a Zaragoza para empezar a trabajar el lunes en la empresa. Mi padre se iba de viaje y ya me había encargado cosas”,* explica Montañés, que ya estaba al tanto del funcionamiento de la empresa porque su padre le informaba mientras estudiaba, incluso muchas veces *“perdí clase para ir con él para hacer de intérprete a Alemania”*. Así, Montañés creció muy vinculada a la empresa: *“no valoré otras opciones”*. La empresaria califica al mundo de la empresa como muy sacrificado, *“pero muy satisfactorio”* y destaca la responsabilidad que se adquiere al ser empresaria *“porque muchas familias viven de IDE”*.

En la trayectoria de Montañés, su padre ha sido una figura trascendental. *“Para llegar donde estoy hace falta un padre que invierta mucho tiempo en ti, en explicar su forma de ver la empresa, el por qué de sus decisiones, etc. Y yo lo voy haciendo ahora con mi hija”,* valo-

ra. Su padre creó IDE Electric cuando ella tenía 12 años, tras ser director de producción de una empresa de inyección de plásticos. La empresa diseña y fabrica material eléctrico, sobre todo envolventes y tomas de corriente. Al principio eran envolventes de plástico, para domicilios, tiendas, etc. y después dieron el paso a envolventes metálicas y tomas de corriente industriales. *“Mi padre viajaba mucho en su anterior trabajo y vio que España estaba menos avanzada que el resto de Europa en el tema eléctrico. Por eso desarrolló productos al estilo europeo y arrasaron”,* afirma.

Desde el primer momento, IDE nació con vocación internacional y para ello

se apoyaron en la Cámara de Comercio. De hecho, ese afán por exportar les llevó a ganar el año pasado el Premio Pyme del Año en Zaragoza y el Accésit a la Internacionalización en la edición nacional.

Las instalaciones han ido creciendo en capacidad a lo largo de los años y este año han vuelto a invertir en ello, y también en personal de exportación para abrir nuevos mercados. *“Tenemos una gran confianza en nosotros mismos, en nuestro equipo humano. Somos como un reloj muy bien engranado”,* expone. Porque para Montañés, *“el empresario no es nadie sin su gente y hay que hacerse ver al personal para que se sientan parte del proyecto”*. —



# Carlos Romero

Gerente Industrias Relax

“Nos centramos en las personas y en sus necesidades”



Carlos Romero ha desarrollado toda su actividad profesional en Industrias Relax. Comenzó en la empresa en 2001 haciendo prácticas mientras cursaba el último año de Ingeniería industrial. Le fueron haciendo contratos laborales en distintos departamentos en un periodo que coincidió con el traslado a las nuevas instalaciones de La Muela. En 2006 le nombraron director industrial, en 2009 empezó a desarrollar labores de gerente y en 2013 se quedó como responsable del equipo directivo. Nos habló sobre su trayectoria y la historia de Industrias Relax en una Mesa Abierta patrocinada por Kalibo.

Industrias Relax es una empresa centenaria cuyo germen se remonta a un taller de reparación de jergones de 1907. En la siguiente década surgió Colchones Numancia, que en los años 50 pasó a llamarse Relax. Llegaron a tener fábricas en otras ciudades de España y delegaciones comerciales en todas las capitales de provincia, pero con la mejora de las infraestructuras y las comunicaciones se centralizó todo en Zaragoza. “Aún hoy existen 13 delegaciones comerciales y logísticas por toda España”, afirma.

Hace unos años se inició también el proceso de internacionalización, con Francia, Italia y Portugal como principales mercados. También se exporta a Suiza, Alemania, Rusa, India... “El hándicap es que el colchón ocupa mucho para transportarlo y tiene un alto coste logístico por lo que debe tener un valor añadido para competir con las empresas locales”, destaca.

La tecnología de la fábrica de Relax es una de las más avanzadas de Europa, lo

que les permite ser líderes en el mercado. “No nos hemos limitado a ninguna tecnología ni materiales en el sector. Los muelles metálicos han evolucionado: antes eran bicónicos y utilizaban alambre y ahora son ensacados y se unen con tela. También trabajamos espumaciones técnicas, látex y combinaciones de diferentes materiales. La tapicería exterior influye mucho en el proceso de compra, a pesar de que luego no se ve, por eso también se mima”, explica Romero.

Industrias Relax se basa en la distribución a través de tiendas físicas (especializadas, grandes superficies, muebles...) y en los últimos años también ha cogido fuerza el sector online, pero siempre a través de los distribuidores. “Queremos ser un compañero de viaje para nuestros clientes en el que se puedan confiar”, señala. Durante el

confinamiento el único canal de venta fueron las plataformas online. En ese tiempo hubo un repunte porque al estar tanto tiempo en casa los usuarios se vieron motivados a mejorar sus equipos de descanso. A partir de junio también subió muchísimo la demanda, pero ya de nuevo en las tiendas físicas. La estrategia a nivel comercial e industrial se ha adecuando para que sus productos se identifiquen con cada tipo de usuario. “Nos hemos centrado en las personas y en sus necesidades. Así, la marca se ha humanizado. Hemos cambiado el logo, el color y hemos creado un nuevo catálogo que recoge todo este trabajo”, añade. La pandemia frenó este proyecto, que se había presentado en enero, pero “esperamos que pronto se pueda lanzar de nuevo”, concluye. —



## Aragón sigue atrayendo grandes proyectos como referente nacional en logística

Aragón ha cerrado 2020 consolidando la tendencia de los últimos años de asentarse como referente nacional de logística por su oferta conjunta de calidad de suelo, formación e innovación en el sector, además de mantener sus conexiones en permanente estado de mejora, al igual que el desarrollo intermodal. En un año caracterizado por el parón de inversión privada, se han comercializado cerca de 220.000 metros cuadrados, lo que, sumado a las operaciones cerradas en los cuatro años anteriores, que superaron los 700.000 metros cuadrados, deja las instalaciones en unos niveles de ocupación que justifican los estudios que

se están realizando de cara a futuras ampliaciones de estas plataformas públicas.

En la consolidación como centro de grandes proyectos por parte de la sociedad pública destaca el despegue de este año en Huesca, gracias a la próxima llegada de Amazon Web Services (AWS), que ocupará 158.000 metros cuadrados para la instalación del mayor de los tres centros de datos que va a implantar la compañía en la Comunidad Autónoma. Con esta operación, y otra de casi 8.000 metros cuadrados, la plataforma oscense eleva su ocupación a más de 292.000 metros cuadrados, el 45% de la superficie comercializable.

Por su parte, Plaza en Zaragoza, tras más de 15 años de desarrollo y 350 empresas instaladas, consolida su posición como bandera del proyecto APL con más de 482 hectáreas comercializadas, que supone el 88,5% de la superficie disponible. En 2020, la falta de grandes parcelas ha impulsado la venta de otras de menores dimensiones, a la espera de futuras ampliaciones. Para afrontar esta situación, la sociedad APL ha empezado a ejecutar las obras de la primera ampliación de la Plataforma, que finalizará en el próximo ejercicio. Con estos trabajos, Plaza contará con 33 hectáreas más de superficie comercializable.

## Becton Dickinson produce desde Fraga 500 millones de jeringuillas para la vacuna contra la Covid

La planta de Becton Dickinson en Fraga se ha convertido en referencia mundial en la lucha contra el coronavirus. Desde esta fábrica se produce una de las jeringuillas que se utilizarán en la administración de la vacuna, y ya tienen comprometidos para el final de este 2020 y 2021 más de 500 millones de unidades a diversos países como EEUU, Inglaterra, Canadá y, por supuesto, España, que ha adquirido 25 millones de jeringuillas.

No en vano, las características de esta jeringuilla "made in Fraga" son idóneas para la administración de vacunas, ya que está diseñada para aprovechar las dosis al máximo, con aguja soldada a la jeringa, evitando la pérdida de vacuna en cada extracción. Como ha explicado el director de la planta, Javier Pardiño, "tienes que simplificar el uso de la jeringuilla, y en lugar de tener que ensamblarla con la aguja, viene con la cánula unida".

Asimismo, esta jeringuilla permite vacunar a más personas con la misma cantidad de dosis, gracias a "un dispositivo que permite empujar el 100% de la vacuna, dándole un uso más eficiente cuando se administre". De hecho, según sus cálculos, se logra vacunar a un 15% más de población con la misma cantidad de fármaco, permitiendo ahorrar unos cien millones de euros al Gobierno central.

