

Manuel Teruel

Presidente Honorario
de la Cámara de Comercio
de España

“La recuperación exige ilusión, esfuerzo, un poco de talento y confianza en la segunda oportunidad”



Luis Larrodera,

MI VIDA CAMBIÓ CUANDO ME ENCOMENDARON PRESENTAR “Un, dos, tres, responde otra vez”

Soluciones aseguradoras

Mesa redonda en KALIBO: “La preocupación por la empresa va impreso en nuestro ADN”

Aragón Energética,

agrupa trece empresas aragonesas para competir en los mercados nacionales e internacionales





Miguel de las Morenas
Director General
Kalibo Correduría de Seguros



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

PUBLICIDAD
 Fernando Baquero. Tel. 976 210 710

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
 www.venzes.es

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
 Tirada: 4.000 ejemplares

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

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

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



Escanee el código con su móvil y consulte todas nuestras publicaciones.

2009
25
 2015 números

Qué 25 números es mucho

Es posible que 25 números no sean nada en la síntesis de la vida cantada por el tango, pero son muchos en el ámbito empresarial, en pleno siglo XXI, donde los acontecimientos han llevado a cambios vertiginosos, tanto en el ámbito social como empresarial.

Empezamos este proyecto como empezamos otros, con poco presupuesto, pero como se hacen los grandes logros, con mucha ilusión. Seguimos trabajando, especializándonos para llegar a más lectores, clientes y no clientes, pero que son los verdaderos protagonistas de Panorama, sin los cuáles este proyecto no tendría sentido.

A lo largo de estos 25 números, hemos conversado con multitud de empresarios de nuestra comunidad, hemos conocido sus inquietudes, sus pensamientos y sus proyectos. Por nuestra parte, hemos intentado aportar información que pueda resultar de valor y aplicación en cada empresa.

Desde nuestro nacimiento como correduría de seguros, la preocupación por el mundo empresarial ha sido una constante de nuestra profesión y el signo distintivo de nuestra actividad. Con la publicación de PANORAMA hemos pretendido mostrar los fundamentos de la cultura aseguradora, la importancia de la inversión en seguridad, nuestros productos y los servicios de atención y asesoramiento que presta nuestro equipo de profesionales.

PANORAMA inició su andadura como un vehículo de comunicación y conocimiento que hoy, años después, seguimos poniendo a su disposición.

Nos gustaría seguir contando con su atención y su apoyo. ■



4
 La otra visión del empresario
Manuel Teruel
 Presidente de Honor de la Cámara de Comercio

8
 Un momento decisivo en la vida de
Luis Larrodera

11
 2009-2015 testigos de un periodo histórico

16
 Nuestros clientes y amigos
Antonio Aceituno
 Director General de Infocopy

19
 Crónica empresarial

- > Coviari
- > Marta Gastón
- > Carbó Collbatallé
- > Torre de Wittur
- > Expodrómica 2015
- > Fundación Carlos Sanz

24
 Kalibo en pocas palabras
 > ¿Se extinguen las deudas por el paso del tiempo?

25
 Organizaciones Empresariales
Empresas energéticas aragonesas se asocian para competir en los mercados nacionales e internacionales

28
 Soluciones Aseguradoras
Kalibo: La preocupación por la empresa la llevamos en nuestro ADN

32
 Escapadas
Ruta del vino en el imperio de la Garnacha

35
 Observatorio económico
Paisaje para después de una batalla

Manuel Teruel, opiniones sobre una crisis vencida

“La recuperación exige ilusión, esfuerzo, un poco de talento y confianza en la segunda oportunidad”



Hablábamos con Manuel Teruel, presidente de Honor de la Cámara de Comercio de España y presidente de la Cámara de Comercio de Zaragoza, recién llegado de un viaje a Irán, donde ha formado parte de la delegación española encabezada por los Ministros de Asuntos Exteriores, José Manuel García Margallo; de Fomento, Ana Pastor, y de Industria, José Manuel Soria, y constituida por 40 grandes empresas españolas de distintos sectores económicos.

No es nuevo para Manuel Teruel un viaje de negocios a esta parte del mundo ya que, como presidente de Taim-Wesser, ha tenido que acudir en varias ocasiones a Oriente Medio, donde su empresa ha participado desde años en distintos proyectos. Su primer viaje fue en agosto de 1993 y, desde entonces, ha sido espectador privilegiado de los cambios políticos, sociales y económicos que se han sucedido en este espacio al que Teruel ha dedicado una larga trayectoria

de actividad empresarial. En esta ocasión, Manuel Teruel ha acudido en su doble condición de Presidente Honorario del Consejo Superior de Cámaras, que le confiere las funciones de representación nacional e internacional, y como presidente de Taim-Weser.

¿No es arriesgado acudir en viaje de negocios a un territorio que, analizado desde Europa, se considera un auténtico avispero?

CONTINÚA >

> Irán es parte del territorio de la antigua Persia y los iraníes son grandes y a veces comerciantes, poseedores de una cultura ancestral habitando en un territorio histórico. Evidentemente, es un avispero, entre otras razones porque dispone de gigantescas reservas de petróleo a poca profundidad. Precisamente, alrededor de la importancia de sus recursos naturales se ha creado en el entorno del Golfo Pérsico una situación muy complicada, agravada por el hecho de que son lindantes con algunas de las naciones de la antigua URSS, que también tienen aspiraciones territoriales en este entorno.

¿Estas fortalezas técnicas se ven respaldadas por suficientes recursos financieros?

> Tienen un elevado nivel de recursos financieros, aunque las transferencias bancarias fueron bloqueadas en cumplimiento de las medidas establecidas en febrero de

países, que se están posicionando en Irán que se ve ya como una sólida plataforma de desarrollo para esta zona del mundo.

¿Cuáles han sido las diferencias más notables que ha encontrado desde aquel primer viaje en 1993 y el que ha realizado en septiembre de 2015?

“La Universidad imparte formación empírica cuando la sociedad de hoy necesita mejorar el desarrollo de las habilidades de las personas”



>Manuel Teruel ha seguido la actividad de su empresa por todo el mundo.

Entonces, ¿dónde residen las expectativas de negocio con estos países del Golfo Pérsico?

> En que son herederos de una gran cultura económica y son grandes negociadores. Esa era mi opinión antes de este viaje y que he confirmado en estas negociaciones y que me han ratificado los componentes de la delegación española, compuesta por altos directivos de grandes empresas y presidentes de cámaras, que han viajado mucho por todo el mundo y que, aunque no habían estado en Irán, reconocen que en este país han encontrado un nivel de interlocución mucho más alto que en otros países.

2012 por el Gobierno de EE.UU. en febrero de 2012. A partir de las últimas conversaciones internacionales parece que estas medidas de bloqueo se levantarán en la próxima primavera. Además, el nuevo presidente de Irán tiene una mentalidad más global que permite un alto grado de apertura. Todo ello hace que Irán se contemple no sólo como un gigantesco mercado de 80 millones de personas, sino como uno de los líderes de los estados del Golfo Pérsico, un territorio que dispone de importantes recursos naturales y financieros, dirigidos por grandes gestores, que tiene el proyecto de consolidar con la construcción de nuevas infraestructuras. El Golfo Pérsico está atrayendo a empresas alemanas, francesas, austriacas y de otros

> He detectado que el país ha sido afectado por la globalización económica. En sus comercios hay los mismos artículos y las mismas marcas que en los establecimientos de Europa o Norteamérica. Sus hoteles son excelentes y su restauración de signo internacional, lo cual facilita el establecimiento de negocios en este país. Pero lo que más me ha impresionado ha sido el perfecto funcionamiento de redes y el equipamiento tecnológico de la información y comunicación, las TICs. Todos sus ejecutivos usan Smartphone, WhatsApp, correo electrónico, zonas de Wi-Fi porque existen las mismas facilidades de comunicación que en los países más avanzados, lo que facilita la transmisión



>Manuel Teruel, como Presidente de la Cámara de Comercio de España, con el Rey Felipe VI en una recepción. A la derecha, con Belisario Bentancour, Presidente de Colombia.

de datos y el establecimiento y consolidación de negocios. Antes, cuando acudíamos a estos países había que ir con unas enormes maletas llenas de papeles. Ahora, nuestros técnicos llevan sobre todo instrumentos para la transmisión de datos: un iPad pequeño de tamaño pero con mucha memoria, en los que llevan toda la información de su negocio, el billete de avión y la reserva del hotel. Hoy, a través de las soluciones informáticas se puede detectar una avería en los equipos, ya que el técnico tiene a mano los planos y las instrucciones de reparación. Hoy podemos ir a cualquier país del mundo donde haya comunicaciones. Lo que realmente ha revolucionado el mundo de los negocios y la globalización ha sido la generalización de las tecnologías de la información.

El futuro del Golfo Pérsico

Además de la generalización de los avances tecnológicos, ¿existe en estos territorios del Golfo Pérsico una disposición de apertura y colaboración con el mundo occidental?

> Existe un cambio político. Aunque siguen vigentes las restricciones a las relaciones económicas con Irán, el Presidente Obama ha anunciado una reducción de las medidas de bloqueo que

El "Tren chispa"

Manuel Teruel tiene fama de ser persona muy viajada. Cada año recorre miles de kilómetros en sus desempeños empresariales y en sus expediciones fotográficas para captar paisajes de todos los continentes.

