

Francisco Herrero

Presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla

“Durante 2017 en Sevilla se han creado más de 550 empresas, de las que 308 fueron creadas por mujeres frente a las 238 creadas por hombres”



Motostudent Unizar,

Universitarios de todo el mundo competirán en Motorland Aragón con motocicletas desarrolladas por sus propias escuelas de ingeniería.

Soluciones aseguradoras
Tu mascota es uno más de la familia. El seguro para perros abre una nueva época

Nuestros clientes y amigos,

De las instalaciones fabriles de “Panificadora Castellana S.A.” en Zaragoza salen cada día 30.000 piezas de pan fresco, bollería y pastelería.





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
www.seguroparadirectivos.com
www.rcprofesionalkalibo.com
www.seguroparaperros.com

PUBLICIDAD
 Fernando Baquero. Tel. 976 210 710

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
www.venzes.es

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
 Tirada: 4.300 ejemplares

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

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

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



Escanee el código con su móvil y consulte todas nuestras publicaciones o síganos en:



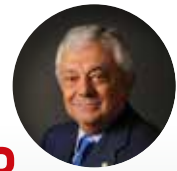
Un paso más en el reinicio

Ya dimos cuenta de ello. En los últimos meses de 2017 dábamos los primeros pasos de nuestra nueva etapa. Desde entonces, nos hemos dedicado, sobre todo, a consolidar nuestro quehacer profesional, permitiéndonos crecer interiormente y avanzar con ideas más claras; hemos planificado nuevos retos y desarrollado los que ya teníamos proyectados. Hemos reestructurado nuestras áreas y estamos apostando por nuestro equipo para consolidar nuestra relación con los clientes.

Este crecimiento interno nos permitirá dar al cliente lo que él precisa. Podemos decir que hemos reforzado nuestra musculatura y hemos reorientado nuestros procesos. El cambio necesitaba nuevos impulsos para acercarnos a los nuevos horizontes y derroteros novedosos, comenzando por el equipo humano.

Para el año 2018 hemos trazado nuevos objetivos y planteado un propósito transversal: seguir afianzando nuestros mimbres, sobre los que asentar una base sólida de prestaciones y mejorar nuestros servicios para que redunden en una progresión en Aragón y el afianzamiento en Andalucía a través de nuestra delegación. Lo fundamental es que este crecimiento y fortalecimiento interior se destinen a dar al cliente lo que necesita: asesoramiento, servicios y control de sus riesgos.

Es posible que también haya llegado el momento de hacer un repaso a nuestras actuaciones y un análisis de nuestros logros para saber si hemos cumplido con rigor nuestro quehacer fundamental que es proteger el patrimonio empresarial y humano de las empresas. Es más, saber si, para conseguirlo, hemos contado con la comprensión de las personas y empresas, de los clientes, de los proveedores y colaboradores y, en este sentido, creemos que sí, nos sentimos con la confianza de nuestros colaboradores y proveedores lo que nos impulsa a tomar el 2018 con el vigor y la energía que nuestros clientes demandan. Próspero 2018. ■



3
 La otra visión del empresario
Francisco Herrero,
 Presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla.

8
 El tándem Empresa-Universidad
Haciendo cantera para el futuro.

10
 Nuestros clientes y amigos
Panificadora Castellana:
 el pan de toda la vida.

13
 Los vermú de la Cámara
 > **Funidelia:** Queremos ser la tienda de disfraces más grande del mundo.
 > **Calvo con Barba:** Las redes sociales han cambiado de raíz el enfoque de las marcas.

16
 Más de 70.000 empresas podrán votar en las elecciones a la Cámara de Comercio.

17
 Crónica Empresarial
 > Premios al talento, innovación y responsabilidad social de las mujeres empresarias.
 > Araven recibe el premio más prestigioso de España, entre las pequeñas y medianas empresas.
 > La empresa aragonesa se enfrenta a la carencia de profesionales informáticos.
 > Ciaman inaugura nuevas instalaciones en Malpica.
 > Torre Village afectará a grandes almacenes pero no al comercio de barrio.
 > Magapor, pyme del año 2017 de Zaragoza.

21
 Organizaciones empresariales
 > **Eticom.** El clúster de la economía digital. Fernando Rodríguez del Estal.

24
 Soluciones Aseguradoras
 > **Tu mascota es uno más de la familia:** el seguro para perros.

28
 Kalibo en pocas palabras
 > ¿En qué consiste la conciliación judicial?

29
 Escapada
La primavera hace brotar la verdadera personalidad de Sevilla.

Francisco Herrero

Presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla

Cámara
Sevilla

**“Ofrecemos
a las empresas
la experiencia
de 130 años
de historia”**



CONTINÚA >



> Los Reyes de España en una de sus últimas visitas a Sevilla.

La Cámara de Comercio de Sevilla ha sido uno de los agentes decisivos en la configuración del tejido empresarial español. Durante 2017 en Sevilla se han creado más de 500 empresas, siendo los sectores más dinámicos los de actividades empresariales, servicios a empresas y comercio menor. Las actividades que desarrolla la Cámara son, fundamentalmente, la Formación y la Internacionalización y cuenta con un "vivero" de empresas y centros de emprendimiento, alojamiento y asesoramiento empresarial. Para conocer la labor que desarrolla la Cámara y el momento que atraviesa la economía sevillana y andaluza, hemos entrevistado a su Presidente, **Francisco Herrero**.

Cámara Sevilla

“Sevilla es sede de un pujante sector aeronáutico y Andalucía una de las regiones españolas más importantes en este sector, con 120 empresas que dan trabajo a 15.000 personas”

¿Cómo es la estructura del tejido empresarial sevillano? ¿qué papel ha desempeñado en su consolidación la Cámara de Comercio de Sevilla?

> La provincia de Sevilla cuenta con 115.932 empresas que representan el 3,53% del tejido empresarial español y el 23,11% del andaluz.

Predominan las empresas del sector servicios seguidas por las de construcción y las industriales.

En cuanto al tamaño de las empresas existe un claro predominio de pequeñas empresas sin asalariados (55,05%) seguidas de las de menos de cinco empleados (36,7%).

La Cámara de Comercio ha sido y es una herramienta fundamental de ayuda y de apoyo a las empresas que forman ese entramado empresarial. Nuestra organización se encuentra en estos momentos cada vez más cerca

de las empresas y de sus profesionales, ofreciendo la experiencia de más de 130 años de historia.

¿En qué momento de una iniciativa empresarial comienza esa labor de apoyo a las empresas?

> Desde la Cámara de Comercio ayudamos a las empresas desde sus inicios a través de la Ventanilla Única Empresarial, en la que se concentran las Administraciones competentes para la creación de las empresas, desde la Administración General del Estado, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Sevilla. Se trata de la única Ventanilla existente hoy en nuestro país.

¿Qué datos le ha reportado Ventanilla Única en estos años de "post crisis"?

> A lo largo de 2017 se han logrado crear más de 500 empresas. Este año destacaremos que ha aumentado el número de empresas creadas por mujeres 308, frente a las creadas por hombres 238.

La mayor parte de las empresas se constituyen como empresarios individuales, en concreto un 89%, seguidos por sociedades mercantiles. Por sectores de actividad principalmente las empresas creadas pertenecen a los sectores de actividades empresariales, servicios a empresas y comercio menor.

Una vez creadas las empresas, desde la Cámara realizamos una labor de seguimiento y de asesoramiento así como de ayuda a la captación de fondos para las empresas.

La desaparición del recurso cameral permanente ¿cambió la orientación de esta ayuda a las nacientes empresas? ¿Cómo se estructura la pertenencia de las empresas en la institución cameral?

> La desaparición del recurso cameral permanente ha significado un antes y un después en la vida de las Cámaras de Comercio españolas. La supresión de dicho recurso ha llevado a la desaparición de numerosas Cámaras y a la reestructuración del resto que aún permanecemos. La Cámara de Comercio es una Corporación de derecho público a la que tienen obligación de pertenecer todas las empresas pero no de pagar.



> Con los ministros de Justicia, Rafael Catalán, y de Interior, Juan Ignacio Zoido.

Para sobrevivir, la Cámara de Comercio de Sevilla puso en marcha un ambicioso plan con la creación del Club de las Empresas, que es un Club al que pertenecen actualmente más de 200 empresas a las que prestamos servicios por pertenecer al mismo. Los inicios fueron complicados pero a día de hoy tengo que mostrar mi satisfacción por la consolidación del mismo. En la actualidad son las empresas las que nos llaman para pertenecer al mismo. Se trata de un Club de referencia.

Actividades de la Cámara

¿Qué actividades desarrolla fundamentalmente la Cámara?

> La Cámara de Comercio de Sevilla se sustenta en dos pilares fundamentales: la Formación y la Internacionalización.

Disponemos de nuestra Escuela de Negocios, pionera en la formación de Directivos y de empleados de empresas en la capital hispalense, en el que se imparten Máster de numerosas especialidades, un Centro Universitario con cuatro Grados y un Doble Grado denominado EUSA, y del Centro de Nuevas Profesiones para impartir Formación Profesional.

Además, la Cámara cuenta con un Vivero para empresas en Torneo Parque Empresarial y un Vivero de Transferencia de Tecnología Aeroespacial, que se ha convertido en un centro de trabajo compartido para empresas del sector.



> El Puerto de Sevilla, uno de los fundamentos de su pujanza industrial.

De otro lado, contamos con un centro de emprendimiento, alojamiento y asesoramiento empresarial en el centro de Sevilla, en el que asesoramos a emprendedores que quieren poner en marcha sus proyectos que denominamos Coworking.

Las empresas del Club Cámara desarrollan sus actividades en nuestro Club Empresarial, Financiero y de Negocios- Antares. Un espacio en el que realizamos toda la actividad de los Foros que se ponen en marcha desde la Fundación Cámara. Se trata de un espacio de encuentro al que son invitadas las principales figuras del sector empresarial, de la política así como de la cultura de nuestro país.

En Antares, las empresas del Club disponen de espacios para poner en marcha sus actividades así como de un centro deportivo en el que ofrecemos una amplia oferta de especialidades.