## Figueruelas inicia la producción en exclusiva del nuevo Crossland tras vender 300.000 unidades

La planta de Opel en Figueruelas ha iniciado esta semana la producción en exclusiva de la nueva generación del Crossland X. Se trata de un modelo "made in Zaragoza" renovado respecto al anterior, cuya fabricación se puso en marcha en 2017 y del que se han vendido ya más de 300.000 unidades. Un lanzamiento que llega antes de fin de



año, tal y como estaba previsto, "a pesar de las condiciones en las que estamos trabajando", ha asegurado el director de la factoría, Juan Antonio Muñoz Codina. "Quiero dar mi más sincera enhorabuena al equipo de lanzamiento y todos los colaboradores de esta planta, que han hecho posible esta realidad", ha señalado el máximo responsable de Opel España.

## Un tercio de las empresas calcula que su facturación global en 2020 caerá un 25% por la Covid

Un tercio de las empresas (34%) estima que el impacto del Covid-19 en su facturación de 2020 respecto a la de 2019 será de, al menos, un 25%. Así lo refleja el último barómetro realizado por la Cámara de Comercio entre 147 entidades de la Comunidad. Comparado con el estudio anterior, que tuvo lugar en octubre, las pérdidas económicas se reducen en cinco puntos y, respecto al de junio, en once puntos. Asimismo, casi seis de cada diez empresas aragonesas (58,5%) prevén que su facturación se incremente en el cuarto trimestre respecto del tercero. También respecto del tercer trimestre del año, un 51,7% de las empresas encuestadas ha observado un incremento en su facturación de hasta un 25%.

## CEOE prevé que Aragón cierre 2020 con una caída del PIB del 10,5%

CEOE Aragón calcula que el Producto Interior Bruto (PIB) de la Comunidad cerrará este 2020 con una caída del 10,5%, similar a las previsiones de otros análisis e inferior al rango previsto para el conjunto nacional. Un descenso provocado por la evolución de la situación económica a lo largo de este año, fuertemente determinada por la crisis sanitaria. De hecho, tras el confinamiento y la reactivación parcial iniciales, la actividad económica ha ido perdiendo intensidad a lo largo de los tres últimos meses del año.

## La economía aragonesa no se recuperará de la pandemia hasta 2022, según Ibercaja

El Producto Interior Bruto (PIB) de Aragón sufrirá los efectos de la pandemia durante los próximos años y no será hasta 2022 cuando recupere los niveles que alcanzó a principios de 2020. Así lo reflejan las perspectivas del último número de la revista Economía Aragonesa de Ibercaja, que calcula una fuerte caída del 10,3% para este 2020, y repuntes del 6,3% en 2021 y del 5,9% para 2022, siendo, en todos los casos, unos datos más optimistas que la previsión para el conjunto nacional.

Según el análisis de coyuntura, la Comunidad se ha visto menos afectada que la media española en esta crisis por su composición sectorial, donde la industria y la agricultura tienen un mayor peso que los servicios, y por el comportamiento relativo más favorable de cada sector, basado en el buen funcionamiento de la indus-

tria, exportaciones y servicios en el tercer trimestre.

Un escenario optimista basado en la experiencia durante el tercer trimestre de este año, con un crecimiento del PIB "en cuanto hemos recuperado un poco la normalidad", ha expuesto el director financiero de Ibercaja, Antonio Martínez, quien destaca que el control de la pandemia será el factor determinante para la salida de la crisis. No en vano, en el segundo trimestre, la caída del PIB fue de las más pronunciadas de Europa, un 21,5%, pero durante el verano ya rebotó con un crecimiento del 4,9%. "Cuando este control esté, la recuperación será rápida. Asumimos un despliegue gradual de vacunas efectivas a lo largo de todo el año, de manera que, a finales de 2021, estaremos cerca de ese control efectivo", ha vaticinado.

## El nuevo hangar gigante del Aeropuerto de Teruel estará listo a comienzos de 2022



El Aeropuerto de Teruel continúa dando pasos como referente nacional e internacional en logística aeronáutica. Tras un 2020 en el que está batiendo todos sus récords, actualmente tiene en marcha diversas obras para atraer a un mayor número de naves. La más destacada es la construcción de un nuevo hangar gigante, que, cuando esté listo a comienzos de 2022, será el segundo más grande del país, y que permitirá acoger a dos

Airbus A380, el mayor avión de pasajeros que existe hoy en día.

Estos trabajos comenzaron el pasado mes de agosto y tuvo un presupuesto de 20,5 millones de euros. Sus 16.200 metros cuadrados de superficie triplicarán las dimensiones del principal hangar actual, y tendrá una altura máxima de 40 metros. Se calcula que la explotación de este equipamiento podría generar hasta 200 empleos.

## Los alimentos de Aragón aumentan su notoriedad en todo el país un 23%

Un aumento de la notoriedad del 23%, más de 1.200 millones de impactos, el doble de valoraciones de “sobresaliente” y un crecimiento del 13% en la intención de compra. Son los principales resultados de la campaña “Aragón Alimentos Nobles” durante los dos meses en los que la imagen de los productos de la Comunidad ha viajado por todo el país. En televisión, radio, redes sociales y en los propios supermercados, esta iniciativa ha sido vista más de 18 millones de veces al día durante dos meses.

Durante los meses de octubre y noviembre, el Gobierno de Aragón ha llevado a cabo la gran campaña de promoción “Aragón, alimentos nobles. Lo que ves, es”, dotada con un presupuesto extraordinario de dos millones de euros dentro de la Estrategia Aragonesa de Recuperación Social y Económica. El Ejecutivo autonómico se marcó como objetivo para este último semestre reforzar el desarrollo



del sector agroalimentario aumentando el reconocimiento de Aragón como gran territorio productor de alimentos, al menos en un 7%, “y lo hemos superado con creces, ya que hemos alcanzado el 23%”, ha apuntado la directora general.

## Miguel de las Morenas, elegido presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza

El director general de Kalibo Correduría de Seguros, Miguel de las Morenas, ha sido elegido nuevo presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza. Está acompañado de un equipo multidisciplinar de profesionales de la mediación de la capital aragonesa con amplia experiencia, empresarios “que conocen la problemática del sector y que son capaces de aplicar las medidas que se han marcado como objetivo para hacer del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza un lugar de referencia técnica/formativa para sus colegiados”, ha afirmado. En concreto, De las Morenas está bien reforzado con Carmelo Alonso como vicepresidente, Manuel Caldú como tesorero y Jorge Belsué como secretario. Como vocales, Raquel Mañero, Esperanza Santiago, Ana Esmeralda Jaso, Jesús Calvete, Román Cendegui y Luis Carlos Pérez.

## Industria prepara unos “bonos turísticos” para estimular los viajes y actividades dentro de Aragón

El vicepresidente y consejero de Industria, Arturo Aliaga, ha anunciado la puesta en marcha de unos “bonos turísticos” para estimular los viajes y actividades de ocio dentro de la propia Comunidad. La medida, que entrará en vigor cuando comience a andar el próximo Presupuesto autonómico, costeará así una parte del precio de los productos turísticos para incentivar su consumo. Sin cifras concretas sobre cuánto dinero podría dedicarse a esta partida, Aliaga sí ha explicado que la DGA coordinará estas ayudas con las diputaciones provinciales y algunos ayuntamientos de los municipios con más actividad turística. Entidades con las que el consejero ha defendido que las conversaciones están “adelantadas” para arrancar las bonificaciones después de la previsible aprobación del Presupuesto el próximo 30 de diciembre.

## Cerca de un millar de empresas reciben el sello RSA 2021

Un total de 922 empresas y organizaciones aragonesas han recibido el sello RSA 2021 por su compromiso con la responsabilidad social y las buenas prácticas empresariales. Es el galardón que el Gobierno de Aragón concede, en colaboración con los agentes sociales, para reconocer las buenas prácticas de las instituciones en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En concreto, 542 son pymes, 223 entidades, 75 grandes empresas y empresas públicas y 82 autónomos. De los 922 sellos, 131 sellos son RSA+, que reconocen la labor de las organizaciones que dan un paso adelante en cuatro aspectos: la conciliación de la vida laboral, personal y familiar; la igualdad entre todas las personas primando las mismas oportunidades; la implicación con el voluntariado corporativo, la colaboración estable con ONG; y la promoción de la cultura en Aragón. Este año, a estos cuatro aspectos se ha sumado un quinto: el compromiso de la organización con los ODS y la agenda 2030.