No son solo exigencias profesionales, sino que Manuel Teruel cree que esta abierta disposición a los viajes le viene de su niñez. Nacido en la población turolense de Santa Eulalia, reconoce que, cuando había que comprar algo que no se encontraba en esta población, debía desplazarse a Teruel capital o a Calatayud, para los que era inevitable tomar un tren de cercanías que se llamaba el "tren chispa".

Los desplazamientos, que entonces se hacían en carros, en autobús o en ese tren lentísimo, le proporcionaron las primeras emociones viajeras.

Luego, cuando se trasladó a Zaragoza, vivió con intensidad la llamada viajera de esta ciudad ubicada en el centro geográfico del territorio más poblado y rico de España.



Poco a poco, esos espacios se ampliaron y se convirtieron en grandes distancias a recorrer hasta llegar a todos países con los que TAIM mantenía negocios.

En 2015 ha sido nombrado Presidente de Honor de la Cámara de Comercio de España en reconocimiento con su eficaz labor como Presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, cargo para el que había sido elegido en 2011. En 2002 había sido elegido presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza y de la Feria de Zaragoza.

Está en posesión de la distinción de Hijo Adoptivo de la ciudad de Zaragoza, que le concedió al Ayuntamiento de esta ciudad en 2003. Un año después, la Diputación Provincial de Zaragoza le condecoró con la Medalla de Santa Isabel de Portugal.■

les permitirán operar con Irán a partir del primer trimestre del año 2016. Durante la reunión que mantuvimos con el vicepresidente del gobierno iraní, éste nos dijo que su gobierno reconocía que las relaciones entre su país y España habían sido muy equilibradas y correctas y que, en este periodo de tiempo, las grandes empresas españolas habían respondido con moderación ante las grandes restricciones a las que se había visto sometido su país y que eso había sido valorado muy positivamente por su gobierno que reconocía como un país amigo.

Además de las nuevas tecnologías, ¿qué papel ha jugado la geoestrategia mundial en el desarrollo de esta parte del mundo?

> A medida que las tecnologías de la información se han ido expandiendo por todo el mundo, los espacios geográficos se han ido haciendo más pequeños. También ha sido decisiva la superación de las barreras arancelarias que tuvieron encorsetado el comercio exterior. Los acuerdos del GATT sobre aranceles aduaneros, que fueron recortando las limitaciones que sufría el comercio internacional, dieron paso a finales del siglo XX a alianzas que conllevaron la supresión de aranceles lo que aceleró la permeabilidad de las fronteras. Para el fomento del comercio exterior también fue decisiva la caída del muro que separaba el antiguo bloque de la URSS y el resto del mundo. A partir de ahí ha ido creciendo la multipolarización. Antes, el eje sobre el que giraba el mundo era el Océano Atlántico. A un lado del Atlántico estaba Estados Unidos, Canadá y muchos pequeños países centro y sudamericanos y, al otro, se encontraba la gran Europa que llegaba hasta Moscú. Asia no existía como núcleo de importancia económica. Hoy, ese eje sobre el que gira el mundo económico ha cambiado y ya no es el Atlántico, sino el Pacífico. Por otro lado, Iberoamérica ha despertado, contando con focos de producción como Chile, Brasil, México, Perú, Colombia, mientras que mantienen su supremacía Estados Unidos y Canadá. Pero donde se ha producido el mayor cambio ha sido en Asia que es hoy el "gran tigre" del comercio mundial. No hace muchos años, el estrecho



>Recepción del Rey Juan Carlos I en la Feria de Zaragoza.

de Gibraltar era uno de los pasos más concurridos del mundo por el flujo de barcos, ya que por allí salían gran parte de las exportaciones europeas a todo el mundo. Ese puesto de privilegio lo ocupa hoy el estrecho de Malaca, en el océano Índico sudeste asiático, entre Malasia e Indonesia, por el que pasa más tráfico que el generado por todos los puertos de Europa juntos. Por ese estrecho pasa el tráfico de mercancías procedentes de Singapur, China, Corea y Japón y por allí se canalizan las producciones de nuevos países productores como China, Malasia y Vietnam. Creo que tendríamos que volver a retomar la importancia del Mediterráneo, generando cargas con destino a los Estados Unidos.

La formación del personal

Nuevas tecnologías, nuevos focos de producción, nuevas vías de comunicación. ¿La situación actual exige también nuevos objetivos en la formación de los profesionales?

> La Universidad imparte una formación muy empírica, cuando lo que hoy demanda la nueva sociedad es el desarrollo de las habilidades personales. Los que más se van a cotizar en el mercado son los profesionales que tengan capacidad visionaria para ver y enjuiciar como se desarrollan los acontecimientos y adelantarse a ellos sin dejar que sus productos se queden obsoletos. Las empresas darán empleo a aquellos

profesionales que tengan una visión estratégica para adelantarse a la evolución que se espera en sus productos para que no se queden obsoletos.

Esa visión estratégica ¿ha sido clave en el desarrollo y consolidación de TAIM-Weser?

> En nuestra empresa hemos tratado de tener siempre una visión estratégica analizando hacia dónde se dirigía lo que producíamos. No nos enamoramos de un producto y lo mantenemos porque lo que hacemos hoy puede no valer nada mañana. La idea de diversificar ha sido vital para mi labor profesional.

¿Lo han asumido sus empleados?

> Tengo la suerte de estar rodeado de gente mucho mejor que yo y, como no creo tener envidia, me aprovecho de este privilegio y juntos todos conseguimos superar las dificultades. Ciertamente esta disposición exige un trabajo febril, a la que se ha añadido las dificultades que ha ocasionado la crisis financiera, pero me considero un privilegiado contando con personas de enorme valía que, además, son mucho más jóvenes que yo. Yo estoy casi en la línea de salida y creo que debo tener en cuenta a personas que tienen aún un largo recorrido profesional. Si no lo hago así, seré una rémora para la empresa. Estoy seguro que las personas que me sucedan lo harán mejor que yo y, sino lo he conseguido, creo que me consideraré un fracasado.

Ya que me habla de la crisis financiera, ¿cómo ha afectado a la economía general de la Comunidad de Aragón y de sus empresas?

> Yo creo que las crisis no existen, sino que son cambios muy rápidos que descolocan a los agentes sociales y a las instituciones. En este caso, han sido unos cambios muy rápidos en un mercado global. Todos estaban convencidos que existía una burbuja que acabaría explotando, pero nadie se protegía ante esa posibilidad. Además hay que tener en cuenta que la crisis no ha afectado a todos los países. España lo ha pasado mal pero no todo el mundo estaba así. Muchas empresas han acudido con sus productos a estos mercados y han



“Las empresas darán empleo a aquellos profesionales que tengan una visión estratégica para adelantarse a la evolución que necesitan sus productos para que no se queden obsoletos”

aplicado en su producción las nuevas tecnologías y no se han visto afectados de la misma forma que lo han sido otros que no se han podido adaptar a los cambios acaecidos. Hablamos de la crisis en términos financieros, pero yo creo que la crisis ha sido, más que nada, una crisis tecnológica. Muchos países emergentes han puesto en los mercados productos de elevada tecnología y mucho más baratos que los que producían las grandes potencias industriales, incluso los han sacado antes que las grandes empresas. Europa no ha respondido con agilidad a esta crisis tecnológica, mientras que los países emergentes sí que lo han hecho y, con ello han acaparado el mercado tecnológico y financiero. Los países “imitadores” no han sufrido la crisis que ha afectado a las grandes marcas.

¿Qué consejo daría a los empresarios a los que ha afectado la crisis?

> El empresario necesita pocos consejos. Lo que necesita es no perder la ilusión y que las fuerzas no le abandonen en ese esforzado camino. Ilusión, esfuerzo y un poco de talento son los factores indispensables para recuperar la actividad. Puede fallar alguno pero hay que creer y trabajar con confianza en una segunda oportunidad. Esta “segunda oportunidad” no está bien vista en nuestra sociedad pero yo creo que levantarse tiene mucho más mérito que triunfar a la primera. Una buena nota en septiembre, después de haber estudiado denodadamente en los meses de verano tiene mucho más valor que un éxito prematuro. Lo importante es que no fallen las fuerzas en la recuperación. Le diría a los empresarios que no tengan aversión al riesgo ni a volver a empezar. El mérito de triunfar a la segunda o tercera oportunidad es más importante que hacerlo a la primera, pero para ello hace falta poner en el empeño todas las fuerzas, el talento y la ilusión.■



*Un momento decisivo
en la vida de...*

*Luis
Larrodера*

"Mi vida cambió totalmente cuando me encomendaron presentar el programa 'Un, dos, tres, responde otra vez'"

No hay un momento aislado y decisivo en la vida de Luis Larrodера, sino dos, ambos vinculados estrechamente y los dos determinantes de su trayectoria personal y profesional. *"El momento clave para mí fue cuando un chaval del Barrio de las Fuentes fue llamado por Chicho Ibáñez Serrador para presentar y guiar un transatlántico como era el programa 'Un, dos, tres, responde otra vez', en Televisión Española. Fue un sueño hecho realidad, aunque para llegar a ese paso tuve que vivir otro momento clave: que un señor llamado Félix Zapatero me preguntara si no había pensado dedicarme de lleno a ser presentador".*

¿Cómo y cuándo conociste a Chicho?