Proyección internacional

¿Qué labor realiza la Cámara en el ámbito internacional?

> Desde la Cámara fomentamos las relaciones bilaterales con las embajadas para que se incrementen los encuentros internacionales de las empresas sevillanas con países que ofrecen oportunidades de negocio. Impulsamos las relaciones comerciales en el exterior y el fomento de proyectos de inversión y de cooperación.

Todos los años presentamos un ambicioso plan de Comercio Exterior en el que incluimos visitas a Ferias Comerciales Internacionales en las que acompañamos a nuestros empresarios. A lo largo del pasado 2017 hemos recibido la visita de más de 40 embajadores.

¿Extienden esta labor a la totalidad de la provincia de Sevilla?

> Así es. Dado el carácter provincial de la Cámara, contamos con centros en la provincia de Sevilla que denominamos Puntos Cámara en los que trabajamos en colaboración con los ayuntamientos y asesoramos a los empresarios.



DENSO CURRICULUM EMPRESARIAL

Nacido en Sevilla, aquí ha transcurrido toda su trayectoria empresarial. Es Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla, cargo que ocupa desde el 3 mayo del 2006. Actualmente es Vicepresidente de la Autoridad Portuaria de Sevilla.

Su densa trayectoria empresarial comienza en 1977 cuando fue elegido por unanimidad Presidente de la Asociación de Consignatarios de Buques de Sevilla. En ese mismo año se produjo su designación como Miembro del Pleno de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla y, por designación, pasó a ocupar una Vocalía en el Comité Ejecutivo de la Cámara y la Presidencia de la Comisión de Asuntos Marítimos.

En 1979 participó, junto con otros empresarios sevillanos de distintos sectores económicos de la ciudad, en la fundación de la Confederación Empresarial Sevillana, ocupando la vicepresidencia de la misma en diversos mandatos, así como el cargo de tesorero.

Profesionalmente, es presidente del Grupo Empresarial LAMAIGNERE, cuyo origen se remonta al año 1908 y que, tras su adquisición, tiene su sede Central en Sevilla. Además, cuenta con oficinas en las ciudades de Madrid, Barcelona, Alicante, Cádiz, Algeciras, Las Palmas de Gran Canaria, Tenerife, Santiago de Chile, Miami, Méjico y Seúl dando servicios a empresas de diversos sectores, relacionadas con el Comercio Exterior y la Logística.

Es especialmente aficionado a los deportes náuticos y se considera un buen seguidor del Sevilla F.C al que pertenece como socio. También es un gran aficionado del mundo taurino y habitual de la Real Maestranza.

“Nuestro puerto ha pasado de ser un puerto estrictamente comercial a ser también logístico e industrial”

El turismo

Sevilla, es uno de los destinos turísticos más solicitados de España y al mismo tiempo, el turismo a una actividad eficaz para la dinamización económica. ¿Qué labor realiza la Cámara en apoyo a este sector?

> El sector turístico es clave en la dinamización económica de nuestra provincia. Por eso, desde la Cámara gestionamos el Sevilla Congress and Convention Bureau, un organismo en el que participan las principales instituciones de Sevilla y a través del cual integramos a las empresas más destacadas que están relacionadas por el sector para llevar a cabo acciones consensuadas que tienen como objetivo fundamental canalizar toda la oferta turística de la provincia y dar a conocer en el sector turístico internacional lo que ofrece Sevilla. Nuestra provincia ha logrado hacer resurgir su economía tras la crisis gracias al incremento del turismo internacional que genera el 17% de la riqueza. Los datos confirman el magnífico momento que vive el sector que ha logrado controlar la estacionalidad.

¿Con qué optimistas previsiones plantea cara al futuro?

> Nuestra ciudad ha sido elegida este año, por la principal revista del sector turístico Lonely Planet como el mejor destino para viajar en 2018, lo que está suponiendo un incremento en las reservas de hoteles.

A todo ello hay que sumar la fortaleza del Aeropuerto de Sevilla que ha estrenado en otoño del pasado año nuevas rutas, que han aumentado en un 40% el número de plazas aéreas. El número de viajeros en establecimientos hoteleros en Sevilla, creció en el mes de septiembre ofreciendo valores superiores a los registrados en Andalucía y ligeramente inferior en España. Todos ellos son datos que auguran buenas perspectivas para el 2018.

¿Qué otro sector destacaría en estos momentos en la economía sevillana?

> Sevilla es la sede de un pujante sector aeronáutico. Airbus ensambla aquí el A400M y fabrica y ensambla el C-295. Andalucía es una de las regiones españolas más importantes en este sector que representa el 1,7% del PIB regional debido a que 120 empresas de la comunidad andaluza dedican su actividad al sector aeronáutico dando trabajo a más de 15.000 personas.

Además del sector aeronáutico, Sevilla cuenta con el único puerto fluvial interior de España. ¿Qué papel juega en el desarrollo de Sevilla esta estratégica situación?

> El puerto de Sevilla, único fluvial interior de España utilizado como marítimo, mueve al año más de 4 millones de toneladas. Durante el pasado año, el puerto movió 4,8 millones de toneladas de mercancías totales.

A lo largo de 2017, el Puerto ha fundamentado su estrategia en la eficiencia de la cadena logística e impulsado la actividad económica e industrial para consolidarse como principal nodo logístico e industrial del sur peninsular.

¿En qué actividades se asentará el futuro del Puerto?

> Sevilla ha apostado por un puerto industrial, consolidando la actividad productiva en el Polígono de Astilleiros. Además ha dado importantes pasos en la mejora del acceso marítimo con la puesta en marcha del Programa de optimización de la navegación y el incremento del calado de la vía navegable y se ha apostado por la innovación y las nuevas tecnologías como elementos clave para potenciar la multimodalidad y favorecer la competitividad logística.

En sus orígenes, la actividad del Puerto estuvo ligada al movimiento de mercancías, que en la actualidad se centra en el transporte de contenedores, productos siderúrgicos y agroalimentarios. Sin embargo dadas las características singulares de este puerto único en España, su línea estratégica en los últimos años ha evolucionado enfocándose hacia la promoción del desarrollo industrial y del tejido productivo. El puerto ha pasado de ser un puerto estrictamente comercial a ser también logístico e industrial. ■



> Sevilla ciudad turística atrae cada años miles de visitantes.

Haciendo cantera para el futuro

Motostudent Unizar prepara una competición internacional de motos diseñadas en universidades de todo el mundo a celebrar en Motorland Aragón.



En otoño de este 2018 equipos de estudiantes de universidades de todo el mundo competirán en Motorland Aragón con motocicletas diseñadas y desarrolladas por sus propias escuelas de ingeniería. Es la quinta convocatoria de Motostudent y la primera que organizan los estudiantes aragoneses. Así, el proyecto se consolida como una experiencia que les permite trabajar con empresas multinacionales sin salir de su tierra.

Una treintena de estudiantes de la Universidad de Zaragoza trabajan en equipo desde hace más de un año en la preparación de la competición de Motostudent. Sobre ella habló en la Redacción Club de la Cámara de Comercio, Álvaro García, estudiante de ingeniería y director del proyecto de moto eléctrica del equipo Motostudent Unizar, que estuvo acompañado por **David Romeral**, director gerente del Clúster de Automoción de Aragón (CAAR).

Esta competición internacional reúne cada dos años a equipos de universidades de todo el mundo en Motorland Aragón. El evento está organizado por TechnoPark Motorland y la Moto Engineering Foundation (MEF). Su objetivo fundamental es promover la innovación a través de una competición en la que los estudiantes deben diseñar y desarrollar un prototipo de motocicleta de competición. Según explica **Álvaro García**, "la moto que participará en

Motorland quiere demostrar hasta dónde puede llegar una moto diseñada por estudiantes que han aprovechado las oportunidades de desarrollo e innovación que han puesto en sus manos". La participación de estudiantes universitarios en un proyecto como Motostudent, supone para los estudiantes una oportunidad de desarrollo e innovación, sobre todo porque participará con una motocicleta eléctrica ya "que la movilidad eléctrica ya es el presente".

Las categorías

En la quinta edición, cuyas pruebas se celebrarán en otoño de 2018 en el circuito de Motorland, habrá dos categorías: Petrol (para motor de combustión de 250cc y cuatro tiempos) y Electric, para prototipos 100% eléctricos. Este será el primer año en el que el equipo de la Universidad de Zaragoza se presente a las dos.

Según comentó **Álvaro García**, "la treintena de estudiantes que conforman el equipo de la Universidad de Zaragoza, que se involucran a lo largo de dos años, desarrollan una estrategia global comenzando por conseguir financiación". "En definitiva, un alumno busca sentir la experiencia de desarrollar desde cero un proyecto real".

Los equipos de Motostudent lo forman estudiantes de distintas materias, ya que se trata de implicar a todas las ramas de la técnica que confluyen en su realización. La mayoría son de ingeniería mecánica pero hay también de telecomunicaciones, informática, etc, ya que se trata de implicar a todas las ramas de conocimiento relacionadas.

Una cantera de ingenieros

En el coloquio de presentación, **David Romeral**, director gerente del clúster de automoción, comentó que la razón fundamental de la colaboración en este proyecto es que "Motostudent es una gran cantera de ingenieros que además, esperamos, se van a quedar en Aragón". "Esta experiencia –apuntó en otra parte de su intervención– les demuestra que, sin salir de su tierra, pueden contar con la posibilidad de trabajar con empresas multinacionales" concluye Romeral, que anima a apoyar el proyecto de Motostudent Unizar "como una forma de invertir en el futuro". "En Aragón –subrayó– hacemos mucha innovación sobre desarrollos de terceros, pero no tanto I+D, diseño desde cero y esta iniciativa puede ayudar a poner solución a estas carencias". Sobre la implantación del motor eléctrico, afirmó que "ha llegado para quedarse",



COMO SE DESARROLLA MOTOSTUDENT

Motostudent es una competición internacional bianual entre distintas universidades de todo el mundo. El objetivo es diseñar y desarrollar un prototipo de motocicleta de competición a partir de un kit básico, así como un proyecto industrial de fabricación en serie y un proyecto de innovación.