## WEBINAR DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA-OTRI Y KALIBO

# Alternativas a la financiación bancaria para pymes

La expansión del coronavirus y la paralización económica de determinados sectores ha provocado una crisis de liquidez para muchas empresas que tratan de resistir a bajar la persiana. Así, en esta búsqueda de recursos económicos, surgen en el horizonte alternativas a la financiación bancaria, ya extendidas en otros países europeos, y que en España se impulsan a un ritmo más lento.

La principal característica de estos recursos es que no consumen financiación bancaria y, por tanto, no aparecen en la CIRBE, una base de datos que recoge la información de los préstamos, créditos (riesgo directo), avales y garantías (riesgo indirecto) que cada entidad de crédito mantiene con sus clientes. *“Se trata de mejorar la tesorería de las empresas sin recurrir al canal bancario”*, ha destacado el especialista en Caución, Crédito y Financiación para Empresas de Kalibo, José Luis Pérez, protagonista de un Webinar de la Universidad de Zaragoza, organizada por la OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) con las empresas creadas al amparo de esta institución universitaria, Spin-off, Start-up, a través de su incubadora CEMINEM, en el Campus Río Ebro.

Estos servicios, ofrecidos por Kalibo Correduría de Seguros, contemplan, por un lado, la puesta a disposición de financiación de circulante, como, por ejemplo, anticipando el cobro de las facturas de los clientes, con descuentos de pagarés o autorizando una línea de confirming a proveedores. *“Mediante el confirming, nuestro proveedor recibiría una carta de la entidad financiera, bancaria o no bancaria, en la que se le indicaría que,*



*aunque determinada factura está prevista que se la paguemos, por ejemplo, el 10 de marzo, podría anticipar ya el cobro de la misma aun estando en diciembre, despreocupándose nuestro proveedor de si ese 10 de marzo podemos o no podemos pagar. De esta forma, podemos negociar que un proveedor nos acepte un mayor plazo de pago, porque él puede anticipar el cobro desde ya, y sin ningún riesgo de impago”*, ha explicado José Luis Pérez.

Por otra parte, desde Kalibo también contemplan la posibilidad, en lugar de emitir avales bancarios, de poder emitir avales de caución a través de compañías de seguros de primer nivel, una opción que, al llevarla a cabo también al margen del sistema bancario, no sobrecarga la citada CIRBE. *“El banco, además de sus comisiones, puede llegar a exigir el bloqueo de cierto importe (pignoración) para conceder cualquier aval. Y aunque lógicamente en las compañías de seguros también hay analistas de riesgos que deben estudiar la operación, existe más*

*flexibilidad que en el mundo de la banca”*, ha expuesto Pérez, quien ha recordado que la Administración Pública tiene la obligación legal de aceptar estos avales emitidos por compañías de seguros, al igual que los bancarios.

También sin consumir financiación bancaria, desde Kalibo ponen a disposición de las empresas la posibilidad de fraccionar o aplazar el pago de impuestos y/o de seguros sociales.

Otra opción que consideran fundamental para las empresas en esta coyuntura es el seguro de crédito, que protege a las empresas del riesgo de impago por quiebra o morosidad. *“Aseguramos las ventas de clientes con varias compañías de seguros, las cuales han aumentado en flexibilidad respecto a hace años. Ahora es posible dejar sin asegurar las ventas a un cliente muy solvente, porque crees que nunca va a dejar de pagarte”*, ha valorado el especialista en Caución, Crédito y Financiación para Empresas de Kalibo en la Webinar. —

# Fernando Moraga

Director del Grupo Hierros Alfonso

“Asumimos la innovación y el cambio como algo cultural y nuestro”



Bilbaíno de nacimiento y zaragozano de “pleno derecho”, Fernando Moraga es un ingeniero industrial apasionado de su profesión y de la metalurgia. Formado en la Universidad de Zaragoza, sus primeros pasos fueron en Volkswagen, en Barcelona, durante doce años, hasta que aterrizó en Grupo Hierros Alfonso de la mano de Félix Longás. Su esfuerzo para conformar un gran grupo empresarial le hizo merecedor del premio ADEA al Directivo del año en 2017. Un flechazo al mundo del metal que lo combina con su amor al tenis y a la fotografía. Convencido del aprendizaje permanente a lo largo de la vida, defiende la creatividad y el diálogo para enfrentarse a los desafíos del día a día empresarial.



“

En esos momentos de desasosiego y críticos, las empresas se deben reinventar de una forma más rápida.

### ¿Cuál es el estado de salud en el que se encuentra Grupo Hierros Alfonso?

La verdad es que no está afectando de forma grave. En septiembre llevábamos una bajada de ventas del 6%, lo cual, dada la situación, es un absoluto éxito. El sector industrial no se ha visto parado por la pandemia. En su punto álgido todos tuvimos que parar, pero la actividad industrial ha seguido en marcha, y estamos satisfechos con el resultado, que es una bajada casi mínima. Donde más lo hemos notado es en la automoción, pero ya han recuperado el ritmo, y la construcción, que prácticamente no paró y pronto reanudó el trabajo.

### ¿Qué cambios ha realizado Grupo Hierros Alfonso para seguir funcionando en estas circunstancias?

El cambio más trascendental ha sido la adopción de las medidas sanitarias y del teletrabajo. Es un sector bastante tradicional, donde casi no se llevaba a cabo esta forma de trabajar, y ahora tenemos bastantes personas que pue-

den teletrabajar. Hemos tenido que evolucionar nuestras comunicaciones y sistemas informáticos para dar servicio. Ha sido un cambio cultural que hemos tenido que adoptar rápidamente. Es cierto que hay que tocar metal y procesarlo, y ahí no se puede teletrabajar, pero en Dirección, Administración o Comercial sí hemos sufrido esa transformación al teletrabajo.

### ¿Ha afectado el parón de la economía a vuestra actividad?

Muy puntualmente, en el momento álgido, cuando afectó a toda España. Antes del problema sanitario, no estábamos en situación de crisis a nivel nacional. Ahora se está alargando en el tiempo en sectores diferentes, pero a Grupo Hierros Alfonso prácticamente no ha afectado. Estamos teniendo una actividad bastante fuerte.

### Para usted, ¿es un mayor reto personal dirigir una empresa familiar de estas características?

Es un reto precioso trabajar en una empresa familiar como Grupo Hierros

Alfonso, donde la familia está presente desde el primer momento, cuando yo entré hace 14 años, con Doña Dolores López como presidenta del grupo, y actualmente con la tercera generación participando en el día a día del grupo. Es un reto apasionante y bonito, pero siempre tienes que contar con que la familia propietaria esté involucrada y tenga deseos de sacar adelante la empresa, como es el caso de Grupo Hierros Alfonso.

### ¿Cómo ha evolucionado el grupo en los últimos años?

Cuando yo me incorporé, el grupo de empresas estaba dirigido por diferentes directivos y actuaba como empresas independientes. Hace ocho años formamos el Grupo Hierros Alfonso, donde tenemos una dirección común, servicios comunes, y estamos consolidados como grupo empresarial. Entre todo el grupo somos más de 170 personas, facturamos más de 35 millones de euros y somos el décimo grupo distribuidor de productos siderúrgicos a nivel nacional.



### ¿Cómo fue su llegada a la empresa?

Yo soy ingeniero industrial y trabajaba en la automoción en Barcelona, cuando apareció una oportunidad para incorporarme al proyecto con el anterior gerente, Félix Longás. Cuando decidió abandonar el proyecto, se me dio la oportunidad de ser el director general del grupo y se conformó todo el grupo industrial.

### Y ha tenido que hacer frente a una profunda transformación con la conversión del grupo

Yo creo que estos últimos años son los que más se ha transformado el grupo. Hierros Alfonso tiene 54 años de existencia, y estos últimos ha sido cuando más se ha transformado para su formación, consolidación de cuentas, buscar sinergias para todos juntos...

### Todo ello con una situación económica que no era propicia para afrontar esa transformación

Nos ha tocado vivir unos tiempos

complicados. En 2009 sufrimos la gran crisis del ladrillo, y las ventas se nos vinieron abajo un 66%, pero en esos momentos de desasosiego y críticos, las empresas se deben reinventar de una forma más rápida. Se tomó la decisión de formar este grupo y buscar sinergias. Estábamos muy descentralizados y teníamos muchas redundancias. Las empresas siempre han tenido una posición sólida, conservadora en su gestión, lo que nos ayudó mucho, y pasamos esa crisis en plena transformación, llegando ahora en una situación muy buena.