> Yo presentaba el magazine 'Que viene el lobo' en Antena Aragón. En uno de los programas, me tocó entrevistar a Ibáñez Serrador. Recuerdo que antes de empezar el programa estaba muy nervioso, porque esa noche, la persona que iba a tener delante era alguien a quien admiraba muchísimo. De hecho, éramos toda la familia quienes sentíamos esta admiración por él. Estaba previsto que la entrevista durase 20 minutos, pero acabó durando más de 45. Perdí la noción del tiempo. Aquel día se bloqueó la centralita

con llamadas del público dando la enhorabuena por haber llevado al programa una persona tan conocida y admirada como Chicho y por el propio desarrollo de la entrevista.

Luis Larrodера nos sigue describiendo aquel momento importante en su vida que fue la entrevista que había hecho en Antena Aragón: "Con la entrevista no había acabado todo, sino que la conversación con Chicho se prolongó después de finalizar el programa. Ibáñez Serrador, en vez de irse de los estudios al acabar la entrevista, cogió una silla que había en el plató y se quedó sentado frente a un monitor que había en el estudio, observando todo lo que quedaba de programa. Recuerdo ver su espalda, a mi derecha, mirando aquella pantalla sin perder detalle de nada de lo que pasaba, con una minuciosidad que yo no esperaba. Cuando terminamos el programa, le preguntamos si quería ir a cenar algo y dijo que sí, pero que quería cenar con todo el equipo. Le ofrecimos llamar a un taxi para que le llevara hasta el restaurante, pero él me preguntó: "¿tienes coche?", y cuando le dije que sí, añadió: "pues me voy contigo", así que se vino en mi 'Ford Fiesta'. En el camino hablamos del magazine en general y de la entrevista en particular. La cena fue inolvidable también, nos contó un montón de historias y de anécdotas.

Justo antes de irnos, él se levantó de la mesa y dijo que tenía que ir al lavabo; en realidad fue a la barra y nos invitó a todo el equipo. Después de despedirse de todos, le llevé nuevamente en mi coche hasta el Hotel Boston, donde se alojaba. En la puerta del hotel, me preguntó si había pensado en irme a Madrid a probar suerte. El creía que yo estaba preparado para trabajar en una cadena nacional, y que eso me ayudaría a seguir creciendo como profesional. Me recomendó que lo hiciera antes de cumplir los 30 años. En aquellos momentos yo tenía 27".

La fuerza del hogar

> Ese primer encuentro con Chico Ibáñez Serrador, acabaría siendo decisivo en la vida de Luis. Tres años después le llegaría el salto a la televisión nacional, convirtiéndose en el presentador de "Un, dos, tres, responde otra vez" programa televisivo con la mayor cuota de pantalla en España. "Antes de que Ibáñez Serrador me pusiese al frente del concurso, yo había soñado con esa posibilidad en muchas ocasiones, e incluso, había presentado el programa, en mi cabeza, muchas veces. Yo aprendí televisión desde el salón de mi casa. La aprendí al lado de mi padre y mi familia. Mi padre fue quien me hizo amar el cine. Me llevaba a las sesiones matinales

y nos incitaba a mi hermano y a mí para que convenciésemos a mi madre para ir a ver alguna película de las que hubieran estrenado. Mis recuerdos de ver cine están estrechamente vinculados con mi padre. Recuerdo esas tardes de sábado, sentados en el sofá, frente al televisor, viendo la película que echaran en "Primera sesión". Nos colocábamos con un bote de los del café, lleno de pipas, y unas revistas en las rodillas donde depositábamos las cáscaras. Aquellos principios tuvieron para mi un valor impagable, y son inolvidables. Tal y como te he comentado antes, Chicho Ibáñez Serrador era venerado por mi padre. Cada vez que aparecía en la pantalla, mi padre siempre me decía: "este hombre es un genio...". Después de trabajar con él te puedo asegurar que lo es.

Los primeros pasos

> Antes de aquel encuentro y conversación con Chicho Ibáñez, Luis Larrodera había trabajado desde muy niño en su formación de todas las formas de comunicación: radio, cine, televisión en sus facetas de guionista, locutor, presentador, narrador, actor, prensa escrita, etc.

> Mi primera vez fue en la radio –nos dice–, con 15 años. Todo empezó en un pequeño cuartito que nos habían cedido, en la sede que el Partido Comunista tenía en mi barrio, en la calle Rodrigo Rebollo, muy cerca de mi casa. Allí fue donde dí mis primeros pasos ante el micrófono. Esta labor radiofónica la compaginaba con mi trabajo como camarero en el 'Restaurante Garden', donde estaba de jueves a domingo, y con mis estudios de ingeniería en la Universidad.

¿También televisión?

> Eso vino después. Yo comencé en una de las primeras televisiones locales de Zaragoza, Zaravisión, de donde pasé a Canal 44; de ahí a Canal 60, y después a Antena Aragón. También estuve una temporada trabajando en el centro territorial de TVE en Aragón. Luis ha mantenido en los últimos años su presencia en la pequeña y en la gran pantalla; en películas como "Torrente 3" o "El encamado", de Germán Roda, y en programas como "La Báscula", que es su proyecto actual en Aragón TV.



> Luis Larrodera con el equipo de azafatas de "Un, dos, tres, responde otra vez".

¿Demasiada mezcla de géneros?

> Puede dar esa impresión, pero para mí todo era aprender. Si te das cuenta, todo lo que he hecho tiene que ver con la comunicación. En realidad, no he salido nunca de ahí.

El gran salto

> Chicho le había recomendado que se desplazase a Madrid para completar sus conocimientos de televisión y le había señalado los 30 años como el momento álgido para iniciar ese camino.

> "Cuando me faltaban pocos días para cumplir los 30 años, Ibáñez Serrador me llamó a Madrid para ofrecerme presentar 'Un, dos tres,...'. Aquella llamada iba a cambiar mi vida profesional, evidentemente, pero también la personal. Esos días yo estaba preparando la que iba a ser nueva temporada de 'Que viene el lobo'. Pero aquella oportunidad iba a cambiarlo todo. ¡Imagínate que te dan la oportunidad de cumplir uno de tus sueños! No lo pensé un momento. Me fui a Madrid, donde vivía –y vive– mi tío José (todos le llaman Pepe), que es sacerdote y que ejerce en una Parroquia del barrio de San Blas, y me instalé en su casa. En el barrio me llamaban –y aún me llaman– "el sobrino de Pepe". Durante los tres primeros meses, Chicho me enseñó los entresijos del programa y me dio consejos para su desarrollo, hasta que se puso en antena el primer programa el 9 de enero de 2004. Al día siguiente de emitirse aquel primer programa, me levanté como

siempre y tenía el móvil lleno de mensajes felicitándome por la brutal audiencia que habíamos tenido. Cuando salí a la calle, mucha gente se acercó a saludarme y a felicitarme. Además, lo hacían con mucho, mucho cariño. Ellos no veían al presentador de la televisión, ellos saludaban y felicitaban al "sobrino de Pepe", y eso lo hacía todo mucho más especial.

> El salto al programa quizás más emblemático de la televisión pública española, el concurso más seguido de la parrilla televisiva en España, fue una experiencia mágica, hasta tal punto que Luis tiene dificultades para sintetizar, aclarar y hacer un juicio sereno del salto y de todo lo que ocurrió desde que Chicho Ibáñez le comunicó en el jardín de su casa madrileña que iba a encargarse de la presentación del concurso con Chicho Ibáñez hasta que se grabó el primer programa del concurso televisivo. "Algunas personas me preguntan cómo fue el casting para la selección. Les contesto que el casting se realizó años atrás, sin yo saberlo, en aquella entrevista que le hice en el programa 'Que viene el lobo'. En nuestro trabajo nunca sabes quién o quienes te están viendo... por eso siempre he pensado que hay que darlo todo y hacerlo lo mejor que puedas. El público va a ver tu trabajo, no las circunstancias en el que lo estás haciendo".

¿Qué imagen imborrable guardas de la grabación del primer programa de "Un, dos, tres,..."?

> Pasando por los pasillos de los míticos Estudios Buñuel, donde se grababa el

Un momento decisivo en la vida de Luis Larrodера

programa, sentía la emoción de una película americana. De repente, por casualidad, subí por la escalera que daba acceso al plató de grabación. A medida que subía escalones veía más espacio del gigantesco plató a media luz, donde todo estaba preparado para los ensayos y grabaciones. Aquello fue emocionantísimo. Sólo le faltaba música instrumental y una cámara grabando alrededor de mi 360°. Era como la escena de una película. Cada escalón que subía, iba descubriendo más partes del plató, igual que un montañero que llega a la cima de la montaña que escala. Aquel momento lo viví con intensidad y me imaginé como estaría aquello lleno con 'los tacañones', las azafatas, las cámaras, el público... Fue inolvidable.