Esta cuarta edición se caracteriza por la existencia de dos categorías: Motostudent Petrol: prototipos de 250cc y 4 tiempos y Motostudent Electric: prototipos 100% eléctricos.

La competición consta de dos fases. La primera, MS1, comprende el proyecto de innovación y el proyecto industrial. La segunda, MS2, reúne todo lo relacionado con el prototipo: verificaciones técnicas y dinámicas, pruebas de aceleración, frenada y gymkana, así como un fin de semana completo de competición con entrenamientos libres y clasificatorios y finalmente una carrera entre los prototipos.

Además de la carrera, se premia tanto al mejor proyecto de innovación como el mejor proyecto industrial. Este último consiste en diseñar el proceso de fabricación de 600 motocicletas de competición por año, con un coste unitario menor de 4.850€ para la de gasolina y 9.750€ para la eléctrica.

La competición está promovida y desarrollada por la fundación Moto Engineering Foundation (MEF). Dicha fundación fomenta el desarrollo tecnológico en el sector del motociclismo en líneas de investigación, ensayos técnicos y formación.

aunque auguró que su implantación "no será en la modalidad 100% eléctrico, sino en formatos híbridos".

Sobre la repercusión que puede tener este proyecto universitario sobre el sector automovilístico, **David Romeral** destacó que "aunque el sector de la automoción aragonés está orientado a los coches, y todavía no se fabrica ningún modelo eléctrico en la comunidad, la moto eléctrica del Motostudent Unizar puede suponer una gran oportunidad para transferir conocimiento a empre-

sas de componentes para vehículos eléctricos". "Motostudent –recalcó– es una forma de mejorar su formación, de que los alumnos conozcan los procesos de fabricación y cómo se pueden combinar con el I+D". Todo ello le dio fundamentos para destacar la necesidad de que Motostudent cuente con más apoyos dentro de Aragón, tanto por "las muchas líneas de negocio que de esta competición pueden salir" como por su contribución "a crear cantera, a avanzar en la integración de los estudiantes en el mundo real". ■

Nuestros clientes y amigos:

“Panificadora Castellana”: *el pan de toda la vida*



De las instalaciones fabriles de “Panificadora Castellana S.A.” salen cada día 30.000 piezas o 50.000 kilos de pan por semana. Se trata de una empresa dedicada a la fabricación de pan fresco, bollería, pastelería y a la comercialización de masas congeladas. Se diferencia de sus competidores en que, además de fabricar pan tradicional fresco, incluso hecho mano, llega también a cualquier cliente. Pedro Molina, Gerente de la Panificadora, subraya que los productos que salen de sus instalaciones “*son mezcla de tradición y tecnología industrial, lo que nos constituye en referencia única del sector del pan en Zaragoza*”.

Panificadora Castellana fue fundada en la década de los 60 y adquirida por un grupo inversor en junio de 2014. Este es el momento en que, con un proyecto de inversión ambicioso, se produce el despegue de esta industria. El equipo promotor lo forman profesionales del mundo de la economía y la abogacía, como propietarios del accionariado de la empresa y son los encargados de la planificación de las

estrategias y objetivos de la empresa. El gerente, Pedro Molina; Rafael Fernando, Director comercial, y José María Manzano, Director financiero se consideran “*panaderos de toda la vida*” y son los que contestan a nuestras preguntas. Junto a ellos, otro equipo de profesionales, gerencia y mandos intermedios provenientes del sector del pan llevan a cabo la ejecución de esas decisiones.

¿Su nombre, “Panadería Castellana”, responde a un determinado origen del pan o a una especial manera de hacerlo?

> La panificadora que compró nuestro grupo –dicen– comenzó a trabajar con el nombre de panificadora Castellana con socios catalanes, madrileños, y encontrándose radicada en Aragón.



¿Su objetivo próximo?

> Consolidar la posición de liderazgo en Zaragoza alcanzando este mismo año un volumen de facturación de la compañía próximo a los 3 millones de euros.

El futuro del pan

¿Cómo se ha comportado el mercado del pan en los últimos años?

> Ha aumentado el número de puntos de venta pero ha descendido el consumo. En estos últimos años se ha producido una reconversión de los tradicionales despachos de pan que se han convertido en locales de degustación. Según datos oficiales del sector, en España existen actualmente 165.000 puntos de venta, contabilizando gasolineras, supermercados, etc., pero sólo una cuarta parte son panaderías tradicionales. Desde los primeros años de la década de los 2000, han ido desapareciendo los despachos tradicionales de pan, que se están sustituyendo por otra clase de establecimientos en el que, además de comprar pan, se puede adquirir repostería, pastelería, alimentación, etc.

¿Qué factores han ocasionado estos cambios y a la desaparición del horno tradicional?

> No hay relevo generacional. La profesión de panadero es muy sacrificada y

la normativa en materia de seguridad y prevención de riesgos laborales es cada día más exigente. A ello hay que sumar que las inversiones para adaptar los locales son muy elevadas.

¿Es un anuncio de la desaparición del pan artesanal y el reinado del pan de fabricación industrial, precocido o congelado?

> La fabricación de este pan precocido o congelado crece cada año un 15 por ciento y parece claro que ese crecimiento se va a mantener en los próximos años.

El mercado del pan

¿Se come ahora menos pan que cuando ustedes se hicieron cargo de "Panificadora Castellana"?

> No se come ahora menos pan, pero sí que se come distinto pan. Hay en el mercado muchas y variadas clases de pan, de gustos y propiedades distintos. Hoy, las clases de pan las podríamos dividir en dos grandes grupos: los panes precocidos y los panes frescos. Hace 30 años solamente existía el pan de panadero, que nosotros seguimos trabajando, pero ahora han aparecido los panes precocidos, que son los que demandan los consumidores que les gusta comer el pan caliente. El pan que antes hacía el panadero fue a menos de forma que, en el transcurso de 10 ó 15 años, ce-

rraron el 80 por ciento de las panificadoras de España. Cada día se abren más panaderías, cafeterías, locales de degustación en los que se vende pan. Eso quiere decir que no se come menos pan, pero sí que se come distinto, porque antes había muy contadas clases de pan mientras que ahora se comen distintas versiones de pan, con gustos y propiedades distintos.

¿El crecimiento del pan precocido está afectando al conjunto del mercado global del pan?

> Si bien el pan fresco no crece como el pan precocido, tampoco se estanca. Por otro lado, somos la única empresa capaz de dar servicio a los grandes distribuidores. Tenemos una posición de liderazgo ya que distribuimos un 60 por ciento del producto fresco.

¿Somos los españoles grandes consumidores de pan?

> Turquía es el país europeo con mayor consumo de pan, aunque los españoles seguimos estando entre los mayores consumidores. Hace 40 años cada español consumía cerca de 100 kilos de pan al año y ahora estamos hablando de 55 kilos. Si a ello se une que las empresas se han modernizado para dar pan caliente, recién hecho, podemos asegurar que el mercado de pan se ha revolucionado, aunque el pan sigue siendo un manjar solicitado en las mesas.

“Cada día hacemos repartos a 800 puntos de consumo que comprenden organismos oficiales, empresas de catering, panaderías y establecimientos de hostelería y restauración”

¿Cómo se adapta Panificadora Castellana a estos cambios?

> Apostando por dos segmentos de negocio: fabricando pan fresco a la manera tradicional y distribuyendo masas congeladas.

¿Cuál es la clase de pan que ustedes fabrican y qué podríamos calificar como pan distintivo?

> Nuestra principal línea de producción es el "pan de toda la vida".



¿Qué pan preparan para poner en el mercado en este recién estrenado 2018?

> Fabricaremos y pondremos a la venta una barra fabricada con harinas especiales y distintas, que es una integración del pan de toda la vida y del moderno. Un pan hecho a mano, completado y finalizado con los procesos de ahora.

Su mercado

¿Cuál es su mercado objetivo?

> Nuestro mercado es muy amplio, aunque nuestra capacidad de elaboración nos permite atender a un elevado número de pequeños puntos de venta y a clientes de diferentes segmentos o sectores, realizando repartos diarios a aproximadamente 800 puntos que comprenden organismos oficiales, empresas de catering, panaderías y

establecimientos de hostelería y restauración.

¿Qué colectivos se integran en el sector de organismos oficiales?

> Dependencias de los ejércitos de tierra y aire, Hospital Militar y diversos cuarteles a los que hemos llegado en Concursos Públicos. También suministramos al Ministerio de Sanidad, a través del Sistema Aragonés de Salud, en los hospitales de Zaragoza "Miguel Servet", Hospital Clínico Universitario "Lozano Blesa", el Royo Villanova, residencias de mayores o residencias de discapacitados.

¿Qué actividades integran las empresas de catering?

> Residencias de mayores, públicas o privadas, colegios privados y públicos de distintos niveles y comedores de grandes empresas. Realizamos cada día repartos a numerosas tiendas de alimentación, bares y restaurantes. ■

"Nuestros panes son mezcla de tradición y tecnología industrial, lo que nos constituye en referencia única del sector del pan en Zaragoza"





Funidelia:

“Queremos ser la tienda de disfraces más grande del mundo”



> Fernando Baquero, Toño Escartín, Carlos Larraz y Ramón Añños.

Dos jóvenes empresarios oscenses, Carlos Larraz y Toño Escartín, fundadores de Funidelia, la gran tienda online de disfraces y accesorios de fiesta, fueron los invitados a una nueva edición de Vermú de Redacción, el networking gastronómico de Club Cámara.

Los dos jóvenes empresarios protagonizaron un animado Vermú de Redacción en el que se apuntaron algunas de las claves para triunfar en el sector del comercio electrónico

Como en los anteriores encuentros, la reunión contó con el patrocinio de **Banco Santander** y **Kalibo Correduría de**

Seguros, y la animación gastronómica de Vinos Botica, que presentó para la ocasión una selección de productos del Alto Aragón.