### ¿Cómo se combina la tradición de una empresa familiar con arraigo y la innovación necesaria para las empresas?

Tanto la Dirección como la propiedad creemos fervientemente en el cambio, en la mejora. La innovación la tomamos como algo prioritario. Estamos constantemente mejorando cosas para avanzar. La sociedad está cambiando tan rápidamente que las empresas no

“

Nos ha dado seguridad en el desarrollo del grupo. No descartamos seguir creciendo en otras provincias para hacer el grupo más grande.

pueden permanecer estáticas. Asumimos la innovación y el cambio como algo cultural y algo nuestro. Están pensando personas más jóvenes en la empresa, y la tercera generación de la familia con ganas de mejorar cosas. Entendemos que estar estáticos no tendrá cabida en este mundo.

### ¿Qué aporta cada una de las empresas? Trabajan para el sector industrial y cuentan con una ferretería para el cliente final

Una de las estrategias que tenemos es la diversificación. En 2009 nos dimos cuenta que teníamos que apostar por líneas de negocio compatibles con el sector, pero que nos dieran ingresos paralelos. Apostamos por el suministro industrial y cerramientos para naves con panel sándwich. Nos permite encajar los vaivenes de la demanda con mayor flexibilidad, al tener otros ingresos en sectores diferentes, y capacidad de crecimiento. Nos ha dado seguridad en el desarrollo del grupo.

### El Pilot en 2017, Premio a Pujanza Empresarial en 2018 y en 2019 reconocida como mejor empresa del metal para trabajar en España, ¿cuál ha sido la fórmula?

Esa inquietud que tenemos para cambiar cosas y mejorarlas. Constantemente nos estamos mirando hacia dentro. Presentarse a distintos premios era una oportunidad de autoanálisis, hacer una auditoría interna y demostrar al mundo cómo trabajamos. Hubo casi una lluvia de premios que nos hicieron ver que no estábamos equivocados. Nos hace seguir con esa idea de gestión del cambio, optimización de procesos, y comunicación interna hacia nuestros compañeros y empleados para hacerlos partícipes de esta estrategia.

### Hacia dónde ha avanzado es a la apertura del nuevo almacén en Huesca

En Huesca hemos hecho una de las inversiones más importantes del Grupo Hierros Alfonso con la apertura de las instalaciones en PLHUS, donde desarrollamos nuestro Centro de Excelencia en la fabricación de ferralla. Las anteriores se nos habían quedado pequeñas y la demanda era alta. Estamos en camino de duplicar la producción de ferralla, hemos hecho inversión en maquinaria de primer nivel y hemos optimizado la producción.

### Y han salido de Aragón para abrir en Soria

Es otro eje de nuestra estrategia, hacernos fuertes en territorio. En Aragón



tenemos una cuota de mercado de más del 50%. Crecer es muy difícil, por lo que hay que buscar nuevos territorios, y tomamos la decisión de abrir en Soria. Llevamos nuestro segundo año, y vamos a superar los dos millones de euros. No descartamos seguir creciendo en otras provincias para hacer el grupo más grande. El objetivo es crecer y hacer un grupo referencia en España.

Porque, en su caso, crecer supone acercarse al mercado por las dificultades para transportar el metal

El hierro es un producto que viaja mal. No podemos aportarle demasiado valor añadido, tiene márgenes bajos y los portes enseguida te pueden hacer perder competitividad. Necesitamos abrirnos hacia nuevas zonas. En Soria podemos apoyarla con los medios del grupo desde Ejea o Zaragoza. Estamos pensando en nuevas zonas para poder crecer en facturación.

El año pasado presentaron un Plan Estratégico a 3 años, ¿ha cambiado la pandemia sus planes?



Estamos luchando para que la pandemia no cambie nuestros planes. Es cierto que en 2020 no hemos sido capaces de cumplimentar lo que teníamos pensado. Ha sido imposible. Ha primado la urgencia y poner en marcha el teletrabajo, y algunos aspectos han quedado en el tintero, pero yo no he ampliado el plazo. Mantenemos el Plan Estratégico a tres años con la intención de recuperar en los dos años que quedan los proyectos que han quedado retrasados. Es un esfuerzo que hemos pedido al grupo y espero que seamos capaces de conseguirlo.

### ¿Hacia dónde avanza el sector del metal?

Está empeñado en ampliar la oferta de servicios que se le pueden aplicar al acero. El comercio minorista, donde los talleres desarrollaban el trabajo, está dando un giro hacia talleres inter-

“  
Tanto la Dirección como la propiedad creemos fervientemente en el cambio, en la mejora. La innovación la tomamos como algo prioritario.

medios que preprocesen el material. Es un sector poco atomizado, porque tiene unas barreras de entradas en inversión y stock, con lo que apostamos

por aportar valor al material. Grupo Hierros Alfonso tiene una amplia gama de servicios, desde el granallado del material, el pintado, el mecanizado, el taladrado o el corte, que hacen más competitivos a nuestros clientes, haciendo que ellos no tengan que invertir en maquinaria, sino que nosotros preprocesamos el material.

### ¿Cree que la economía volverá rápidamente al punto en el que se encontraba en febrero?

Esta crisis está golpeando de forma muy injusta a determinados sectores. Los valores globales económicos del PIB vamos a tardar en recuperarlos, pero hay sectores que están recuperando bien, incluso este año. Vamos a tener dos o tres años de puente hasta que todos estemos bien, donde unos pagarán un precio alto, pero otros no tienen que tardar tanto. Soy optimista. —



**EQUIPO DE INVESTIGACIÓN  
TECNOLÓGICA  
DE LA GUARDIA CIVIL**

## **EL EDITE: a la caza de los nuevos ciber delincuentes**

Las nuevas tecnologías se han convertido en una extensión de nosotros mismos. Cada día se usa más el móvil, tableta u ordenador para hacer la compra, recordarnos un cumpleaños, hacer una llamada con un familiar lejano o incluso reservar la habitación en un hotel. Pero no todo este avance ha sido positivo. Los delincuentes han aprovechado esa confianza en lo digital para realizar estafas, robar e incluso traficar con nuestra información. Por eso, la Guardia Civil creó en el 2010 el Equipo de Investigación Tecnológica (EDITE) para dar caza a estos nuevos ciber delincuentes.

El EDITE tiene conocimiento de todos los hechos delictivos relativos a delincuencia tecnológica ocurridos en la demarcación de la Guardia Civil en la provincia de Zaragoza. Los agentes han observado que en el año 2020 han aumentado significativamente los casos de ciber delincuencia respecto al año anterior, pudiendo ser el motivo el aumento del uso de las tecnologías durante los confinamientos y cierres de comercios causados por la pandemia sanitaria de la Covid-19.

El mayor número de denuncias presentadas casi todos los años corres-



ponden a denuncias por estafa por un uso fraudulento de tarjetas de crédito, que normalmente se tratan de cargos realizados a la tarjeta de crédito sin el consentimiento de su titular, realizándose compras en comercios online en lugares de todo el mundo. Los datos de tarjetas de crédito robadas en webs con poca seguridad o con deficiencias en su custodia son vendidos en la Deep Web (Web Profunda).

El equipo también investiga otra serie de delitos informáticos como el phishing, que consisten en la estafa comedita a través de medios telemáticos mediante la cual el delincuente intenta conseguir información confidencial (contraseñas, datos bancarios, etc.) de forma fraudulenta. Suplanta la identidad de una persona o empresa de confianza para que el receptor de una comunicación electrónica crea en su

veracidad y facilite los datos privados que le interesan al estafador mediante el uso de métodos de ingeniería social. También persiguen los delitos contra el honor, la intimidad o la propia imagen. Delito contra las personas (extorsiones, suplantaciones de identidad en redes sociales) o blanqueo de capitales y falsedad documental.

También apoya a otros grupos dentro de la Unidad Orgánica de Policía Judicial, en aspectos como investigaciones de pornografía infantil o venta de sustancias prohibidas a través de Internet. Así mismo realiza apoyos a otras Unidades del Cuerpo en relación a intervención de equipos informáticos y electrónicos.