> *Aquel sueño profesional duró desde enero de 2004 hasta junio de 2004. Una temporada que cambió completamente la vida de Luis. Un salto que le situó entre las personas más conocidas y admiradas de este país, como presentador del concurso televisivo de mayor audiencia en España.*

¿Es difícil gestionar la fama y administrar la admiración popular?. Aquel salto desde un programa de entrevistas en Antena Aragón hasta un concurso esperado por millones de espectadores ¿te creó algún trauma personal?

> No especialmente. Lo mío fue y es, muy normal. Yo llegué a la fama de la mano de un programa muy familiar, muy blanquito. La riqueza mediática de "Un, dos, tres..." tenía una base familiar. La gente se acuerda de mí de una forma muy cariñosa, como un componente más de la familia. No tuve ningún problema. Con "Que viene el lobo" en Antena Aragón, pasó algo parecido, aunque a nivel local. Nosotros hacíamos el programa con 'ceros' pretensiones, sin saber la gente que nos podía estar viendo, fuera mucha o poca. La audiencia nunca fue un condicionante para nosotros. Presentábamos que íbamos bien pero no teníamos ningún dato objetivo en el que fundamentar nuestra impresión. El reconocimiento de la gente llegó poco a poco, y siempre lo hacían desde el cariño y el respeto.

Aquel salto a un programa de gran audiencia debió de influir en tu trayectoria

profesional. ¿Qué hiciste después de finalizar 'Un, dos tres...'?

Tuve un año de vacío. A la semana de acabar el concurso tuve una llamada de Antena 3 y otra de Televisión Española. TVE me propuso continuar con ellos, aunque en aquel momento no tenían ningún proyecto en concreto, con la promesa de contar conmigo en cuanto lo tuvieran. Antena 3, en cambio, me ofreció presentar un programa que iban a poner en marcha –como así hicieron– un par de semanas después. Por motivos casi románticos y de fidelidad acepté la promesa de TVE y dije "no" a Antena 3. Reconozco que aquello fue una apuesta en el vacío. Tiempo más tarde aprendí que en TVE con los frecuentes cambios de dirección, desaparecen las promesas y los compromisos. Así me quedé un año, más o menos, en tierra de nadie.

Pero antes de Chicho, hubo una persona que te puso decididamente en el camino de la comunicación...

> ¡Por supuesto que sí! Mientras hacía radio, empecé a dar mis primeros pasos en televisión, junto a mi hermano, que es mi complemento perfecto, además de imprescindible en mi vida. Él tiene titulación audiovisual y escogió ponerse detrás de la cámara, dejando para mí la parte público. Siempre he tenido claro que era lo que quería hacer, pero me faltaba creer que de verdad podía ganarme la vida de ese modo. La persona que me dio el primer y determinante empujón fue Félix Zapatero. A él le debo mucho de lo que sé de esta profesión. Félix, a quien

yo no conocía, apareció por casualidad en los estudios de Zaravisión, en la calle Predicadores. Mi hermano y yo estábamos grabando el programa de esa semana. Él se asomó, me miró, y sin decir nada, desapareció. Al rato volvió a asomarse, y de la misma manera volvió a desaparecer. Cuando terminamos la grabación, él se acercó, se presentó y me preguntó: "¿No has pensado en dedicarte a esto de verdad?". Le dije que sí, pero que era un mundo muy complicado... Él se ofreció a ayudarme, y lo hizo... ¡hombre si lo hizo! Fue amigo, maestro y consejero. Él era el director de "Que viene el lobo" cuando yo hice la entrevista a Chicho Ibáñez.

Pero en casa lo de dedicarte al 100% a la televisión, seguían sin verlo tan claro...

> Así es... pero bueno, ahora lo veo de un modo muy diferente a como lo vi entonces. Yo quería estudiar periodismo, pero para ello tenía que irme fuera de Zaragoza, y ese era un gasto que no podíamos afrontar, así que decidí que estudiaría arte dramático (mi otra gran pasión). Cuando lo comenté en casa, mi madre me dijo: "¡Sí, hombre, titiritero! Anda, con las buenas notas que tienes, estudia una carrera de verdad...". ¡Aquello me supo fatal! Tuve la sensación de que mi madre no confiaba en mí. En realidad lo que hacía era poner su ala protectora encima de su hijo para que no me hiciesen daño. Sin embargo, un día cambió su actitud. Fue un sábado. Lo recuerdo porque volvía a casa de trabajar como regidor en el programa infantil de CHN 60, y me encontré a mi madre muy emocionada. Alguien había llamado a casa, diciéndole que me había visto trabajar y que tenía un potencial bárbaro... que me apoyaran, que yo tenía que dedicarme a la comunicación. Aquella llamada la hizo Don Paco Ortiz, el gran locutor y cronista deportivo, padre de mis compañeros, Pedro Pablo y Paco Ortiz Remacha. Ella recuerda la conversación que mantuvieron como si hubiese sido ayer. Las palabras del maestro Paco Ortiz, terminaron de convencer a mi madre de que, por lo menos, su hijo tenía que intentarlo. ■



2009-2015: testigos de un periodo histórico

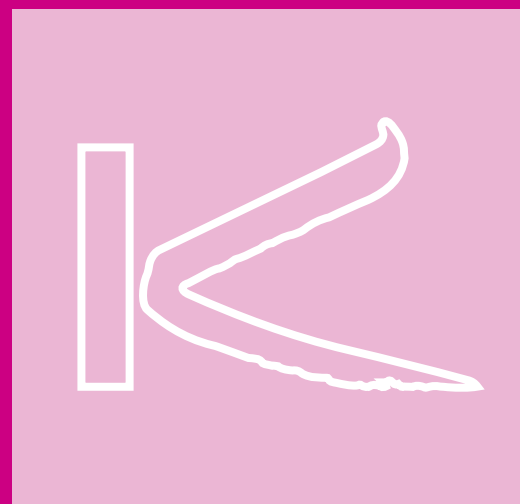
PANORAMA ha sido observador y fedatario de unos de los periodos históricos para la economía y la sociedad aragonesas. Nuestros primeros 25 números han sido portadores de la VISION, análisis y valoraciones emitidas por personalidades con responsabilidades sociales durante un lustro repleto de incertidumbres. Las personas que han opinado en nuestra publicación han sido testigos directos y han experimentando en su propia sensibilidad los difíciles momentos por el que ha atravesado la convivencia de los españoles y los aragoneses.

Algunos de ellos ya no desempeñan las responsabilidades y cargos que ejercían cuando les solicitamos sus opiniones, pero siempre tendrán para nuestros lectores y para nosotros la consideración de haber sido nuestros maestros y guías en estos momentos históricos.

En la sección "CON PLUMA AJENA" pedimos a nuestros entrevistados que apuntases un momento o una decisión trascendental para su trayectoria vital. En la sección han aparecido las opiniones de deportistas, artistas, periodistas, escritores, toreros, cineastas, profesores, directivos, etc. fijando esos acontecimientos cruciales en su actividad.

Han sido opiniones y comentarios que dieron luz para la travesía y hoy siguen teniendo el valor que les aportaron los conocimientos y responsabilidades de los entrevistados.

PANORAMA agradece a todos ellos esa entrega social y reconoce la amable disposición que tuvieron al concedernos la responsabilidad de ser mensajeros de sus opiniones, ilusiones y esfuerzos.



24 visiones de nuestros directivos



1

Raúl Blanco
Presidente del Grupo KALIBO

“Nuestro crecimiento pausado nos ha permitido crear una sólida cartera de clientes y de financiación y un valioso equipo humano”



2

Heinz-Herbert Dustmann
Presidente de Dula Ibérica

“El carácter abierto y comunicativo de los españoles y la densa historia cultural de España me inclinaron por este país”



3

Manuel Teruel
Presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza

“Debo asumir los compromisos e iniciativas para que los intereses empresariales en Zaragoza estén a buen recaudo”



4

Teresa Azcona
Consejera Delegada de Going

“Para una mujer directiva, es clave que su familia entienda y valore las responsabilidades que adquiere”



9

Carlos Barrabés
“Premio Aragón 2011” y miembro del Foro de Davos

“En mi vida me ha dado por pensar a diez años”



10

Félix Longás
Director General de “La Aragonesa”

“No arrastro a mis empleados y trabajadores sino que son ellos los que me motivan”



11

María López Palacín
Primera mujer en el Comité Ejecutivo de la Cámara de Comercio

“Era necesaria una renovación generacional para que la Cámara albergase distintas perspectivas de los problemas empresariales”



12

Arturo Aliaga
Consejero de Industria y Comercio (2011-2015)

“Estoy convencido de que en Aragón existe un sistema ciencia-innovación oculto que está consiguiendo penetrar cada vez más en las empresas”



17

Javier Grasa
Presidente del Grupo Coviari

“He tenido un objetivo claro en mi vida: ser empresario”



18

Salvador Areneré
Presidente de ADEA

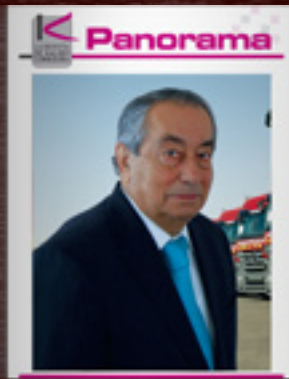
“Las fortalezas de Aragón son: su situación privilegiada, la existencia de suelo industrial, y el nivel de sus titulados”