“Nuestra iniciativa constante ha sido montar un negocio propio. Tuvimos otras ideas antes, sin éxito, pero finalmente vimos la oportunidad que había en el sector del disfraz”, recordó Carlos Larraz sobre los orígenes de Funidelia, en 2011. En su intervención puntualizó que en los primeros pasos en el negocio no pensaron que iban a tener el éxito que han conseguido, pero según afirmó, *“ahora somos cada vez más ambiciosos y creo que seguiremos adelante muchos más años”,* afirmó Carlos Larraz.

CONTINÚA >

Las claves

Una de las claves de Funidelia ha sido su expansión internacional, con tiendas online en Europa, América del Norte y del Sur y Asia. *"Básicamente, cuando vimos cómo funcionaba el negocio en España, pensamos en replicar el modelo en Francia, Alemania, Italia y otros países. En todos ellos intentamos ser una tienda local; incluso en Chile adaptamos el lenguaje a sus modismos",* nos apuntan. *"No tenemos una gran competencia global –salvo Amazon–, pero competimos con pequeños operadores locales. Por eso intentamos reducir los tiempos de entrega, como hemos hecho en Alemania, montando un almacén",* explicó Escartín.

Esta estrategia, orientada al mercado exterior les ha llevado *"a vender a pérdidas en un país solo para probar hasta dónde somos capaces de llegar, para entender el mercado".* Contrariamente a lo que pueda parecer, *"el usuario de Australia y Singapur es, al 90%, igual al de cualquier otra parte. Al final esto es ecommerce puro y duro",* aseguró Larraz.

¿Cómo es posible que aborden tantos proyectos a la vez?, les preguntaron. *"No somos especialmente buenos gestionando" –reconoce Escartín–, "pero abrir en nuevos países ya no es para nosotros un paso desconocido, sigue en todos patrones similares". "Nos centramos en lo que sabemos hacer bien, por eso hemos dejado de hacer tantas cosas. Ahora trabajamos más enfocados",* explica. En esta línea, La-

rraz cuenta como han tomado *"decisiones duras",* entre las que destaca eliminar la atención telefónica, que suponía un volumen de 30.000 llamadas al mes *"imposible de atender".* Y también es esta filosofía la que, de momento, les ha hecho descartar experimentos en el ámbito offline.

Aunque lo suyo es ecommerce *"puro y duro",* Funidelia debe afrontar retos propios del sector del disfraz. Escartín explicó que la *"extrema estacionalidad"* de este mercado hace que sus necesidades en tecnología y logística sean *"muy concretas",* para la que cuentan con desarrollos propios. Los tiempos de reacción a un fenómeno social –por ejemplo, contar con un disfraz de un personaje en un momento de pico de popularidad– son una *"área de mejora"* en la que ya trabajan, y para la que han puesto en marcha una línea de producción propia con la que dar respuesta a la demanda de última hora y a determinados productos que los fabricantes tradicionales no cubren.

Al final, resume Larraz, la clave del éxito de Funidelia ha sido ofrecer al consumidor lo que busca: *"Un usuario te elige o porque eres el más barato, o el mejor o el que está más cerca. No hay tanta diferencia entre un usuario de Internet y el que va a una panadería. Nosotros hemos acertado porque hemos sabido dar una mejor respuesta a estos tres elementos que los demás, y lo hemos hecho bien en cuanto a visibilidad".* Su objetivo, dicen sin ambages ni falsa modestia, es *"ser la tienda más grande del mundo en nuestro sector; buscamos alcanzar el liderazgo".■*



Calvo con Barba: “Las redes sociales han cambiado de raíz el enfoque de las marcas”



> Calvo con Barba, durante su intervención en el último Vermú de Redacción del año.

“Calvo con Barba es una marca, pero detrás hay una persona, Lucas Aísa”. Así introdujo Narciso Samaniego, Responsable de Comercio Electrónico de Cámara Zaragoza, al invitado del último Vermú de Redacción de 2017. La aclaración era necesaria, pues como respondió jocosamente el protagonista, “muchas gente no sabe que me llamo Lucas”. El reciente ganador del premio al Mejor blog de marketing de 2017 visitó Cámara Zaragoza para compartir sus experiencias y conocimientos en el networking gastronómico de Club Cámara, asistiendo a un distendido aperitivo.

Desde 1994, Lucas Aísa se dedica al marketing y, en 2006, montó su propia agencia. *“Mi misión –afirmó Lucas– es ayudar a las marcas a definir mensajes, identificar audiencias, construir relatos y hacerlos llegar a la gente. Al final, de lo que se trata es que las empresas facturen más”. Su lista de clientes tiene grandes nombres como Iberdrola, Aramón, Ternasco de Aragón... “Y también –dijo– otros más modestos, pero que ya apuntan maneras, como “La mar de cookies”, que empezó en su casa y acaba de abrir su octavo establecimiento en España”.*

El marketing digital

Tras las presentaciones, tocaron las preguntas.

¿Cómo ha evolucionado el marketing digital con la aparición de las redes sociales?, formuló uno de los asistentes.

> Ha obligado a las marcas a cambiar su enfoque de manera radical, algo a lo que muchas no están dispuestas, porque

pierden protagonismo, pierden el control de quién lo cuenta y cómo se cuenta y con ello, se producen fricciones.

“Hay que comprender el canal, pero también a los usuarios, porque es una comunicación bidireccional. Primero hay que darse a conocer, luego enganchar con nuestra historia y, como último paso, influir”, detalló el experto en marketing.

El problema, según su experiencia, es cuando *“se quiere entrar en las redes sociales como el que entra en un bar a invitar a una caña: hoy el vendedor de crecepelo del Salvaje Oeste no llegaría ni al segundo pueblo con esa estrategia de venta”.*

Aísa no tiene pelos en la lengua, y reconoció que es *“polémico”* en muchas de sus opiniones. *“Si tu producto es una basura, la herramienta no lo va a hacer mejor: vas a conseguir que más gente vea que vendes una basura”, afirmó. A este respecto, recordó que las empresas ya no tienen la sartén por el mango, ya que los consumidores han perdido la confianza en los canales oficiales y confían más en la figura del ‘alguien como yo’. En este contexto, la estrategia tiene que pasar por “integrar el mensaje en conversaciones ajenas, conseguir experiencias de consumo tan memorables que sea inevitable que hablen de ti”.*

Una de las vías para lograr esto es a través de los populares influencers, una de las cuestiones sobre las que los asistentes preguntaron a Calvo con Barba. *“Cuando trabajas con un influencer estás ‘comprando’ permiso para entrar en los teléfonos de personas ajenas a tu marca, adquieres capacidad*

CONTINÚA >

de llegada a nuevos canales y nuevos prescriptores. Todavía cuesta entender que esto es comprable y pagable, sea con dinero o productos", explicó Aísa. En todo caso, advirtió que "el influencer tiene que ser un profesional –no todos lo son–, y tiene que estar alineado con nuestra marca".

¿Qué ruta debe seguir una empresa que quiera lanzarse a las procelosas aguas del marketing digital?. Calvo con Barba tiene su propia metodología: IDEA, que explica así: "I de inmersión: primero tienes que conocer tu casuística, definir tus objetivos y audiencias, etc; D de definición: elaborar un plan de acción y una estrategia; E de ejecución: yo no suelo estar presente en esta fase, no soy partidario de que se externalice, porque quien mejor conoce una empresa son sus propios trabajadores; y A de análisis: tomar datos para evaluar y, si es necesario, redefinir la estrategia".

Este Vermú de Redacción deparó muchas frases memorables. Este fué un último consejo: "El importante no eres tú, ni es el director general de tu empresa, que quiere verse en un anuncio cuando saca el coche del garaje: lo fundamental es llegar tu público".■

fotografías: ©Arturo Gascón.



> Calvo con Barba y Miguel Botica "intendente" de Vermús de la Cámara.

Más de 70.000 empresas podrán votar en las elecciones a la Cámara de Comercio

Un total de 70.795 empresas podrán participar en las elecciones para la renovación del Pleno de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, que se celebrarán en el primer trimestre de este año recién estrenado.

Una de las novedades de este proceso electoral es el ajuste de los grupos, que se han reducido de 34 a 15 y se han actualizado según el peso económico de cada actividad de la provincia de Zaragoza. Después de las elecciones, el Pleno pasará de tener 60 vocales electos a 27. A ellos se añadirán cuatro vocales más, designados a propuesta de las organizaciones empresariales entre empresas y personas de reconocido prestigio, y otros nueve procedentes de las entidades con mayor aportación voluntaria a la Cámara.

Las empresas de Zaragoza y su provincia podrán comprobar a través de internet si están inscritas en el censo electoral. La página web de la Cámara de Comercio (www.camarazaragoza.com) presenta ya un apartado dedicado a las elecciones 2017-18, donde las empresas podrán consultar su inscripción mediante la introducción de su número de identificación fiscal.

La convocatoria de elecciones corresponde a la Diputación General de Aragón (DGA), administración tutelante de las Cámaras aragonesas. El Gobierno de Aragón convocará las elecciones con un mínimo de 30 días de antelación a su celebración. Una vez convocadas se constituirá una Junta Electoral, de ámbito

provincial, integrada por dos representantes de los electores, designados mediante sorteo público y dos personas designadas por la DGA. Diez días después de la publicación de la convocatoria en el BOA se abrirá el plazo para la presentación de candidaturas. Las elecciones se celebrarán previsiblemente en marzo, y el proceso culminará con la constitución del nuevo Pleno durante el mes siguiente. La duración del mandato de Plenos de las Cámaras de Comercio es de cuatro años.■





Premios al talento, innovación y responsabilidad social de las mujeres empresarias

La Asociación Aragonesa de Mujeres Empresarias, ARAME, ha cumplido 28 años de presencia en el ámbito profesional de Aragón, “luchando por el liderazgo femenino y para que la igualdad sea una realidad en nuestra sociedad” según reconoció su presidenta, M^a Jesús Lorente.