Los agentes de la Guardia Civil recomiendan que las administraciones, al igual que los ciudadanos, *“deben sensibilizarse hacia la seguridad informática, y*

*entender que la tecnología está en nuestras vidas para todo tipo de relaciones: personales, comerciales, laborales o institucionales, por lo que es necesario que se invierta en este tipo de seguridad, además de en enseñanza y especialización, también en material necesario para su persecución, aumentando recursos técnicos y humanos”.*

El EDITE de Zaragoza avisa que *“el falso anonimato de su uso ha hecho que los delincuentes se adapten a este nuevo hábitat que es Internet y se han ido creando hechos delictivos”.* El hecho de poseer un pequeño ordenador en el bolsillo con gran cantidad de información personal, como es un Smartphone, *“nos hace ser objetivo de los ciberdelincuentes, ya que, aunque pensemos que no somos importantes para ellos, nuestra información si lo es y esa información vale dinero”.* –

## ¿Qué recomienda la Guardia Civil para una navegación segura?

Recomendaciones hacia las empresas: normalmente los ataques dirigidos a las empresas se inician hacia la búsqueda de vulnerabilidades en las mismas o bajas medidas de seguridad. La inversión por las empresas en prevención puede resultar más efectiva que la propia investigación, esa inversión tiene que venir acompañada de recursos técnicos y humanos

### MEDIDAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICA EN LAS EMPRESAS

Actualización de los sistemas (Sistema Operativo, navegador, plugins), filtros antispam, antivirus, antimalware, etc... Seguridad en las comunicaciones

### FORMACIÓN A DIRECTIVOS Y RESPONSABLES

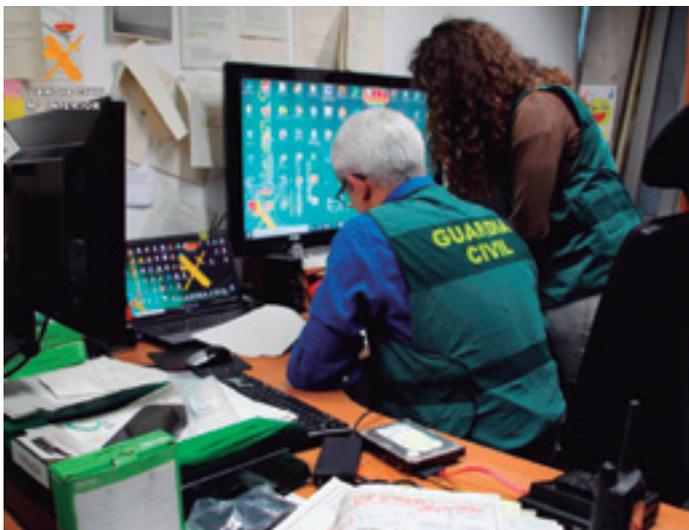
Concienciación de los empleados para reconocer los engaños y así poder evitarlos. Sospechar con las prisas en las comunicaciones por correo electrónico. Fijarse en la redacción de mensajes. Precaución con las anotaciones de contraseñas de acceso.

### ATENCIÓN EN OPERACIONES DE NATURALEZA ECONÓMICA (PAGOS)

Implantación en las empresas de la doble firma para las transacciones financieras.

### PROCEDIMIENTOS SEGUROS PARA LOS PAGOS

Doble verificación de los pagos. Verificación envío email o cambio cuenta.



## 14 recomendaciones para los ciudadanos

1. Concienciación de tomar medidas de seguridad informática.
2. En Redes Sociales, controlar la privacidad igual que al navegar por Internet.
3. Crear listas de amigos en redes sociales.
4. Configurar el perfil en redes sociales. Que ven de mí. Configuración de Privacidad.
5. Respecto a los correos electrónicos, no responder a correos donde se nos solicite información personal, contraseñas de acceso, pin de seguridad, etc. Ninguna entidad bancaria va a solicitar estos datos.
6. No hacer clic en enlaces de correos electrónicos que puedan ser sospechosos o anuncios en redes sociales.
7. Creación de contraseñas seguras y cambiarlas de vez en cuando. No utilizar la misma contraseña para email y acceso a redes sociales. La contraseña debe poseer un mínimo de ocho caracteres y que contenga letras, números y signos. No difusión de las contraseñas y tener precaución con su difusión.
8. En las compras en la Web, mantener relaciones comerciales con empresas conocidas y de confianza.
9. Proteger el equipo informático/teléfono. Antivirus, actualizaciones del sistema, software, uso de firewall.
10. Supervisar las transacciones comerciales. Utilización de un único dispositivo para el uso de la banca online.
11. En las transacciones comerciales, utilizar para el pago una tarjeta de crédito. Evitar tarjetas prepago no vinculadas a entidades financieras.
12. Cambio de contraseña por defecto del rúter de nuestro domicilio y de acceso a la red Wifi.
13. Evitar el uso de redes Wifi públicas o poco confiables.
14. Navegación responsable y prudencia del usuario.



## ¿En qué consiste la cláusula *rebus sic stantibus*?

Mucho se ha hablado y escrito sobre esta cláusula desde que se decretara el primer estado de alarma, pero, ¿sabemos en qué consiste?

Esta cláusula permite modificar las cláusulas de los contratos cuando ocurre una alteración excepcional y sobrevenida de las circunstancias. Un reciente auto de un tribunal madrileño la ha puesto definitivamente sobre la mesa aplicándola en una pieza de medidas cautelares y acordando eximir al arrendatario del pago de la renta. Se trata de una decisión provisional y que solo es de aplicación al caso concreto, pero la resolución judicial es pionera y está bien fundamentada por lo que sin duda, va a ser un referente en el tema. El auto considera que se justifica la medida cautelar porque sin ella el arrendatario se puede ver obligado a declarar concurso y cerrar el negocio al no poder pagar el arrendamiento.

Para que sea de aplicación la **cláusula *rebus sic stantibus*** han de cumplirse los **requisitos** que ha establecido la jurisprudencia:

1) El **carácter sobrevenido, extraordinario e imprevisible de la situación**. El auto que comentamos dice que, dada la situación actual, resulta notorio que se cumpla este requisito y por tanto, no ha de ser probado.

2) **Se tiene que probar la desproporción en las prestaciones causada por esta alteración**. Para ello, en el caso concreto, el Juez tiene en cuenta que estos locales estuvieron obligatoriamente cerrados desde la declaración del estado de alarma hasta junio, momento en los que pudieron abrir con notables restricciones de aforo y actividad, y volvieron a cerrarse a consecuencia de los sucesivos rebotes.

Por lo tanto, y a modo de conclusión, se puede decir que si bien la pandemia es un acontecimiento sobrevenido, extraordinario e imprevisible, no existe libertad absoluta para modificar las condiciones del contrato sino que es necesario probar que existe un desequilibrio y que la situación sanitaria excepcional que estamos viviendo es la causa concreta del mismo, lo que habrá que valorar para determinar el reajuste.



David Giménez Belío  
Abogado Área de Derecho  
empresarial. Ilex Abogados



## DEL CENTRO DE ZARAGOZA AL CORAZÓN DE AMAZON

### Alejandro Casanovas

Co-fundador y CEO de APSER

Amazon Web Services, la plataforma de servicios de computación en la nube del gigante norteamericano, premia cada año a sus mejores socios por todo el mundo, a aquellos que experimentan una mayor evolución en el último año. En este 2020 tan tormentoso para todo el planeta, una compañía zaragozana, APSER, ha logrado hacerse un hueco en esta prestigiosa élite internacional, logrando el premio APN Rising Star Partner of the Year para Iberia.

Un reconocimiento que culmina tres años de trabajo de la mano de Amazon, en los que se han convertido en una de las empresas más pequeñas de Europa en alcanzar este nivel de especialización y conocimiento. Según explica

el co-fundador y CEO de APSER, Alejandro Casanovas, este galardón pone en valor *“aquella empresa que irrumpe en el ecosistema, “alguien nuevo en la ciudad”, y que ya se ha consolidado y proyecta muy buenas perspectivas de crecimiento”*. *“Te metes en una dinámica de gran exigencia técnica y comercial, tienes que estar formándote constantemente, mover un cierto nivel de negocio para cumplir con los requisitos, tanto en sector público como con la empresa privada. En 2018 ya empezamos a colaborar, y ahora en 2020 han llegado los reconocimientos”*, desarrolla.

Igualmente, el crecimiento del número de clientes migrados a la nube y la agilidad mostrada por la compañía ante

la demanda creciente de proyectos cloud son las principales claves que ha valorado la multinacional para otorgar este galardón. *“En escasamente un año se consiguieron 30 clientes nuevos, 30 migraciones a la nube. De esas 30, hubo 8 acometidas por importantes startups. Se nos reconoce la especialización en medianas empresas y startups y en nuestra capacidad de generación de oportunidades”*, valora el fundador de APSER, que a principios de 2020 también lograron alcanzar el nivel de partner “Advanced” de AWS, además de conseguir nuevos certificados oficiales de especialización.