19

Juan Alberto Belloch
Alcalde de Zaragoza (2003-2015)

“Desde el principio, Ebrópolis ha demostrado un gran tino en la radiografía de Zaragoza y en las recetas de futuro”



20

Miguel Carreras
Presidente del Carreras Grupo Logístico

“Para mí no hay mayor satisfacción que ser empresario, crear y ver crecer lo que has creado”



5

Santiago Palomera
Director General de Mondo Ibérica

“En nuestra oferta de productos hay desde un balón de 0,30 € a un yate de 100 metros de eslora”



6

José Carlos Lacasa
Empresario

“He comprobado que los éxitos se consiguen trabajando en equipo y comunicándose con todos los componentes del grupo”



7

José Antonio Vicente
Director General de la Feria de Zaragoza

“El expositor agradece que la organización le permita cierta flexibilidad ante los problemas de cada uno”



8

Antonio Rébola
Consejero-Administrador General de Panishop

“En el pan concurren la tradición secular y la última innovación”



13

Antonio Garrigues Walker
Presidente del Bufete Garrigues

“La codicia, la corrupción y el culto al dinero han sido la causa de la crisis”



14

Manuel Pizarro
Jurista y financiero

“Aragón y los aragoneses formamos parte de la España fiable que, difícilmente, cae en deslealtad”



15

José Antonio Sanz
Vicepresidente del Grupo Sesé

“Nuestra filosofía es dar al cliente no sólo lo que nos demanda, sino adelantarnos a lo que pueda necesitar”



16

Pedro L. Martín Bringas
Directivo de ‘Corporación Soriana’

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



21

Antonio Cobo
Director General de General Motors España

“La mayor fortaleza de la planta de Zaragoza son los niveles de calidad con los que fabrica una plantilla comprometida”



22

Luis Romero
Empresario y Formador

“La imagen es imprescindible para el éxito profesional y una importante ayuda para la culminación de un negocio”



23

Aurelio López de Hita
Presidente de CEPYME Aragón

“Hay que recuperar los valores que informan la labor de una pyme: esfuerzo, trabajo y el día a día”



24

José Longás
Director General de BSH España

“La capacidad de generar saber y conocimientos desarrollando productos, es el mejor anclaje que puede tener una industria”

Hitos decisivos de 24 biografías



Kart totalmente Aragónés
Participante en carreras internacionales

“Paso decisivo en la trayectoria tecnológica de Aragón: entidades y empresas aragonesas ponían en marcha un kart totalmente aragonés, accionado por pilas de combustible de hidrógeno”



Miguel Pardeza
Ex-jugador de fútbol

“Descubrir las librerías instaladas en la Cuesta de Moyano, en Madrid, cambio totalmente mi vida”



Juan Señor
Ex-jugador de fútbol y Gerente deportivo

“Un momento crucial fue cuando, en el transcurso de una revisión clínica, me detectaron una incidencia cardíaca que me llevó a abandonar el fútbol profesional”



Teresa Perales
Nadadora. Medallista Paralímpica

“Crucial fue el verano de 1996, cuando di mis primeras brazadas en la piscina”



César Láinez
Ex-jugador del Real Zaragoza CD

“Lo más duro de mi vida deportiva no fueron las lesiones, sino mi despedida del fútbol”



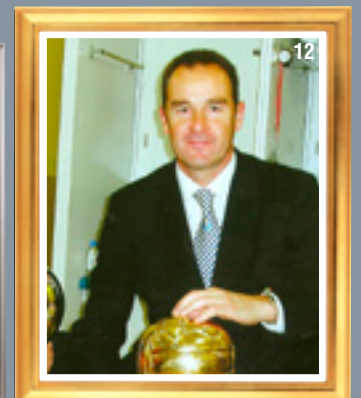
Luis Alegre
Periodista y Escritor

“Cambió mi vida cuando, a los diez años, conocí a una compañera del Colegio de Calamocha. Ella se convirtió en el centro de mis días”



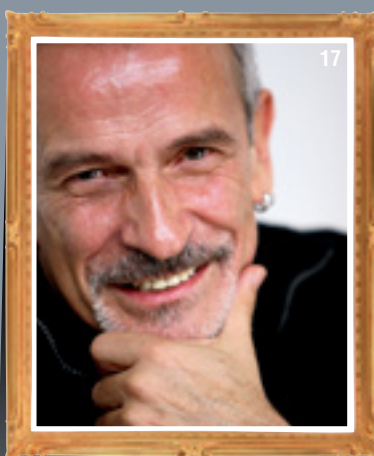
Leopoldo Abadía
Ingeniero y Escritor

“Para mi, fue fundamental conocer a Antonio Valero, ingeniero, fundador y primer director del IESE. Él me enseñó todo lo fundamental que hoy sé”



Víctor Fernández
Entrenador de fútbol

“Mi recuerdo más sólido y permanente fue un partido de promoción contra el Murcia, que ganamos por 5-2”



Víctor Ullate
Bailarín, Maestro y Coreógrafo

“Un paso importante fue crear la Escuela de Danza y compatibilizar la actividad y vocación de bailarín con la de maestro”



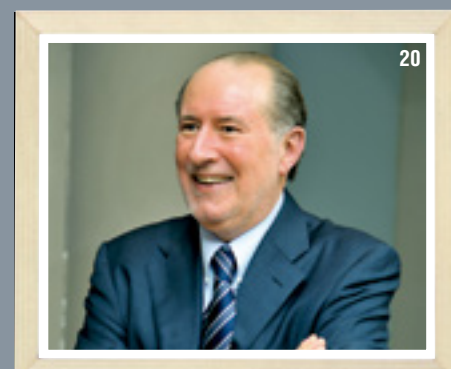
José Luis Abós
Entrenador del CAI de Basket

“Mi vida dio un giro total cuando Mario Pesquera me propuso ser su ayudante en el CAI”



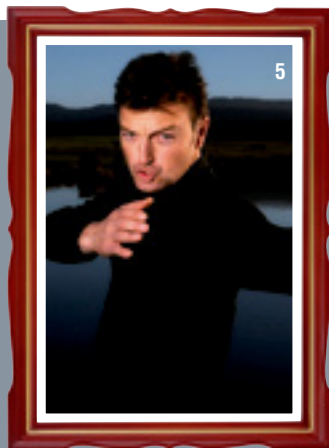
Gaizka Urresti
Cineasta. Premio “Goya” 2014

“Soy cinéfilo desde pequeño. Siempre he tenido vocación por contar historias”



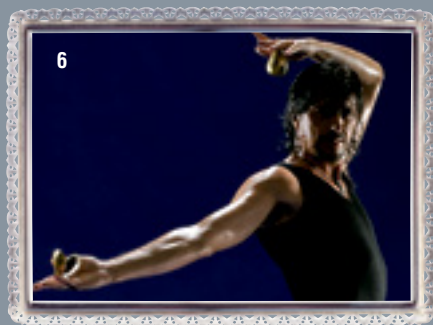
José Mª Gay de Liébana
Profesor de la Universidad de Barcelona

“El fallecimiento de mi padre fue el suceso que más ha influido en el itinerario de mi vida”



Raúl Gracia, "EL Tato"
Matador de toros

"Para mí, fue crítico el momento en el que decidí dedicarme exclusivamente al toreo"



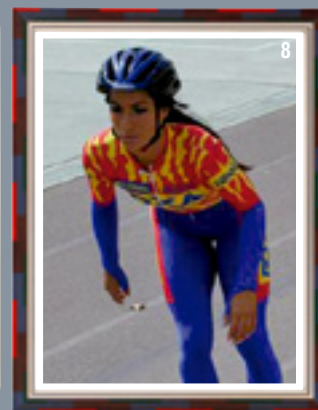
Miguel Ángel Berna
Bailarín y Coreógrafo

"Unos escritos de doña Francisca Soria me enseñaron a entender el carácter aragonés"



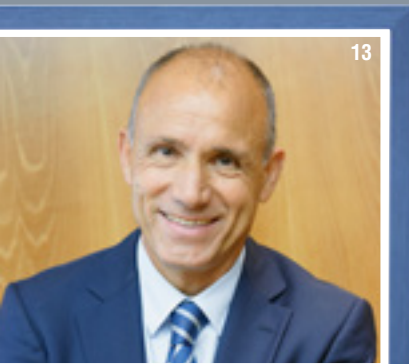
Ángeles Irisarri
Escritora

"Fue un día leyendo la novela 'Mazurca para dos muertos', de Cela, cuando decidí dedicarme a escribir. Esa fue mi salvación"



Sheila Herrero
15 veces campeona del mundo de patinaje

"Mi mayor victoria la conseguí luchando contra la anorexia nerviosa"



Fernando Molinos
Presidente del Real Zaragoza SD

"Mi preocupación vital permanente, mi vocación y mi profesión ha sido siempre el fútbol"



Carlos Pauner
Montañero

"En 2002 creí que había llegado el momento de profesionalizar lo que, hasta entonces, había sido mi afición: la montaña"



Isabel Macías
Atleta Olímpica

"Dos cartas cambiaron radicalmente la organización de mi vida y el grado de mi dedicación al deporte"