Con tal motivo, ARAME celebró la XVIII EDICIÓN de sus premios que son un referente del talento, capacidad, innovación y responsabilidad social de las mujeres empresarias, profesionales, directivas y gerentes de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Con estos premios, afirmó María Jesús Lorente en el acto de entrega, “queremos premiar la pasión por lo que hacen, el esfuerzo y tesón por hacerlo bien, de manera excelente y, su compromiso constante de mejora continua”. En otro momento de su intervención, puntualizó que con estos premios, “se trata, en definitiva, de dar valor y visibilizar lo que las mujeres empresarias, profesionales, directivas o gerentes, están haciendo en nuestra Comunidad Autónoma, a veces incluso, de forma muy discreta, pero sacando adelante nuestras industrias, empresas, comercios, servicios, generando puestos de trabajo, y haciendo sostenible el territorio”.

En esta XVIII Edición se otorgaron los siguientes Premios:

- **Premio a la Excelencia Empresarial**, que reconoce el Liderazgo Femenino en la Gestión Empresarial y el Desarrollo en la Internacionalización, ha recaído en Clara Arpa Azofra, Consejera Delegada de ARPA Equipos Móviles de Campaña.
- **Premio a la Creatividad e Innovación Empresarial**, que reconoce los proyectos innovadores y creativos en el campo de la Tecnología, la Gestión o la Cultura liderados por mujeres. La ganadora de este año es Elena Martínez Solanas, CEO de ATRIA Innovation.
- **Premio a la Trayectoria Profesional**. Reconoce el desempeño en su carrera profesional y su incorporación en Puestos de Responsabilidad. La galardonada de este año es Higinia Navarro Domínguez, Directora-Gerente de DINÓPOLIS.
- **Premio a la Responsabilidad Social** que tiene como objetivo impulsar el Compromiso con las Buenas Prácticas Directivas y el fomento de la Igualdad de Oportunidades, cuya ganadora este año es Isabel Félez Roselló, Gerente de Chocolates Artesanos Isabel.
- **Como Socia de Honor**, el premio fue para Marta Gastón Mena, Consejera de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón, por su compromiso constante con la Asociación, por la defensa y la visibilidad del emprendimiento femenino como garantía para la igualdad. ■

Araven recibe el premio más prestigioso de España, entre las pequeñas y medianas empresas



> Cristina Cifuentes, Presidenta de la Comunidad de Madrid, y Javier Villanova, consejero delegado, en el acto de entrega de los premios.

La empresa aragonesa Araven, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de una extensa e innovadora gama de productos para la hostelería y el equipamiento comercial, ha recibido el premio PYME por su esfuerzo para estar presente en más de 60 países.

Un equipo joven, creativo y multidisciplinar ha permitido a Araven llegar a nuevos

mercados e instalar filiales en México y Estados Unidos. Esa capacidad ha sido reconocida por el jurado que ha valorado su interés y capacidad para entrar y adaptarse al comercio internacional y le ha permitido alzarse con el galardón frente a las más de 160 candidaturas que se han presentado en esta 13ª edición de los premios PYME.

De Zaragoza al mundo

Araven tiene su sede en Zaragoza y delegaciones en Estados Unidos y México. Es líder en el diseño, fabricación y comercialización de productos para el sector de la hostelería y el equipamiento comercial. La internacionalización y la innovación son sus dos principales señas de identidad.

La compañía, creada en 1976, atiende las necesidades de los profesionales de la hostelería en todo el mundo. Araven se ha convertido en la empresa líder del sector de conservación y manipulación de alimentos en Europa con una oferta de más de 400 productos absolutamente diferenciales con los que equipar las cámaras de conservación y cocinas de todo tipo de establecimientos hosteleros.

En su alocución de agradecimiento, Javier Villanova, consejero delegado destacó que este reconocimiento ayuda a Araven "a seguir creyendo en su trabajo y seguir compitiendo en los mercados internacionales". Villanova aprovechó para recordar a los dos fundadores de la compañía, Pablo Asín y Antonio Pascual, "porque creyeron que la internacionalización iba a ser uno de los ejes importantes de la empresa y ya desde los años 80 decidieron salir fuera a vender los productos de Araven".

El consejero delegado de Araven dedicó el premio especialmente a "todo el equipo humano" de la compañía. "Vender en más de 60 países, todos los días es una labor ardua e impagable, en la que hay que pelear con grandes multinacionales", ha explicado. Su intervención ha concluido con una llamada a las pequeñas y medianas empresas de este país para salir al exterior. "Es una decisión difícil, que necesita de atrevimiento, pero hoy en día los mercados están globalizados y, por tanto, es una necesidad y una oportunidad", aseguró Javier Villanova.

Según un grupo de trabajo del clúster IDiA

La empresa aragonesa se enfrenta a la carencia de profesionales informáticos

El grupo de trabajo "Talento Digital", del clúster IDiA, ha reunido a una treintena de representantes de destacadas empresas e instituciones para analizar y debatir la actual situación del mercado laboral para profesionales informáticos en Aragón: existe mucha mayor demanda de estos perfiles que los disponibles en el mercado, y su carencia está perjudicando el desarrollo de las empresas más avanzadas e innovadoras de la región. El grupo de trabajo de Talento Digital de IDiA ha evaluado la situación como muy preocupante y se ha decidido a lanzar de forma urgente un Plan de Actuación de amplio alcance, creándose cuatro subcomisiones de trabajo.

El mercado actual está obligando a todo tipo de empresas, especialmente a aquellas que desean mantenerse competitivas, a abordar intensos procesos de digitalización en todas sus áreas de actividad. La Transformación Digital de la empresa requiere profesionales capacitados para diseñarla y ejecutarla. La introducción en las factorías del nuevo paradigma productivo Industria 4.0 exige la implicación y capacitación de ingenieros y profesionales no puramente procedentes de las ramas TIC. Están naciendo numerosos perfiles altamente cualificados y que las empresas miman precisamente por su claro valor estratégico. La tendencia no es sólo a pagar bien estos puestos, sino también a aportarles otras ventajas, crear un atractivo entorno laboral: horarios flexibles, posibilidad de trabajar desde casa, apoyo a la formación y capacitación continua, promoción de la carrera profesional... ■

Coincidiendo con su 25 Aniversario



Ciaman inaugura sus nuevas instalaciones en Malpica

> Parte de la plantilla de Ciaman durante la celebración.

La empresa zaragozana CIAMAN ha vivido un momento único e irrepetible con la celebración de un evento en el que se fundían dos históricos acontecimientos: los primeros 25 años de éxito en el mercado y la inauguración y cambio de instalaciones en el Polígono Industrial Malpica. La celebración consistió en un divertido **Family Day** y como invitados de lujo las personas que componen la plantilla de la empresa y sus familias.

Ciaman es una empresa aragonesa fundada en Zaragoza en 1993 que ofrece un servicio integral a todos sus clientes procedentes de los sectores de la industria, la construcción, la agricultura y la obra pública. Ciaman acompaña a sus clientes durante todo el recorrido, desde la adquisición de la máquina, llevando a cabo su mantenimiento, proporcionándole los repuestos necesarios, formando a los empleados en el correcto manejo de la maquinaria e incluso seleccionando nuevo personal para sus empresas a través de su agencia de colocación.

Desde sus inicios y hasta ahora, el objetivo de Ciaman ha sido la mejora continua, siempre orientada a satisfacer las necesidades de sus clientes. Actividades que van desde la venta y el alquiler de maquinaria nueva o de segunda mano, pasando por el servicio técnico y la venta de repuestos, entre otras actividades.

Gracias a su amplia experiencia en estos sectores, Ciaman ha logrado crecer y consolidarse dentro del competitivo mercado español, siendo la primera empresa aragonesa del sector en lograr el Certificado de Gestión de Calidad ISO 9001.



> El gerente de CIAMAN, Ángel Remón, se dirige a los asistentes.

El día comenzó con la visita guiada para mostrar las nuevas instalaciones. Fueron los propios trabajadores los encargados de explicar sus funciones a lo largo del recorrido, mostrando la importante labor que llevan a cabo y sus nuevos puestos de trabajo. Después del recorrido se pudo disfrutar de un estupendo ágape que acompañó a la entrega de reconocimientos para empleados y premios del concurso de dibujo infantil. Los niños disfrutaron descubriendo el trabajo de sus papás y mamás y pudieron disfrutar y experimentar en primera persona qué se siente al conducir una carretilla o el estar a bordo de una plataforma elevadora, siempre acompañados por los profesores de la Escuela de Formación de Ciaman y con sus correspondientes EPI's. ■

CONTINÚA >

Según un estudio de la Cámara de Comercio

Torre Village afectará a grandes almacenes pero no al comercio de barrio

El complejo comercial TorreVillage generará un mercado nuevo de moda de más de 20 millones de euros anuales y supondrá la redistribución de en torno al 3% de los ingresos de este sector en Aragón, especialmente entre los grandes almacenes ubicados en Zaragoza y el comercio multimarca de las tres capitales aragonesas. Así se desprende del estudio de impacto encargado por la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, que tiene como objetivo cuantificar y valorar los efectos de la apertura del 'outlet' en la red comercial de Zaragoza, Huesca y Teruel.

El informe, elaborado por la consultora Smartpoint, asegura que los efectos en las diferentes zonas de las capitales dependerán del nivel y atractivo de las marcas que se instalen en el complejo. Así, el mercado sustituido será menor cuanto más marquista sea el 'outlet' y su impacto quedará reducido a grandes almacenes y superficies multimarca del centro urbano.

Según el estudio, TorreVillage cubre una oferta específica que actualmente no existe en la ciudad y amplía las opciones de compra y de ocio. También se prevé que reduzca la fuga de ventas online, ya que estima que en las zonas donde existe oferta 'outlet' el impacto sobre el comercio por internet llega al 10%.



> El Director General de la Cámara de Comercio de Zaragoza, José Miguel Sánchez, junto con uno de los componentes del equipo redactor del informe, en el momento de su presentación.

Para elaborar este informe se han recabado datos e información de las Cámaras aragonesas, del Instituto Nacional de Estadística, de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, de la Organización Empresarial del Comercio Textil y Complementos (ACOTEX), de la Universidad de Zaragoza, así como de la Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza (ECOS) y diferentes asociaciones de comerciantes.