Pero el trabajo de APSER comenzó mucho antes, cuando Internet estaba

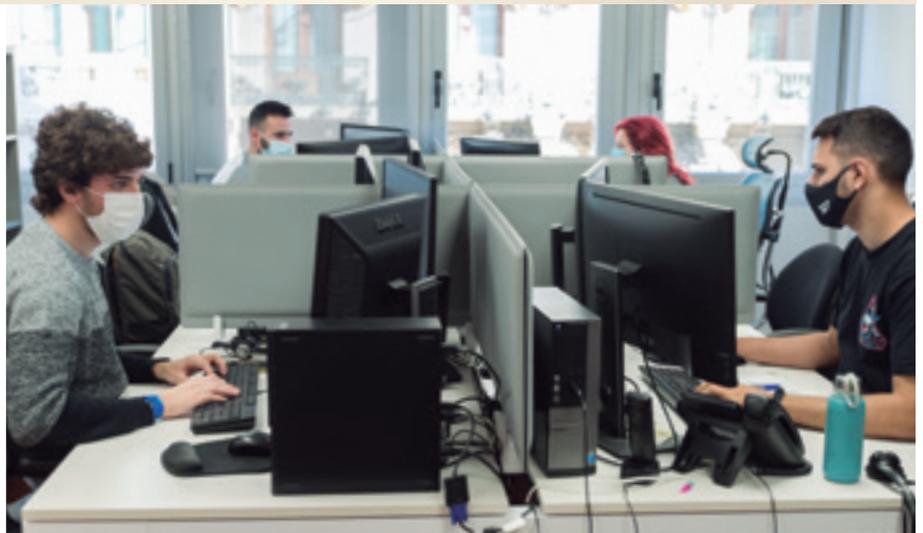
# \* No Gurus, No Geeks, Just Professionals.

dando los primeros pasos en nuestras vidas. *“En 2004 no se denominaba cloud computing, sino hosting. Nos diferenciábamos porque antes casi todo era hosting de páginas web, y nosotros lo hacíamos con aplicaciones de negocio. Era un hosting a base de infraestructura y servidores propios”,* recuerda Casanovas.

Sin embargo, la irrupción de gigantes como Amazon, Microsoft o Google hacía imposible que esta joven compañía zaragozana pudiera competir en este mercado, por lo que decidieron cambiar su modelo de negocio. *“Para una empresa de nuestra dimensión, competir en precio resultaba muy complicado. En 2014 decidimos dejar de invertir en plataforma propia y encajar nuestra propuesta de valor en una nube de terceros, eligiendo a AWS como compañero de viaje, y así fue como arrancamos”,* narra el CEO de APSER.

## ¿QUÉ ES EL CLOUD COMPUTING?

Uno de los problemas que se encuentran desde APSER es la reticencia de algunas empresas a dar un salto en su transformación digital hacia el cloud computing, principalmente por desconocimiento. *“El cloud es un cambio de modelo en lo relativo a cómo una empresa consume informática empresarial, desde cómo sus usuarios interactúan con las aplicaciones, pasando por cómo se gestionan y protegen sus sistemas de información en un esquema 24x7x365, hasta cómo los departamentos de informática contribuyen a la consecución de los objetivos del negocio”,* define Casanovas, que des-



cribe todos estos servicios cloud como un *“gran Lego”* de más de 200 piezas, a partir de las cuales *“cada empresa, en función de su necesidad, compone su lego particular”*. *“Nosotros ayudamos a diseñarlo y les acompañamos para que todo funcione como tiene que funcionar”,* añade.

En concreto, en esta compañía zaragozana, ubicada en pleno centro de Zaragoza, prestan servicios tanto a la administración pública como a empresas privadas, principalmente de tamaño medio, entre 50 y 200 trabajadores, y startups *“Born in the Cloud”*, nacidas en la nube. *“Gran parte del por qué del premio es que hemos irrumpido en el ecosistema con mucho éxito, ayudando a startups y a empresas medianas en sus proyectos de migración a la nube, transformando su informática tradicional y llevándola a la nube, o ayudando a gente que está haciendo proyectos digitales para que puedan beneficiarse de todas las ventajas ofrecidas por el cloud”,* desarrolla Casanovas.

Asimismo, el CEO de APSER describe la labor principal de la compañía como similar a la de los *“sherpa”*, encargados de guiar a las empresas en el viaje hacia la nube. *“El cloud puede llegar a ser muy complejo. Este gran Lego tiene piezas de inteligencia artificial, computación, seguridad, realidad aumentada, gaming, streaming, big data, IoT, etc. Los clientes necesitan la figura del sherpa para obtener el máximo valor de la nube”,* expone Casanovas.

Para llevar a cabo todo este trabajo, en APSER cuentan con un equipo de 23 profesionales distribuidos en tres centros de trabajo ubicados en Zaragoza, Barcelona y Bilbao. Con cinco personas dedicadas a la gestión del negocio y las relaciones con Amazon, la compañía mantiene a una decena de empleados pendientes del día a día de sus clientes, mientras que el resto *“son profesionales muy formados en temas específicos”,* que se dedican a *“componer el Lego, actuando como arquitectos de soluciones”*.



### UN MEDIO SEGURO

Parte de esta reticencia viene propiciada por los aspectos relacionados con la ciberseguridad. *“Es como cuando empezaron los bancos: les llevabas el dinero que tenías en tu casa debajo del colchón o un armario. Tiene que ir calando”,* reconoce Casanovas, quien garantiza las medidas de seguridad disponible en la nube de AWS. *“Aunque parezca que tus datos no están cerca, en tus oficinas, el riesgo es mucho mayor si están en tu casa, porque la inversión necesaria para conseguir bajos niveles de riesgo es muy difícil de reproducir cuando no te dedicas industrialmente a ello”,* destaca.

Esas dudas provocan que el tejido empresarial español todavía se encuentre unos pasos por detrás en la implantación del “cloud computing”, sobre todo al compararse con otros países de la Unión Europea o EEUU. *“Prefieren ver sus servidores en casa, aunque tengan un mayor riesgo. También hay que tener en cuenta que los negocios tienen otras prioridades, como las ventas, las compras, las operaciones, la tesorería, la regulación, etc. Todavía hay muchas cosas que pasan por encima de la transformación digital. En muchas organizaciones lo digital es un “nice to have”, no es consustancial, hasta que te lo exigen tus clientes o usuarios”,* reconoce Casanovas.



# “

Aunque parezca que tus datos no están cerca, en tus oficinas, el riesgo es mucho mayor si están en tu casa, porque la inversión necesaria para conseguir bajos niveles de riesgo es muy difícil de reproducir cuando no te dedicas industrialmente a ello”

### EL FUTURO

Con este presente, el futuro para AP-SER se avecina apasionante e intenso. El premio APN Rising Star Partner of the Year *“reconoce una inversión que hemos hecho muy fuerte en los últimos tres años”,* y ahora Casanovas quiere *“rentabilizarlo con tres años de crecimiento en los que queremos duplicar la cifra de negocios”.*

Además, también pretenden adquirir y profundizar en nuevas competencias dentro del gran Lego de Amazon Web Services, como son los servicios de contact-center inteligente basados en Amazon Connect, servicios de analítica para facilitar la toma de decisiones empresariales y la aplicación de la IA a la extracción de datos de todo tipo de documentos, imágenes y videos. *“Todas las empresas, y en concreto las administraciones públicas, manejan muchísimos documentos y objetos de información. Poder extraer de forma sencilla lo que hay en un documento o una imagen para poder explotarlo posteriormente es algo muy interesante”,* valora el fundador de AP-SER. —

# PLAN CONTINUIDAD EMPRESARIAL



**Kalibo te ayuda a preparar el futuro de tu empresa**

¿Qué pasaría en tu empresa si falleces tú o tu socio?

¿De qué modo afectaría a su futuro y al de sus trabajadores?, ¿y al futuro de tu familia?

¿Dónde iría a parar tu participación o la de tu socio?

Normalmente estas preguntas quedan en un segundo plano para los dirigentes de pequeñas y medianas empresas... hasta que llega el momento de resolverlas y entonces urge encontrar rápidamente la respuesta.