Jesús Carballo
Presidente de la Real Federación Española de Gimnasia

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



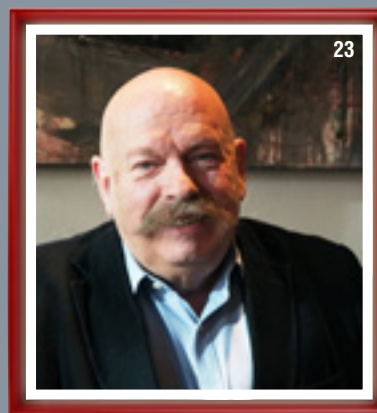
Pedro Oliva
Ganador de "Gran Hermano IV"

"El punto de inflexión de mi vida fue cuando, en 2002, decidí presentarme al casting del concurso de 'Gran Hermano' y me seleccionaron"



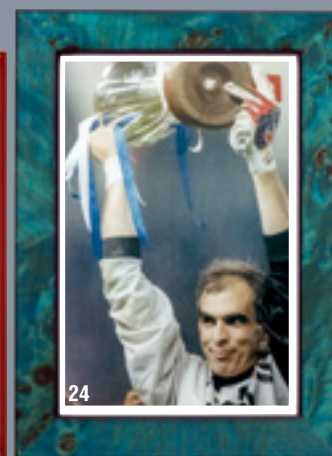
Joaquín Carbonell
Cantautor, escritor y periodista

"Teruel fue para mí y para otros compañeros la esencia de nuestras vidas y la plataforma donde aprendimos a ser personas"



José María Íñigo
Periodista y Presentador de TV

"Lo que fue decisivo en mi vida y cambió mi trayectoria vital fue dejar Bilbao y marcharme a vivir a Londres"



Andoni Cedrún
Portero del Real Zaragoza

"Mi vida cambió tajantemente cuando, a los 22 años, decidí dejar el Athletic Club y Bilbao"



Antonio Aceituno, director general de Infocopy

“La gestión documental es la gran olvidada de las inversiones empresariales”

La gestión documental se ha convertido en una exigencia que se ha planteado a todo el mundo empresarial, desde grandes multinacionales a las pequeñas y medianas empresas. Cada día llegan, se mueven y salen miles de documentos por todos los canales tecnológicos. Todos esos documentos e informaciones necesitan ser procesados, organizados, reenviados, contestados o archivados en base a varios criterios que, para el caso de los pequeños negocios, pueden ser abrumadores.

Para satisfacer esa necesidad y proveer de soluciones y tecnologías de la impresión, informática y ofimática es por lo que se creó en 1991 la empresa Infocopy, distribuidora oficial de impresoras, copiadoras, fax, ordenadores y redes de la marca Kyocera, proveedora de soluciones IT. Eso le permite ofrecer una gama completa de productos, tanto de hardware como de software para satisfacer las necesidades presentes y futuras mejorando la competitividad y reduciendo los costes



implementar una adecuada estrategia de gestión documental que potencie su eficiencia, reduciendo los gastos ocultos que la mala gestión de la información trae consigo". Sin embargo, Antonio Aceituno afirma que la respuesta de las compañías a esta necesidad no ha sido la suficiente. "Hay que reconocer que las compañías no están invirtiendo lo suficiente en este objetivo. Los gastos visibles de gestión documental apenas representan el 10% del total que las empresas contraen por estas actividades. Las organizaciones podrían aumentar su productividad si se decidiesen a implantar una estrategia documental adecuada que les permita además cumplir con los estrictos requisitos legales y de seguridad".

Pero no se trata sólo de mejorar la productividad de la empresa, sino que una adecuada gestión documental persigue otros objetivos, como es el de aumentar la eficiencia y ahorro de sus clientes, lo

"Desde Infocopy hemos experimentado un claro aumento de las pymes que solicitan este tipo de soluciones a su gestión documental"

operativos. "El objetivo de Infocopy es aumentar la eficiencia y el ahorro de sus clientes. Para ello, combinan las mejores soluciones de hardware y software, abaratando los costes de impresión y almacenamiento, simplificando los procesos y garantizando la seguridad de los archivos de las compañías" afirma Antonio Aceituno, director general de Infocopy. "Nuestro objetivo fundamental -dice- es proveer a nuestros clientes de todas las necesidades en Soluciones y Tecnologías de impresión, sistemas de copiado digital, informática y ofimática, basándonos siempre en los conceptos de calidad, servicio y experiencia. Nuestro objetivo es reducir costes, simplificar procesos y aumentar la eficiencia de la gestión documental".

Para el director general de Infocopy, "aportar inteligencia supone un importante reto para las empresas, que necesitan

que se consigue combinando las mejores soluciones de hardware y software, abaratando los costes de impresión y almacenamiento, simplificando los procesos y garantizando la seguridad de los archivos de las compañías".

Antonio Aceituno subraya otros beneficios que le reporta a la empresa una adecuada gestión de las soluciones documentales. "Las soluciones de gestión documental ofrecidas por distribuidores oficiales como Infocopy permiten incrementar la seguridad de la compañía contra amenazas de toda índole, desde virus al robo tradicional de documentos o de información sensible por empleados o extrabajadores. Además, permiten un mayor control interno sobre los documentos, desde su acceso solo por parte de personas autorizadas hasta el uso de la documentación dentro del flujo de trabajo de la empresa".





Solución documental

La labor inicial y proritaria del servicio de Infocopy es conocer el negocio sobre el que tendrá que trabajar, con el objetivo de ofrecer el equipo de impresión, copiado o solución documental más adecuada. Por ello, Antonio Aceituno nos dice que *"lo primero que hacen nuestros técnicos es analizar los equipos de impresión y copiado con los que cuenta y los equipos que la empresa"*. *"El análisis -afirma- consiste en analizar los equipos de impresión y copiado, cuál es el tipo de documentos que maneja la empresa y cómo discurren los flujos documentales. Una vez conocidas las necesidades de la empresa, Infocopy estudia los costes, los entornos informáticos, los procesos ineficientes y las exigencias de seguridad"*.

KYOCERA e Infocopy han desarrollado conjuntamente **MyDOCument**, una so-

"Una adecuada gestión de documentos asegura su visualización y evita el tradicional robo de documentos o de la información sensible"

lución documental de vanguardia que responde a todas las necesidades de las empresas. **MyDOCument** permite archivar, capturar, acceder y recuperar todo tipo de documentos estableciendo flujos de trabajo y distribuyendo automáticamente los archivos. Esos factores reportan a las empresas una mayor escalabilidad, flexibilidad y adaptabilidad del negocio, lo que se resume en mayor eficiencia.

Las herramientas de gestión documental como MyDOCument atienden tanto las necesidades de las grandes compa-

ñías como de las pymes, aumentando la productividad de las organizaciones gracias al ahorro de tiempo que los trabajadores dedicaban antes a procesos que ahora son completamente automáticos. De hecho, en Infocopy estamos experimentando un claro aumento de las pymes que solicitan este tipo de soluciones en los últimos años. *"En función de la dimensión de la compañía comercializamos, Business y Enterprise, diferenciadas según este criterio- nos explica Antonio Aceituno. La solución Business, destinada a las pymes, permite que los documentos que van entrando en la compañía sean digitalizados de modo automático, enviados a la aplicación deseada (Outlook, SAP...) y, posteriormente, archivados. Por su parte, la versión Enterprise, dirigida a las grandes compañías, permite adecuar los procesos de negocio en base a los flujos de trabajo establecidos por la propia compañía en la misma aplicación"*. ■

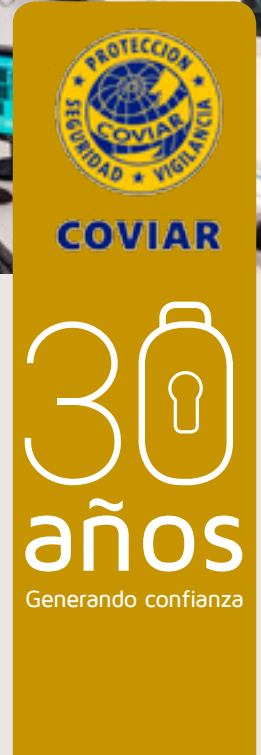
"Los gastos visibles en la gestión documental representan sólo el 10% del total de los que las empresas dedican a estas actividades"

La empresa de seguridad Coviar celebró su 30 aniversario



La empresa de seguridad COVIAR ha celebrado su 30 aniversario. Una larga trayectoria durante la que ha consolidado un importante patrimonio de buenos clientes y amigos. Medio millar de ellos, representantes de la sociedad aragonesa, se dieron cita en el auditorio del World Trade Center donde fueron recibidos por el fundador y Director General, **Javier Grasa**. Entre ellos se encontraban **María Isabel Royo**, **José Luis Torres** y **Javier Pérez**, que fueron los primeros trabajadores de la compañía y que representaban a los 1.600 empleados que en la actualidad componen la plantilla de COVIAR en toda España. Entre sus clientes se encuentran hoy, el Comité Olímpico Español, el Ministerio del Interior y los centros penitenciarios de toda España.