La Cámara de Zaragoza impulsará la creación de un observatorio para seguir de cerca los efectos de la apertura del 'outlet' sobre red comercial de Aragón, una iniciativa a la que invitará a participar a Cepyme y a ECOS. Por otra parte, en este mes de enero, la Cámara propondrá a Iberebro, la promotora de TorreVillage, un plan de actuación destinado al comercio, que cuantifica en unos 600.000 euros. Este plan está basado en cuatro ejes: digitalización, formación, promoción y especialización de producto. ■

Magapor, pyme del año 2017 de Zaragoza

La empresa ejeaná Magapor, especializada en reproducción artificial porcina, ha sido distinguida con el Premio a la Pyme del año 2017 en Zaragoza. Así lo ha reconocido el jurado del Premio convocado por la Cámara de Comercio de Zaragoza y el Banco Santander, con la colaboración de Heraldo de Aragón. El director general de Magapor, Jesús Mena, recogió el galardón de manos del presidente de Cámara Zaragoza, Manuel Teruel. La organización del premio distinguió como finalistas de esta primera edición a Entertainment Solutions y a Efinética Soluciones Energéticas.

El volumen de exportaciones de Magapor (por valor de casi 6'5 millones de euros en 2016), y su inversión en innovación (cerca de 250.000 euros) han sido factores determinantes a la hora de obtener este premio. Por su parte, Entertainment Solutions es un referente en el desarrollo de sistemas interactivos para la industria hotelera, vende a 46 países e invierte en innovación más de 300.000 euros anuales. La tercera empresa distinguida, Efinética, pertenece al sector de la eficiencia energética, es puntera en el diseño de soluciones integrales de



> El director general de Magapor, Jesús Mena, recogió el galardón.

gestión energética industrial, cuyo gasto en innovación aumentó el año pasado un 40 por ciento.

Un total de diez empresas pasaron a la fase final de la primera edición del Premio Pyme del año de Zaragoza, convocado para reconocer la labor de las pequeñas y medianas empresas como generadoras de riqueza y creadoras de empleo. Este proyecto de la Cámara de Comercio y del Banco Santander pretende dar visibilidad al esfuerzo diario de los empresarios y su contribución al desarrollo económico de la comunidad. ■



Fernando Rodríguez del Estal

Presidente de Eticom,
Patronal TIC y Clúster
de la Economía Digital
en Andalucía.



"Somos la tercera comunidad española en número de empresas TIC"

Aprovechando el cambio de tendencia en la economía española, Eticom quiere ser un revulsivo de crecimiento de las empresas andaluzas, constituyéndose en el principal referente del sector de las TIC en Andalucía. Según dice su presidente, nunca como ahora, *"esta Comunidad ha estado mejor preparada tecnológicamente"*. Así lo demuestra el hecho de que Andalucía, ocupa el tercer lugar en el mercado nacional del sector TIC, y es la tercera comunidad en empleados del sector y también en Universitarios TIC, teniendo en cuenta que son estas empresas TIC las que deben liderar esta nueva etapa económica. Según afirma su presidente, Eticom está trabajando para que sea Andalucía quien lidere el cambio hacia un nuevo modelo productivo basado en el conocimiento, la investigación, el desarrollo, la innovación y el diseño pero, sobre todo, basado en el capital humano. Con estas fortalezas, Eticom, que cuenta con 300 empresas asociadas, se ha convertido en la voz que habla en nombre de los empresarios de la Economía Digital andaluza.

CONTINÚA >



¿Qué es Eticom y cómo funciona?

> Eticom es la patronal del sector TIC en la comunidad autónoma de Andalucía y representamos los intereses de los empresarios vinculados a la economía digital. Nacimos en el año 1999 con la vocación de defender a los emprendedores y grandes empresas de nuestra comunidad, que muchas veces necesitan una ayuda, una organización que esté a su lado cuando lo requieran. El joven empresario o una empresa pequeña no está capacitada en términos de recursos humanos o económicos para desempeñarse siempre del mejor modo posible. Para eso estamos nosotros, asesorando sobre gestión de proyectos, brindando información sobre subvenciones, representándolos y llevando sus reclamos frente a las administraciones públicas.

Esto también es importante: somos la voz de todos ellos. A la hora de hablar en representación del conjunto de los empresarios de la Economía Digital en Andalucía, nosotros somos la institución que habla por ellos, ya sea frente a un organismo autonómico o una entidad privada, ya sea frente a una dependencia del Estado nacional o un ayuntamiento.

¿Qué aporta Eticom a sus asociados?

> Actualmente Eticom está expandiendo su prestación de servicios y estamos abarcando nuevos ámbitos. Desde un comienzo ayudamos a nuestras empresas a través del asesoramiento en el diseño, la ejecución y seguimiento de proyectos. Por ejemplo, si una empresa se quiere presentar a una convocatoria pública, nosotros los asistimos y desde nuestra Oficina de Proyectos estamos a su lado acompañándolos en todo el proceso. Tanto en el comienzo como en la ejecución del proyecto, si éste es aprobado.

¿Prestan también otros servicios a sus empresas?

> Ofrecemos asesoría jurídica, de seguros y ahora comenzaremos a brindar también servicios de comunicación y marketing para los socios. Para vender más hay que saber manejar la comunicación, conocer cómo gestionar tu marca, por este motivo se consideró importante poner esfuerzos en este ámbito. Por otra parte ofrecemos también el servicio de fomento consorcial, proponiendo e impulsando la creación de consorcios entre las empresas, según sus actividades económicas y sus intereses concretos.

Su dimensión

¿Qué dimensión tiene actualmente Eticom?

> Eticom cuenta, actualmente, con más de 300 empresas y organismos asociados colaboradores. Somos la patronal del sector TIC como el clúster de la economía digital en Andalucía. Por ello, nos centramos en ámbitos vinculados a las nuevas tecnologías, turismo, salud o la industria 4.0, entre otros. En

“Eticom cuenta con 300 empresas asociadas lo que nos ha convertido en la voz que habla en nombre de los empresarios de la Economía Digital andaluza”

una tierra como Andalucía prestamos especial atención a un sector como el agrícola, donde nos encontramos totalmente inmersos mediante herramientas como el Consorcio Cibaria, que sirve para potenciar las empresas Smart Agro de nuestra comunidad. Las ciudades inteligentes son otros de los campos donde estamos muy involucrados, a través del Consorcio Mantis o por medio de acuerdos con las administraciones públicas, como el que firmamos con el Ayuntamiento de Málaga y que entre otras cosas nos permitió contar con oficinas en la ciudad de Málaga, un emblema de las smart cities en España.

digital, sobre todo en las pymes y las microempresas. Actualmente somos la tercera comunidad autónoma en número de empresas TIC de España.

¿Hacia dónde va Eticom en el futuro?

> Si hay un acontecimiento que marcará 2018 será la celebración de Andalucía Digital Week en el mes de marzo en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla. Será un lugar donde empresas, instituciones y ciudadanos podrán encontrarse para potenciar la transformación digital y generar nuevas fórmulas de negocio. Tenemos la suerte de contar con el apoyo explícito del Rey Felipe VI, que decidió pre-



¿Cuál es su opinión sobre la digitalización en Andalucía?

> Recientemente hemos publicado un informe sobre la digitalización en Andalucía. Las cifras hablan por sí solas, ya que la conexión a Internet tiene una tendencia ascendente desde 2003. Es curiosa la hegemonía del teléfono móvil, un 94% de los que acceden a internet lo hacen desde estos dispositivos.

Otro de los aspectos que destacamos en este informe sobre la Digitalización en Andalucía es que casi dos tercios de los andaluces se vinculó con la administración electrónica. Esto refleja que la digitalización se da también en la relación de los ciudadanos con el Estado. Además, valoramos el potencial que tiene Andalucía en materia

de dirigir el Comité de Honor del evento. Estamos muy contentos por ello.

¿Tienen proyectos para después del evento?

> Más allá de este evento, siempre miramos al futuro y tenemos nuevas propuestas para fomentar el emprendimiento, para que se generen nuevas empresas, o la creación misma de empleo directo. Hace poco pusimos en marcha un proyecto a través del cual se generará empleo para jóvenes desempleados que realicen nuestros cursos de formación profesional. El horizonte es prometedor. Andalucía tiene mucho talento digital y estamos en el momento adecuado para no perder el tren de la modernización tecnológica. ■



“En marzo, se celebrará en Sevilla, ‘Andalucía Digital Week’, un lugar donde empresas, instituciones y ciudadanos podrán encontrarse para potenciar la transformación digital y generar nuevas fórmulas de negocio”

*Con Kalibo, tu eliges
el veterinario*



Tu mascota es uno
más de la familia: el
seguro para perros

El pasado 12 de diciembre de 2017, el Congreso de los Diputados admitió a trámite, con apoyo de todos los grupos, un proyecto de ley para cambiar el régimen jurídico de los animales de compañía con el objetivo de que dejasen de ser considerados “*bienes muebles*”, susceptibles de formar parte de herencias, embargos o tratos de divorcio. Según este texto, pasarán a tener estatus jurídico de “*seres vivos dotados de sensibilidad*”, distinto al de las cosas y las plantas.

La propuesta había llegado al Congreso avalada por más de 240.000 firmas e impulsada por el Observatorio de Justicia y Defensa Animal. Con ello, se preveía que España acomodaría su legislación al sentir social, como ocurre en

otros países europeos. Hasta ahora, los animales han sido considerados “*bienes semovientes*”, meras cosas pero a partir de ahora serán considerados como seres dotados de sensibilidad.

Esta propuesta modificará el régimen jurídico de los animales de compañía en el Código Civil, en la ley Hipotecaria y en la de Enjuiciamiento Civil, para dar a las mascotas una consideración similar a la que han obtenido en las modificaciones de otros los códigos civiles europeos.

El cambio de consideración de los animales domésticos en el Código Civil implicará que, al ser “*seres vivos dotados de sensibilidad*”, puedan contar con protección y su abandono o maltrato sea considerado “*delito*”.