Para anticiparse a estos posibles imprevistos y evitar recurrir a la improvisación en la gestión de nuestra empresa, Kalibo Correduría de Seguros pone a disposición de sus clientes el Plan de Continuidad de Empresa, dando solución a una problemática implícita en el día a día de los socios. En concreto, se trata de garantizar la continuidad de la actividad y de la propia empresa ante cualquier circunstancia relacionada con la desaparición de un socio o personal clave.

Así lo expresa el director comercial de Kalibo, Javier Crespo, quien puso en marcha este proyecto junto a su equipo en la primavera de 2020, con el objetivo de hacer partícipes a los empresarios de diversos riesgos que *"pueden poner en peligro la continuidad*

*de la empresa"*. Para ponernos en situación, un ejemplo, *"un soci@ al 50% en una empresa fallece. De forma automática sus participaciones pasan a ser propiedad de su cónyuge, lo que puede provocar una situación de compleja inestabilidad en la gerencia de la empresa ya que la relación con el socio puede no ser la ideal, puede tener otras ideas para la empresa o pensar incluso en vender dichas participaciones a un tercero, incluso a la competencia"*. *"Es imprescindible dejar perfectamente detallado como quieren los socios actuar en una situación como esta y desarrollar un Plan de Continuidad Empresarial ante este tipo de contingencias que minimice la inestabilidad provocada por las mismas"*, destaca Crespo.

Con este horizonte, que puede producirse en cualquier momento, en Kalibo han trabajado y diseñado un programa basado en cinco pilares para que los socios, trabajadores y proveedores disfruten de la tranquilidad de continuidad necesaria. *"Con el Plan de*



Roberto Arnán y Teresa Capdevilla

*Continuidad Empresarial dotamos a la empresa con un primer dique de contención ante estas circunstancias con el doble objetivo de no tener que paralizar la empresa y de frenar la entrada de un socio no elegido. Queremos dotarle de financiación en caso de que ocurra, y que la voluntad de los socios se mantenga en el tiempo"*, resume una de las ejecutivas de Negocio de Kalibo, Teresa Capdevilla.

Los responsables de Kalibo valoran como sorprendente que, *“gran parte de los empresarios no se han hecho esta pregunta, no han llegado a pensar qué sucedería si a uno de los socios le pasa algo”*. Una vez que les cuentas en qué consiste el Plan, van tomando conciencia de lo que les puede venir y lo interiorizan. A nadie le viene bien morir pero, salvo que alguien les despierte esta inquietud, es complicado que lo hayan previsto”, expone el ejecutivo de Negocio de Kalibo Carlos Monge, quien valora que la correduría *“ha sido pionera en presentar estos planes”*.

Todo ello requiere haber llevado a cabo previamente un análisis pormenorizado de cada una de las empresas, una



Javier Crespo y Carlos Monge

buena planificación y la realización de una valoración de la misma, que deberá ir actualizándose con una frecuencia a definir según cada tipo de actividad, para mantener su viabilidad. *“Cada empresa es totalmente diferente, hay que*

*analizar el detalle en función de su estructura (tanto socios como empleados y funciones de todos ellos), formas societarias, estrategias comerciales, dimensión, actividad... la situación de cada persona y de cada empresa es particular”*, afirma el ejecutivo de Negocio de Kalibo, Roberto Arnan. *“Es necesario hacer un estudio minucioso de la situación, ya que influyen factores como la facturación y ventas de la empresa, número de empleados, las deudas a corto y largo plazo, régimen económico matrimonial en el que se encuentran los socios, estado de salud de éstos...”*, enumera el director comercial, Javier Crespo. —

## LOS CINCO RIESGOS PARA EL FUTURO DE TU EMPRESA

### 01

#### PÉRDIDA DE CONTROL DE LA PROPIEDAD

Se busca evitar el conflicto si un socio falla y que la situación de la empresa no se vea afectada, dotándola de financiación para ello. *“Tratamos de proteger la continuidad de la empresa y la situación de los empresarios en el hipotético caso de que uno de ellos falleciera y dejar claro qué ocurre con esa empresa tras un fallecimiento”*, remarcan desde Kalibo.

### 03

#### FIGURAS CLAVES

Trata de reducir y minimizar el impacto en la cuenta de resultados ante la pérdida de una figura clave en la empresa y financiar su sustitución. *“Podemos tener un empleado clave que nos esté haciendo una labor difícilmente reemplazable. La cuestión es dotar de financiación a la compañía para que, en el caso de que lo perdiera, tenga recursos para reemplazar a ese empleado”*, exponen los responsables de Negocio de Kalibo.



### 02

#### SOCIO CLAVE

Busca evitar la liquidación de la empresa y financiar la sustitución del socio que desaparece. *“La pérdida de un empresario o socio clave puede significar una bajada de ventas, de control de clientes o, en definitiva, de la gestión de la organización”*, afirman.

### 05

#### PROTECCIÓN PERSONAL Y FAMILIAR

No solo la situación de los socios es importante para el futuro de una empresa. Cualquier circunstancia familiar puede devenir en una dificultad añadida en la gestión de la compañía. *“Es muy importante prever las carencias en las prestaciones de la Seguridad Social de los empresarios autónomos ante cualquier contingencia. Es vital que cuenten con un asesoramiento especializado y un plan de actuación para hacer frente si llega el problema”*, expresan desde Kalibo.

### 04

#### PLAN TALENTO

Facilita la atracción y fidelización del talento en la empresa, potenciando la imagen de marca y evitando su abandono de la compañía. *“Pretende tener atendidos a esos empleados para que el riesgo de fuga o de pérdida de talento no se produzca; en definitiva, tenerlos más satisfechos en la empresa”*, destacan.

# KALIBO COMPLETA EL CÍRCULO CON SU ÁREA DE PARTICULARES



Daniel Laborda, Eduardo Clavero, Nieves González y Silvia Pardo

Kalibo Correduría de Seguros también cuenta con un importante engranaje de herramientas destinadas a facilitar el día a día de cualquier ciudadano. Un completo equipo de cinco profesionales forma el Área de Particulares, con la que Kalibo completa su propio círculo y ofrece al cliente un servicio integral, ya sea para sus labores profesionales o para su ámbito más personal.

En concreto, los clientes acuden a esta Área para asuntos relacionados, principalmente, con la vivienda, automóvil, vida, asistencia sanitaria, asistencia en viaje y hasta mascotas entre otros. La gestión de las renovaciones también es esencial, *“nos anticipamos a la generación de los recibos para que los clientes estén satisfechos y tratar de mantener a raya posibles incrementos en la prima”*, explica Eduardo Clavero, dedicado a la suscripción de particulares.

Todo ello, complementado con el Área de Empresas, conforman un completo catálogo en el que los empresarios y directivos también confían su patrimonio en el asesoramiento y gestión de esta sección de Kalibo.

Precisamente, la salud es una de las grandes inquietudes de los ciudadanos que se acercan a las oficinas de Kalibo en busca de asesoramiento para contratar un seguro. *“La gente se da cuenta de que a lo mejor no puede acudir a Urgencias, ya que pueden estar saturadas o no tienen cita a tiempo, por lo que requieren un centro privado para ser atendidos con mayor rapidez”*, remarca el responsable del Área de Particulares, Daniel Laborda.

## TRATO CERCANO Y PERSONAL

Un trato más personal ha sido un elemento diferenciador en un 2020 marcado por la pandemia y por los meses de coronavirus. *“En esos meses que estuvimos en casa, la gente demandaba un poco de cariño. Han estado más cercanos y nos han permitido ser más proactivos, para que nos sientan cerca”*, destaca Daniel Laborda, quien, junto a Nieves González, Eduardo Clavero, Sofía Rey y Silvia Pardo completan el Área de Particulares de Kalibo Correduría de Seguros.

Esta relación directa es la principal característica de Kalibo dentro de una intensa competencia con las entidades financieras y plataformas de Internet, que realizan una importante inversión en publicidad, y contra las que hay que *“pelear cada póliza y cada*

*renovación”*. *“A raíz de la pandemia, hemos empatizado más con la gente, que busca un trato más personalizado. Si te ponen cara, es distinto. Se mueven por un trato más cercano y no exclusivamente por el precio”*, valora Nieves González.

A raíz de la pandemia, hemos empatizado más con la gente, que busca un trato más personalizado. Si te ponen cara, es distinto. Se mueven por un trato más cercano y no exclusivamente por el precio.