El Director General, **Javier Grasa**, y el Director de Formación y Calidad, **Jorge Moreno**, dirigieron sentidos parlamentos a los presentes y **Serafín Zubiri**, acompañado de medio centenar de componentes de la Unión Musical Garrapinillos, asumió la parte artística de este memorable encuentro. El conocido cantante ofreció un concierto con parte de su memorable repertorio y del conocido Nino Bravo, expresión de un sentimiento de confianza del que COVIAR se considera depositario. ■



Marta Gastón

“La formación dual contribuye a la mejora de la calidad del empleo y la productividad de las empresas”



>La consejera de Economía del Gobierno de Aragón, Marta Gastón, durante su intervención en la apertura de curso.

La apertura del curso de Mecatrónica Industrial en la tercera edición del programa de Formación Dual de BSH sirvió de tribuna y difusor de este método de formación. La presencia de la Consejera de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón, **Marta Gastón**; de la dirección del grupo BSH Electrodomésticos España y representantes de la Fundación San Valero dieron relevancia al evento.

Todos los intervinientes pusieron de manifiesto como este método es *"el camino adecuado para la inserción laboral y la creación de empleo de calidad. La Formación Dual proporciona oportunidades de desarrollo a las personas y nutre a la actividad industrial de profesionales más expertos y completos"*, afirmó el Director General de BSH, **José Longás**.

Por su parte, la consejera de Economía, destacó la relevancia de la formación dual en la mejora de la empleabilidad y la inserción laboral de los jóvenes trabajadores. *"Este tipo de formación -dijo- permite la implicación de los tres agentes indispensables en esta tarea: trabajadores en formación, empresas y sistema educativo"*. Asimismo, hizo hincapié en la importancia de que la demanda de este tipo de formación por parte de las empresas aumente, ya que ha demostrado ser un mecanismo efectivo en la mejora de la cualificación y las competencias profesionales y, por lo tanto, en la calidad del empleo y la productividad de las empresas.

En su alocución, el presidente del Grupo San Valero, **Ángel García de Jalón**, afirmó: *"Parece una novedad pero, la formación dual, que integra la formación teórica y práctica en un contexto laboral, es el método más antiguo y eficaz de formar profesionales excelentes"*. ■



Un gigante del transporte, Carbó Collbatallé, se instala en Mercazaragoza



Carbó Collbatallé

Parcela 83 Nave 3
50014 Mercazaragoza
Tel. 607 213 274
operacionesaragoza@jcarbo.com

El grupo de empresas Carbó Collbatallé, empresa familiar fundada en 1976, una de las firmas señeras españolas en almacenaje y uno de los operadores de mayor relevancia del territorio español, líder en la preparación y distribución de productos a temperatura controlada a cualquier punto de la península Ibérica, se ha establecido en Mercazaragoza donde ha instalado una base de operaciones.

Se trata de una de las varias plataformas que la firma tiene ubicadas en las principales plazas nacionales. En toda la Península, dispone de 150.000 metros cúbicos de cámaras multitemperatura y de una flota de 150 vehículos frigoríficos.

Desde esta base de Mercazaragoza, ofrece sus servicios para la zona de Aragón, Navarra y Soria. Desde esta base, Carbó Collbatallé viene realizando una gestión global e integral que comprende todas las necesidades logísticas: alma-

cenaje de mercancías, túneles de ultracongelación, trazabilidad del producto, control de stocks, artículos, movimientos y entrega, etc. También dispone de una flota de vehículos multi-temperatura, repartidos entre sus distintas plataformas para que la calidad de los productos transportados no se vea alterada. Dispone de sistemas informáticos para tareas de picking, radio frecuencia, y servicio online para sus clientes, con el que éstos pueden gestionar todos sus movimientos. Como resumen general de su operativa, podemos decir que Carbó Collbatallé "responde a todas las necesidades logísticas del mercado, ya que entrega tanto en las grandes plataformas del sector, como a mayoristas, hostelería y mercados tradicionales".

Al frente de esta base operativa de Zaragoza se encuentra **Antonio Capdevila Espeja**, un gestor de larga trayectoria profesional en el sector del transporte frigorífico y de temperatura controlada. ■





La nueva torre de Wittur, en el Polígono de Malpica, reafirma su apuesta por Zaragoza

Una nueva torre de pruebas de ascensores, de 31 metros de altura, construida en el Centro de Competencia Global de ascensores corporativo de Wittur, empresa de referencia mundial en el sector, en el Polígono Industrial de Malpica, se ha convertido en un símbolo de su apuesta por esta ciudad.

La torre servirá para ensayos de homologación de ascensores, componentes y maniobras. Con esta nueva inversión, la compañía refuerza de una manera sólida el Centro de Competencia Global que posee en sus instalaciones de Zaragoza y lo convierte en la herramienta perfecta en I+D+I para validar todos sus diseños. La nueva torre, se constituye como un complemento idóneo para el crecimiento de la firma en el negocio de sistemas, tanto para la modernización de edificios ya existentes como de nueva construcción. La nueva construcción permitirá los ensayos de homologación de ascensores componentes y maniobras y cuenta con un showroom en el que acercar a clientes nacionales e internacionales.

Wittur instaló su primera planta en Zaragoza en 2008 y hoy es un punto de

referencia para todo el Grupo. El Centro de Competencia se encuentra junto a esa factoría de fabricación, lo que acorta los tiempos de lanzamiento de nuevos productos. El Director Comercial de la empresa, **Miguel Ángel Corrales**, lo define como *"un gran laboratorio que permite hacer pruebas en procesos y tiempos reales"*.

La planta de fabricación de Zaragoza dispone de 40.000 metros cuadrados en sus instalaciones para la fabricación de componentes de ascensor y ascensores completos y con las nuevas instalaciones afronta el nuevo reto hacia la fabricación avanzada, introduciendo en sus procesos las TICs y nuevas tecnologías para conseguir satisfacer la complejidad y las variantes de los clientes europeos.

La nueva torre dispone de una sala panorámica de reuniones, que corona la edificación y que se está utilizando para impartir cursos de formación de la Wittur Academy, unidad de formación interna para la capacitación de los trabajadores y los clientes de los nuevos productos.■



El éxito de Expodrónica

2015 da origen a una segunda edición, más grande y ambiciosa

El éxito de Expodrónica 2015, la primera exposición de drones celebrada en Zaragoza los días 24 y 25 de septiembre, que ha sido visitada por más de 6.500 personas, 5.000 de ellos profesionales, ha superado todas sus previsiones. Apoyada en estas cifras, la Feria de Zaragoza va a organizar una segunda edición que incluirá los drones de tierra y mar para dar cabida al sector al completo.

La Feria ha demostrado representar un espacio único para la celebración de este encuentro, debido a que su ubicación y a los usos autorizados en ella, permite que convivan en un solo espacio las zonas de exposición y de vuelo de drones, tanto en el exterior como en el interior. Expodrónica 2015 ha situado a Zaragoza como referente absoluto del sector de los drones gracias a la innovadora tecnología de los expositores y el alto nivel técnico del I Simposio. "La convocatoria ha anticipado el despegue del sector de los drones y Expodrónica 2016 mostrará su dimensión más global al incluir los drones de tierra y mar", ha adelantado **Isabel Buatas**, directora de Expodrónica, tras firmar junto a **Manuel Teruel**, presidente de la Feria de Zaragoza y de la Cámara de Comercio, el acuerdo de celebración de la segunda edición de Expodrónica.

Esta segunda edición se celebrará los días 22, 23 y 24 de septiembre de 2016, y tendrá un carácter global. Además, Expodrónica 2016 se ampliará una jornada más para dar cabida a todos los públicos, además de ofrecer dos jornadas enteras exclusivas para el visitante profesional.

Expodrónica 2015 ha reunido a 71 expositores, entre los que se encuentran los principales fabricantes del mundo y las empresas de desarrollo más innovadoras. Entre las novedades más espectaculares que se han presentado en la Feria, destaca la tecnología de los Nanodrones, los drones más pequeños del mundo, dedicados tanto a fines recreativos como a aplicaciones de seguridad y emergencias, ya que permiten acceder a zonas inaccesibles por cualquier otro medio y en un tiempo record.■



Carlos Sanz culminó en Zaragoza su Proyecto 17 cimas

En agosto de 2014, **Carlos Sanz** y su hijo **Samuel**, afrontaban el primer reto del Proyecto 17 Cimas. Ellos esperaban ascender en dos años, a las 17 cumbres más elevadas de cada una de las 17 comunidades autónomas españolas. El proyecto se completó con éxito en 13 meses.

Para celebrarlo, amigos, simpatizantes y miembros de la Fundación Carlos Sanz se reunieron en una velada en el Hotel Boston, de Zaragoza. Como maestro de ceremonias actuó el polifacético **Luis Larrodера** y contó con la inesperada presencia del célebre comentarista deportivo **José María García**. Emotivas fueron las palabras del Presidente del Club de Montañeros de Aragón, **Ramón Tejedor**, quien vinculó la capacidad de renuncia con las entrañables vivencias en el montañismo. Igualmente fueron conmovedoras las palabras de reconocimiento de la Fundación Carlos Sanz dirigidas a los colaboradores que hicieron posible el proyecto: Gobierno de Aragón, Trangoworld, Corporación Aragonesa de Radio y TV, Heraldo de Aragón, Diario Marca y Montañeros de Aragón.