Renovación para nuestros propietarios y mascotas

Nuestra gama de productos ha ido evolucionando, desde los más sencillos que prestan cobertura a la Responsabilidad Civil para cumplir la normativa legal y cubrir los daños que la mascota cause a un tercero, hasta coberturas más completas de **Consultas por Enfermedad y Accidente**. En este 2018, acabamos de lanzar tres nuevos productos, hemos reagrupado los que ya teníamos, con objeto de simplificar los conceptos, y hemos eliminado uno de ellos pues hemos logrado sustituirlo por +Salud, un producto con una tarifa muy reducida y que presta, entre otras importantes coberturas, las consultas por accidente y enfermedad, como en una póliza de Salud de los dueños.



**SEGURO
ESENCIAL**

Esta cobertura es perfecta si lo que necesitas es cumplir la normativa legal o simplemente tener la tranquilidad de estar cubierto frente a cualquier daño que cause tu mascota a un tercero, y sin franquicias.

**DESDE
27,27 €/AL AÑO**



**SEGURO
ASISTENCIA**

Nuestra opción más solicitada. Completa tranquilidad para ti si tu perro causa daños a un tercero. Además gastos de asistencia veterinaria por accidente, entre otras coberturas.

Y recuerda, **tú eliges el veterinario.**

**DESDE
71,10 €/AL AÑO**



**SEGURO
+SALUD**

Protección completa con consultas veterinarias e intervenciones quirúrgicas para tu mascota tanto por accidente como por enfermedad.

La asistencia que tu mascota necesita **en el veterinario que elijas.**

**DESDE
209,25 €/AL AÑO**

CONTRATA ONLINE EL SEGURO PARA TU PERRO

www.seguroparaperros.com

PROMOCIÓN DE LANZAMIENTO

CONTINÚA >



En el ADN de Kalibo

Estos conceptos y sentimientos están impresos en el ADN de Kalibo desde los años 90 y forman parte de nuestro desarrollo desde hace más de 25 años.

De la mano del Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid, lanzamos al mercado nacional un producto que incluía coberturas de Responsabilidad Civil y de Asistencia Veterinaria por accidente, entre otros. Este producto lo empezamos a trabajar en la Comunidad de Madrid de la mano de los veterinarios colegiados a través de sus clínicas veterinarias. Pronto pudimos contar con AVEPA, la Asociación de Veterinarios Españoles Especialistas en Pequeños Animales, para distribuir nuestros productos a nivel nacional, de la mano de sus asociados, más de 5.700 veterinarios clínicos.

Hoy, 25 años después, contamos con un nutrido grupo de especialistas en el área comercial y administrativa, con personal de siniestros dedicado a este área, prestando servicio a los propietarios de mascotas y a los propios veterinarios, continuando con el apoyo del colectivo y en especial del Colegio de Veterinarios de Madrid y de AVEPA.

Primeros pasos

En la Proposición no de Ley de Ciudadanos se insta al Gobierno "a que promueva las reformas legales necesarias para crear una categoría especial en el Código Civil que ubique a los animales de compañía fuera de la masa patrimonial a todos los efectos legales, de forma que resulten inembargables, absolutamente indivisibles en situaciones de comunidad, e intransferibles en negocios onerosos. Y, en consecuencia, que se reconozca la naturaleza extrapatrimonial de los animales de compañía".

Estos fueron los primeros pasos de un concepto esperado durante muchos años. Aún quedan propuestas pendientes de incluir como la implantación de un banco nacional de datos de dueños de animales que evite que pueda comprar o adoptar animales quien haya delinquido con ellos; un plan de sensibilización y concienciación ciudadana para evitar la adquisición "caprichosa" de mascotas, y el reconocimiento a protectoras y refugios, así como promover una Ley estatal de Protección Animal o como la bajada del IVA veterinario, del 21% al 10%, para que sea más accesible económicamente la factura del veterinario.

¿Por qué confiar su perro a Kalibo?



Asistencia veterinaria por enfermedad o accidente.



Sin clínicas veterinarias concertadas. Tu eliges a su veterinario.



Responsabilidad civil obligatoria. Sin Franquicia.



Más de 25 años en el sector veterinario.

AMPLÍE INFORMACIÓN EN

www.seguroparaperros.com

Y EN EL  976 210 710



CONSÚLTANOS
PARA PERROS
DE ALTO
VALOR

RECOMENDADOS POR



Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid



ASOCIACIÓN DE VETERINARIOS ESPAÑOLES ESPECIALISTAS EN PEQUEÑOS ANIMALES

+Salud, Consultas por Accidente y Enfermedad para tu perro



Ha sido fruto de la evolución natural de la sociedad. Uno de cada dos hogares en España tiene un animal doméstico y nuestros clientes y proveedores veterinarios nos lo venían demandando, al igual que ocurre en Reino Unido y en Francia.

Ya es posible acudir a tu Centro Veterinario, al que tú elijas, no te imponemos ninguna clínica, para algo más que un accidente. Con +Salud, si a tu perro lo encuentras con alguna sintomatología, puedes ir a tu Veterinario a que le hagan su correspondiente consulta, al igual que lo harías tú mismo o con cualquier miembro de tu familia (consultar límites).

+Salud es la protección completa para tu perro, con consultas veterinarias e intervenciones quirúrgicas por accidente y por enfermedad, además de un completo glosario de coberturas que hacen de éste uno de los más completos del mercado, con una tarifa muy competitiva.

Somos especialistas en seguros para animales de compañía, aportando todo tipo de soluciones aseguradoras tanto a los propietarios de mascotas como a los veterinarios, que día a día demandan este tipo de servicios.

En Kalibo, consideramos a tu mascota como uno más de la familia y por eso contamos con un gran respaldo de profesionales y especialistas dispuestos a resolver cualquier incidencia.

MODALIDADES Y PRECIOS

	SEGURO ESENCIAL			SEGURO ASISTENCIA		SEGURO +SALUD
	ESENCIAL CACHORROS	ESENCIAL	ESENCIAL PLUS	ASISTENCIA BÁSICO	ASISTENCIA PLUS	+SALUD
CUOTA ANUAL	27,27€	38€ 47€ PPP ¹	54,76€	71,10€	90,43€	209,25€ ¹ 218,25€ PPP
Razas contratables	Todas	Todas	No PPP	Todas	Todas	Todas
Responsabilidad Civil	150.000€ Sin franquicia	200.000€ Sin franquicia	300.000€ Sin franquicia	300.000€ Sin franquicia	300.000€ Sin franquicia	200.000€ Sin franquicia
Asistencia Telefónica Especializada	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Protección Jurídica	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fallecimiento accidental hasta	—	—	—	601€	751€	300€ primer riesgo
Robo hasta	—	—	—	601€ 80% del valor	751€ 80% del valor	300€ primer riesgo
Pérdida y/o extravío						
Publicidad	—	—	—	120€	150€	175€
Residencia canina	—	—	—	60€	60€	100€
Asistencia veterinaria por accidente				300€	630€	1000€ por siniestro
Asistencia veterinaria por enfermedad	—	—	—	—	—	1000€ siniestro/año. Reembolso 85%
Residencia canina por hospitalización propietario	—	—	—	—	—	300€
Sacrificio y eliminación cadáver (SEC)	—	—	150€ Opcional 17,40€	150€ Opcional 17,40€	150€ Opcional 17,40€	150€
Accidentes corporales propietario y familia (ACPF)	—	—	Opcional 17,40€	Opcional 17,40€	Opcional 17,40€	Opcional 17,40€
Edad de contratación	< 1 año. No renovable	—	—	—	—	> 3 meses y < 7 años. Cuestionario de salud
Actividades excluidas	Perros de trabajo	Perros de trabajo	Perros de trabajo	Perros de caza mayor y de trabajo	Perros de caza mayor y de trabajo	Perros de caza mayor. ² Ver Perro de Trabajo
CUOTA ANUAL	27,27€	38€ 47€ PPP ¹	54,76€	71,10€	90,43€	209,25€ ¹ 218,25€ PPP

¹ RAZAS CONSIDERADAS PPP:

Akita Inu, American Staffordshire Terrier, Boxer, Bullmastiff, Bull Terrier, Doberman, Dogo Argentino, Dogo de Burdeos, Dogo del Tibet, Fila Brasileiro, Mastín Napolitano, Pastor Alemán, Pit Bull Terrier, Presa Canario, Presa Mallorquín (Ca de bou), Rottweiler, Staffordshire Bull Terrier, Tosa Inu o cualquier cruce con perros de razas arriba señaladas.

² SEGURO +SALUD PARA PERROS DE TRABAJO: NO PPP 266,08€. PPP 279,59€.

Terapias, vigilancia, búsqueda, rescate, ...

* Información de coberturas y carencias detallada y actualizada en www.seguroparaperros.com

a sefa seguros
Una empresa del Grupo Asegurador BMA



a+b = ¿En qué consiste la conciliación judicial?

La conciliación es un expediente judicial encaminado a alcanzar un acuerdo con el fin de evitar un pleito futuro. La utilidad de este expediente se entenderá mejor con un ejemplo: dos empresarios tienen una controversia en cuanto a los perjuicios que ha causado el incumplimiento de un contrato, y para evitar tener que acudir a un procedimiento judicial (con los costes que ello conlleva), uno de ellos requiere al otro para que se avenga a resolver la controversia con un acuerdo.

El expediente se tramita ante el Juez de Paz, o el Secretario Judicial (*hoy Letrado de la Administración de Justicia*) del Juzgado de Primera Instancia, correspondiente al lugar donde tenga su domicilio la persona a la que se requiere, y se inicia por una simple petición del solicitante.

En esta solicitud indicará sus datos personales, los datos personales del requerido, y cual es el objeto de la conciliación que se pretenda. A esta solicitud acompañará la documentación que se estime oportuna. Admitida a trámite la solicitud, el Juez de Paz o Secretario Judicial según el caso, notificará la misma al requerido y citará a ambos para que comparezcan al acto de conciliación.

Si el solicitante no comparece se archivará el expediente. Si es el requerido quien no comparece, se archivará el expedien-

te pero la conciliación se tendrá por intentada a todos los efectos. Si comparecen ambos, se celebrará el acto de conciliación que comenzará por la exposición por el solicitante de sus argumentos y continuará con la exposición por el requerido de los suyos. Si no hubiera avenencia entre ambos, el Juez de Paz o el Secretario Judicial procurará averarlos, permitiéndoles replicar y contrarreplicar, si ello pudiere facilitar el acuerdo.