## CALIDAD

Desde el Área de Particulares tienen clara una premisa: *“Nuestra siguiente venta viene por el Departamento de Siniestros”*. *“Una incidencia mal gestionada o que no ha ido como debía, el cliente lo que hace es quejarse e irse. Nuestros clientes saben que en el momento en que pasa algo, tienen la confianza y tranquilidad para venir a Kalibo y lo vamos a solucionar de la mejor forma y en el menor tiempo posible”*, asevera Silvia Pardo.

Por eso, estudiamos las pólizas y sus coberturas, nuestra labor es que el cliente tenga la seguridad de que sale

de nuestras oficinas sin lagunas en sus contratos, que no le venden una asistencia en viaje inadecuada, unos capitales más bajos de los que se exigen o una asistencia médica incompleta... *“Nuestra labor es vender la mejor póliza posible para facilitar su labor al Departamento de Siniestros. Puede ocurrir una vez al mes o una vez en la vida, pero el cliente, en caso de siniestro, quiere ser atendido lo mejor y más rápido posible, y empatizar con ellos. Tenemos un Departamento de Siniestros con seis personas que atienden decenas de*

*llamadas al día con un porcentaje de satisfacción muy positivo, en gran parte porque la póliza afectada se emitió bajo unos criterios de calidad óptimos”*, destaca Laborda.

Igualmente, a la hora de renovar un seguro, *“trabajamos las renovaciones con un doble objetivo, tratar de contener posibles incrementos en la prima y, más importante todavía, mantener actualizadas las pólizas en sus garantías y coberturas para que no se queden obsoletas y nos encontremos en los siniestros ante situaciones de infraseguro”*, puntualiza Sofía Rey. —

# Imanol Sánchez

Torero y Comunicador

“Puedo presumir que he sido pionero en potenciar la marca tauromaquia y la marca de un torero en el panorama digital”

El torero Imanol Sánchez, nacido en Pedrola (Zaragoza), mediático y polifacético ha decidido saltar al mundo empresarial de la comunicación guiándose por su alta actividad en redes con el objetivo de ayudar a las pequeñas empresas, un poco ajenas al mundo online, a comunicar su trabajo y su pasión. Un poco lo que empezó a hacer Imanol que, mostrando su día a día en los ruedos, ha alcanzado un amplio tirón mediático, por su frescura y naturalidad, que lo ha convertido en uno de los rostros más conocidos del toreo a nivel nacional.





### ¿Dónde nace ese amor por el toro?

¡ Nace a caballo entre mi pueblo, Pedrola y Pamplona. Vivo en la tierra del Ebro, muy arraigada a los festejos taurinos populares. Algo que, sin querer, te hace sentir curiosidad por el mundo del toro y empiezas a enredar con las vaquillas y a recortar como cualquier chiquillo. Hasta el día que te encuentras que a lo que jugabas y te apasionaba se ha convertido en tu profesión.

### ¿Cómo se encuentra el mundo del toro?

¡ Está en una situación crítica, sobre todo en Aragón. Actualmente hay 55 ganaderos en la Comunidad que se dedican al 95% a la cría de reses para los festejos taurinos populares. Al no haber este tipo de eventos, muchos ganaderos desaparecerán. También creo que es un momento de reconversión, la tauromaquia ha estado en constante adaptación a lo que demanda la sociedad y el modelo de producción de un festejo taurino tiene unos costes muy elevados para el amplio abanico de ocio existente.

### ¿Cómo aparece la necesidad de comunicar sobre el mundo del toro?

¡ Puedo presumir que he sido pionero en potenciar la marca tauromaquia y la marca de un torero en el panorama digital. Esta necesidad nace de problemas, cuando yo era novillero te das cuenta que quieres comunicar lo que

haces y hoy en día si no se comunica no existes. Vi necesario mostrar un poco lo que iba haciendo, dejar mi currículum profesional digitalizado en un blog, Tuenti, Twitter, Instagram, Facebook... Aprendes un poco de comunicación y luego ves que te gusta, que te apasiona.





“

Te das cuenta que quieres comunicar lo que haces y hoy en día si no se comunica no existes.

### ¿Tiene un amplio tirón en redes sociales, ¿cómo lo ha conseguido?

Con trabajo constante. Nos fijamos en los seguidores y muchas veces, no tienen importancia. También sin tener miedo a exponerte, si te echas un paso adelante y dices algo o haces algo generas reacciones positivas, pero muchas veces negativas. Además de tener el hándicap de ser torero que hoy en día es una profesión que, hagas lo que hagas, vas a ser muy polémico y muy politizado.

### ¿Cómo son de importantes las redes sociales?

Fíjate si son importantes las redes sociales que, para un torero modesto como es mi caso, hacen que te den vida. Me han permitido demostrar que sigo estando vivo en la profesión. Yo siempre le digo a los chavales que empiezan que el mundo del toro tiene fecha de caducidad y podrás triunfar o no, pero es importante que aproveches la oportunidad que nos da la profesión para que se te conozca y proyectar así tu marca personal para lo que pueda venir después.

### ¿Se considera un influencer el mundo del toro?

No, no me considero un influencer del mundo del toro. Al final, el mundo de las redes sociales es ser natural porque hay mucho vende humo y gente que vende lo que no es. Considero que influencer no, pero sí que tengo cierta repercusión en mi ámbito geográfico profesional.

### ¿Qué opina de los influencers?

Me estoy dando cuenta que el influencer genérico se está acabando. Las marcas buscan más perfiles que tengan diez mil seguidores como potenciales clientes que tener diez millones y que no te vayan a consumir nunca.

### ¿Cómo ha conseguido crear su marca personal?

La marca personal es trabajar día a día. Y, sobre todo, no tener miedo a expresar ni a publicar algo porque eso es lo que nos va a dar la capacidad de crecer, de saber cómo tiene que ser la comunicación en una red social o en otra, cómo reaccionan los diferentes segmentos de edad, segmento geográfico o los segmentos de gusto. Por eso veo importante generar una tribu fiel a lo que nosotros hacemos y a lo que decimos.

### De esa repercusión en redes, acaba de crear la empresa de comunica-

### ción Posiciona tu Marca ¿cuáles son sus objetivos?

Posiciona tu Marca nació de la necesidad de reinventarse por la pandemia, aproveché este parón profesional taurino para comenzar este proyecto que tenía en mente hace unos años. Nos dimos cuenta que había un segmento de empresas a los que no llegaban las agencias de comunicación como pueden ser pequeños negocios de tres trabajadores que quiere comunicar de manera diaria lo que hacen, pero sin invertir grandes montantes económicos. Por eso, intentamos crear sinergias entre sectores. Trabajar online es muy importante, pero la gente se olvida de que el offline sigue siendo importante todavía porque es el corazón de la marca.

### Manuela Carmena, Pedro J. Ramírez o Mario Vaquerizo han sido los





“

La marca personal es trabajar día a día. Y, sobre todo, no tener miedo a expresar ni a publicar algo porque eso es lo que nos va a dar la capacidad de crecer...

**elegidos, junto a usted, para un programa de entrevistas a referentes del país en la plataforma Audible de Amazon, ¿cómo ha sido la experiencia?**

Me sorprendió porque al final en el mundo del toro a nivel nacional hay gente con muchos más galones que yo. Al estar allí pregunté por qué se habían fijado en mí y me sorprendió que les había gustado la manera fresca con la que comunicaba, que rompía con lo que es habitual en el mun-

do del toro. La experiencia fue muy positiva porque creo que transmití, a parte de mi marca personal, como es el mundo del toro y que llegó a un espectro de la sociedad que no llegaría a través de mi profesión.

**El proyecto Descubre tu Tierra junto al alpinista Carlos Pauner pretende embarcarles a los dos en un viaje recorriendo Aragón ¿cómo se va a realizar?**

Descubre tu Tierra es un proyec-

to que teníamos Carlos Pauner y yo hace tiempo, y este año viendo que no podíamos salir ninguno de los dos de Aragón, pensamos que era el momento y creamos hace poquito el capítulo piloto, focalizado en redes sociales y ya habido varias empresas y entes públicos que se han fijado en la idea. Pronto empezaremos a rodar los seis primeros capítulos que los dos primeros de ellos van a comenzar en Teruel, otros dos en Zaragoza y otros dos en Huesca. —



# Citesal

## ventanas

Ventanas de aluminio reciclable  
Máximo aislamiento  
con Rotura de Puente Térmico  
Eficiencia energética y ahorro



encuentra tu taller



[www.itesalventanas.es](http://www.itesalventanas.es)