En el caso de que, a pesar de los esfuerzos dedicados, no fuese posible llegar a un acuerdo, se hará constar así en el Acta. Si finalmente se llegase a un acuerdo en todo o en parte de la controversia, se hará constar detalladamente en un Acta que será firmada por los intervinien-

tes, y que tendrá el valor y eficacia de un documento público y solemne, gozando incluso de ejecutividad inmediata ante el Juzgado que corresponda.

Cuando exista una mínima posibilidad de acuerdo, es muy recomendable acudir a este procedimiento. No tiene coste alguno, ya que para la misma no es necesario contar ni con Abogado ni con Procurador (*aunque por supuesto, su intervención no sólo es posible, sino que es altamente recomendable*), es muy rápido si hay avenencia se consiguen los mismos efectos que con una Sentencia Judicial, y sobre todo, evita la tramitación de un procedimiento judicial costoso, lento, y en muchas ocasiones con un resultado incierto e insatisfactorio. ■

Envíe sus preguntas a consultas.panorama@kalibo.com

David Giménez Belío.
Abogado. Área de Derecho
Empresarial. Ilex Abogados.



La primavera hace brotar la verdadera personalidad de Sevilla



La ciudad vive un torrente de emociones desde el duelo de la Semana Santa a la alegría de la Feria de Abril.

Casi olvidadas las fiestas de Navidad y Año Nuevo, los sevillanos diseñan su calendario festivo que comienza con la Semana Santa y culmina con la Feria de Abril. Sevilla es uno de los destinos turísticos más solicitados de España y ha sido elegida este año por la principal revista del sector turístico, Lonely Planet, como el mejor destino para viajar en 2018, lo que está suponiendo un incremento en las reservas de hoteles.



La Semana Santa es una tradición con cerca de siete siglos de existencia sentida y vivida de manera tan especial que toda la ciudad se vuelca en esta manifestación religiosa y cultural difícilmente explicable con palabras. Durante su celebración, en la ciudad de Sevilla se mezclan olores, sensaciones y emociones, manifestación artística de gran amplitud y tal calado en la sociedad sevillana que elevan este espectáculo a ser considerado único en el mundo y Fiesta de Interés Turístico Internacional.

En Semana Santa, los sevillanos y los visitantes que llegan a la ciudad salen a la calle para revivir la Pasión de Cristo. El centro histórico de la ciudad se llena de incienso, cirios y música para enriquecer un patrimonio monumental que no deja de sorprender al visitante en cada esquina, y cuyo momento álgido se alcanza con la "Madrugá", la noche sin fin que se prolonga hasta el alba del Viernes Santo, en la que procesionan las cofradías más populares de Sevilla. La Semana Santa de Sevilla la componen un total de sesenta diferentes Hermandades, cada una con su Imagen Titular de Cristo o de la Virgen, que conforman más de cien pasos.

El ambiente primaveral y festivo de la ciudad, los olores mágicos y característicos del incienso, la cera y la flor del azahar, la gastronomía, las saetas flamencas que se cantan a las Imágenes desde los balcones o la música procesional que las acompaña al recorrer las calles, son sensaciones y emociones que difícilmente se pueden describir si no se presencian durante estos días en Sevilla.



> La Feria de Abril, otro gran acontecimiento festivo de Sevilla.

La Feria de Abril

Concluida la Semana Santa, dos semanas después, comenzará a prepararse, al otro lado del río Guadalquivir, una ciudad efímera de casetas de lona, calles de albero y luces de farolillos de colores donde se celebra la Feria de Abril. La visita al "real de la feria" al mediodía es ideal para disfrutar del paseo de caballos y enganches. Por la noche, con el recinto totalmente iluminado, las casetas abren sus puertas para dejar escapar la música, el aroma a "pescaito frito" y la alegría de la gente.

Mientras todo ocurre, los aficionados a la tauromaquia contemplarán el virtuosismo de las corridas de toros que se celebran por la tarde en la Plaza de Toros de la Real Maestranza de Sevilla. La temporada de toros comienza el Domingo de Resurrección y finaliza el 12 de octubre, festividad de la Hispanidad.

Cincuenta días después de la celebración de la Pascua tiene lugar la Romería de El Rocío, que aunque tiene lugar en la provincia de Huelva, en Sevilla

adquiere gran importancia. Las hermandades rocieras sevillanas realizan su salida en peregrinación hasta la aldea de El Rocío, rodeado de un colorido y un ambiente inigualable.

Sesenta días después del Domingo de Resurrección se celebra el Corpus Christi, festividad religiosa que se ha conservado sin grandes cambios desde el siglo XVII. Las calles de la ciudad se impregnan con el olor de tomillo y romero. La magnífica Custodia procesional realizada por Juan de Arfe procesiona por las calles del centro acompañada de imágenes representativas de la ciudad, así como de un gran cortejo donde van representadas todas las instituciones sevillanas.

Ahí no concluye el calendario festivo de la ciudad de Sevilla. Otras fiestas locales en Sevilla son el 30 de mayo, Día de San Fernando, patrón de Sevilla, en recuerdo del Rey Santo que conquistó la ciudad; y el 15 de agosto, Festividad de la Virgen de los Reyes, patrona de la Archidiócesis de Sevilla, en la que la imagen de la Virgen procesiona alrededor de la Catedral.

Una ciudad de bien comer

Pero junto a estos motivos religiosos, sentimentales, históricos y artísticos, hay que dejarse llevar por la excelente gastronomía que tiene la capital andaluza. El sostenido ambiente primaveral y festivo de la ciudad, los olores mágicos y característicos del incienso, la flor de azahar, se ven acompañados por la gastronomía. Sevilla y todo Andalucía tienen una arraigada cultura gastronómica que forma parte de su identidad. Quien visita Sevilla coincide en que es una de las grandes capitales mundiales del buen comer.

Se debe en parte a que la cocina sevillana es muy extensa. Los platos, las recetas y los productos tanto ligeros como los más trabajados, son deliciosos. Los platos y recetas de la cocina sevillana se caracterizan por la sencillez y la economía con la que se elaboran. El uso del olivo, naranjas, almendras y vinos son frecuentes para sus preparaciones en diversos platos como fritos, adobos salazones y cocidos. Suelen usar ciertas determinaciones para los nombres de

los platos como "a la trianera", "a la gitani-lla", "a la macarena", "a la flamenca", etc.

Un plato esencial en la gastronomía sevillana son las "tapas". Las tapas son uno de sus más característicos manjares y una forma filosófica de relacionarse. En todos los bares y restaurantes se pueden consumir una representación de tapas variadas y deliciosas. Hacer una comida con variedad de tapas es una experiencia gastronómica memorable. Como platos típicos de Sevilla podemos nombrar el gazpacho, sopa de vegetales y tomate condimentada con ajo, pimienta, aceite y vinagre. También serán memorables unos "huevos a la flamenca" que consiste en un huevo frito con verduras y salsa. Es un plato muy típico en la ciudad.

Debemos recomendar el "pescaíto frito" que consiste en freír el pescado, pequeño y poco espinoso, en aceite de oliva, el cuál fue previamente bañado en harina de almorta (*harina de arveja*) o trigo, con un poco de sal. Por lo general, se sirve recién frito como plato de entrada o aperitivo acompañado de una cerveza o vino. ■

Murillo

revisitado y divulgado

«Murillo en la Catedral.
La mirada de la santidad»

Es el nombre de la exposición que se inauguró el pasado 8 de diciembre y que permanecerá abierta hasta el 8 de diciembre de este 2018. Es una muestra que repasa los treinta años para los que el artista estuvo trabajando en el templo.

La exposición permite un recorrido en el que el espectador se ve sumergido en la arquitectura histórica original. El detalle

en las reproducciones, las explicaciones divulgativas y el complemento de libros y documentos rescatados para la ocasión consiguen crear un paseo por la obra de Murillo contextualizado a la perfección en su época.

Cuando se cumplen 400 años de su nacimiento, Sevilla quiere rendir homenaje al pintor con un ambicioso programa de conmemoraciones que tiene como objetivo recorrer el pasado de la ciudad, el tiempo de Murillo, y ligar su innovación al presente. Murillo revisitado y divulgado bajo una mirada que redescubre el valor de su pincelada maestra.

Por primera vez en dos siglos se podrá disfrutar al completo del retablo que Murillo creó para el Convento de los Capuchinos de Sevilla, uno de los ciclos pictóricos más ambiciosos del siglo XVII español, tanto por el número de obras que lo componen como por su excepcionalidad. ■



Más información en:

www.murilloysevilla.org

UN VIBRANTE Y COMPACTO COMPAÑERO DE OFICINA

AHORA, GRACIAS A INFOCOPY POR LA COMPRA
DE UN SMART OFFICE CENTRE 2552ci
UN IPHONE 7 DE REGALO



APROVECHE
ESTA MAGNÍFICA
OPORTUNIDAD

Consiga un equipo todoterreno A3 Color e **imprima todos sus documentos desde su nuevo iPhone 7** gracias a Kyocera Mobile Print



SMART OFFICE CENTRE son equipos multifunción de última generación inteligentes exclusivos de KYOCERA que, además de realizar lo que se hacía en la época jurásica (imprimir, copiar, escanear), le permiten archivar digitalmente y encontrar en cuestión de segundos sus albaranes, facturas, contratos...

- > Hasta 25 páginas por minuto en A4 en B/N y color.
- > Resolución de 1.200 x 1.200 ppp.
- > Memoria estándar de 4 GB RAM, 32 GB SSD + 320 GB HDD opcional.
- > Amplio manejo de papel, con formatos desde A6 hasta SRA3, con capacidad de hasta 7.150 hojas.
- > Compatibilidad con las más novedosas tecnologías en impresión móvil.



Contacta con nosotros y ¡SMARTIZA tu oficina!
976 403 000

Plataforma Logística Zaragoza PLAZA, C/ Tarento, Nave 1 - 50197 (Zaragoza)
comercial@infocopy.es - www.infocopy.es



Distribuidor Autorizado