El Proyecto 17 cimas responde a una iniciativa para conseguir fondos destinados a becas para niños en riesgo de exclusión social. Durante las ascensiones, padre e hijo han sumado unos 300 kilómetros de travesía y 20.000 metros de desnivel. Por cada metro de ascensión, se ha destinado un euro al proyecto de becas. La intención de Carlos Sanz ha sido la de trasladar el mensaje de que *"con esfuerzo, sacrificio y voluntad se puede llegar hasta donde no somos capaces de imaginar"*.

La historia de Carlos Sanz es un ejemplo de lucha, de esperanza y compromiso. Trasplantado cuatro veces de hígado y con dos prótesis de caderas implantadas, impulsó en 2008 el nacimiento de la Fundación Carlos Sanz, organización sin ánimo de lucro creada para sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la donación de órganos para salvar vidas. Deportista nato, ha competido durante años en Campeonatos del Mundo para Deportistas Trasplantados logrando auparse a lo más alto del podio y consiguiendo numerosas medallas como atleta y nadador. ■



a + *b* =

¿Se extinguen las deudas por el paso del tiempo?



Efectivamente, las deudas se extinguen por el mero transcurso de tiempo, es lo que en términos jurídicos se conoce como prescripción. En estas líneas nos vamos a centrar en los plazos de prescripción que tienen una relación más directa con el ejercicio de la empresa y con el empresario. Los más relevantes, sobre todo por lo habitual de su alegación, serían los siguientes:

- > Las deudas **personales** prescriben con carácter general a los 15 años. Por ejemplo, la acción para exigir el pago del precio de una compraventa.
- > La acción **hipotecaria** prescribe a los 20 años.
- > Las acciones para exigir rentas periódicas como por ejemplo las **rentas de un alquiler**, prescriben a los 5 años.
- > Las acciones para reclamar **honorarios profesionales** prescriben a los 3 años, igual que las acciones para reclamar el precio de comida y habitación en hoteles y restaurantes.
- > La acción del transportista para reclamar el **precio de los portes** prescribe con carácter general en el plazo de 1 año.
- > La acción para que acreedores o socios exijan **responsabilidad a los administradores** de sociedades de capital (limitadas y anónimas) prescriben a los 4 años.
- > La acción para reclamar las **deudas documentadas** en letras de cambio, cheques y pagarés prescriben a los tres años si se trata de reclamar al firmante o aceptante; al año si se trata de reclamar a los endosantes o al librador; y a los seis meses si un endosante tiene que reclamar frente a otro endosante.

A pesar de lo señalado, es conveniente aclarar que los plazos de prescripción pueden interrumpirse, y vuelven a contar de nuevo desde el principio, mediante la reclamación extrajudicial al deudor por cualquier medio fehaciente, o mediante la presentación en el Juzgado de una papeleta de conciliación o de una demanda judicial.

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

Envíe sus preguntas a consultas.panorama@kalibo.com





Empresas energéticas aragonesas se asocian para competir en los mercados nacionales e internacionales

La asociación cuenta con medio centenar de ingenieros especialistas y otros tantos instaladores, que aportan una oferta tecnológica imbatible

Trece empresas aragonesas relacionadas con el mundo de la energía y de la eficiencia energética, han creado la asociación Aragón Energética con el objetivo de situar conjuntamente en el mercado una oferta de servicios que compita con grandes grupos de ámbito nacional e internacional.

Esta integración ha sido tutelada por el Centro Europeo de Empresas e Innovación, CEEI, y el Instituto Aragonés de Fomento. El nacimiento de Aragón Energética ha venido impulsado por un elevado número de empresas relacionadas con la eficiencia energética que trabajaban y trabajan en CEEI Aragón. Según nos comenta Luis Solsona, presidente de esta asociación, *"hacía tiempo que flotaba en el ambiente la idea de reunir a las empresas dedicadas a la eficiencia energética bajo una enseña que nos permitiese competir en el mercado y defender mejor nuestros intereses comunes"*.

Con este objetivo y el apoyo del Instituto Aragonés de Fomento, nació Aragón Energética aglutinando a todas las empresas especialistas en energía y, sobre todo, en eficiencia energética. Su objetivo es ofrecer servicios especializados únicos en la comunidad aragonesa, además de poder realizar proyectos a nivel nacional y participar en licitaciones internacionales.

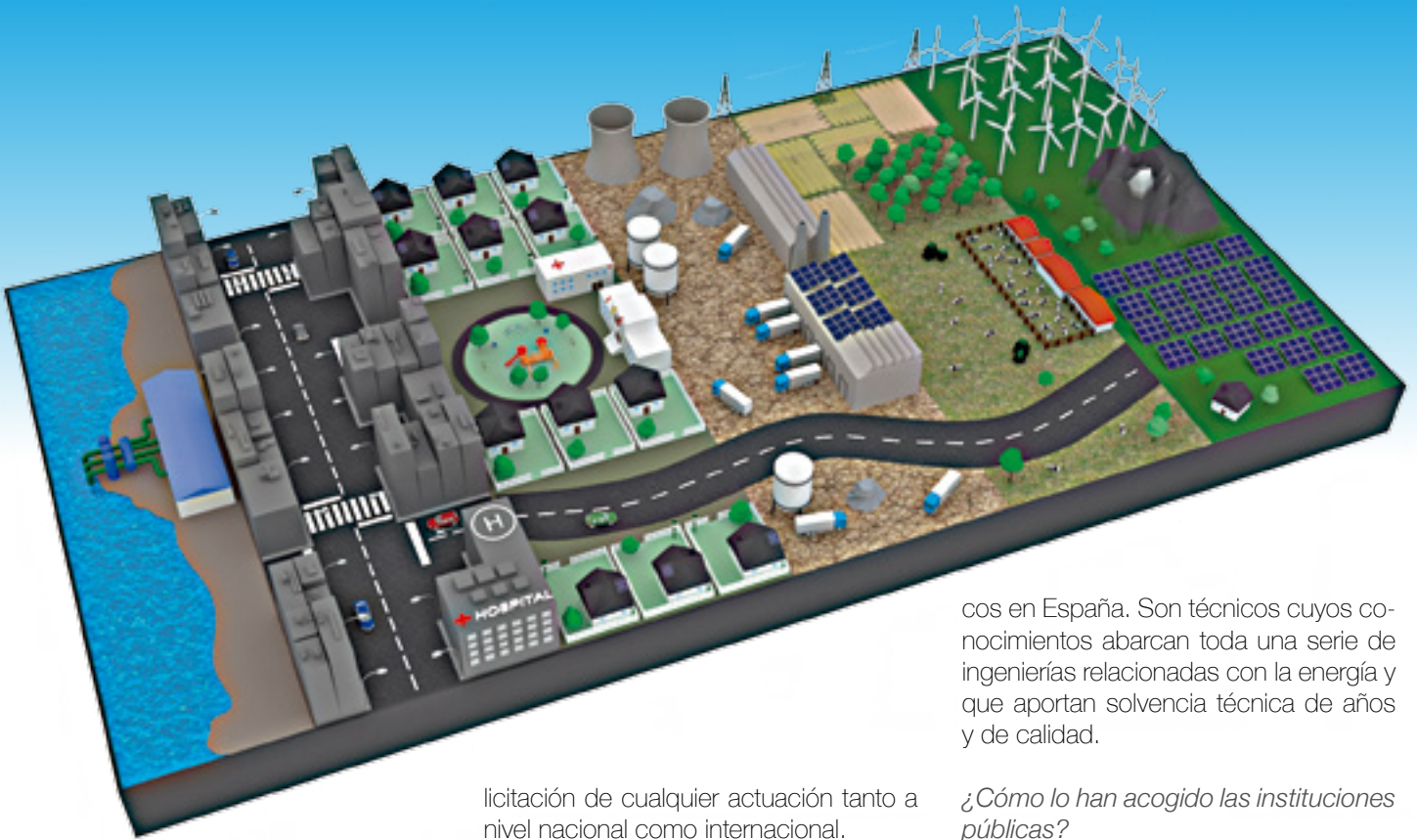


>Luis Solsona Presidente de Aragón Energética.

En estos momentos, la asociación Aragón Energética está formada por 13 empresas, aunque la lista de incorporaciones sigue abierta. Sus promotores han fijado un objetivo posible: integrar 30 empresas especialistas en energía y eficiencia energética.

Estas empresas ponen en el mercado la profesionalidad de más de medio centenar de ingenieros especialistas en todo tipo de proyectos e instalaciones, 60 ins-

taladores, software de gestión y control y tecnologías propias o comercializadas en exclusiva. Luis Solsona, afirma que estas empresas *"han demostrado su solvencia técnica durante años y están sujetas a los estrictos criterios de calidad exigidos por la asociación"*, subrayando que Aragón Energética, *"dispone de una inmejorable capacidad de análisis, ingeniería, soluciones energéticas, instalación y mantenimiento para dar respuesta a cualquier petición de nuestros clientes"*.



¿Qué requisitos necesita reunir una empresa para pasar a formar parte de Aragón Energética?

> Solicitarlo, demostrando que tiene experiencias y desarrollos susceptibles de ser considerados como valor para los clientes y mercados. Eso excluye a aquellas empresas que no tengan detrás una ingeniería soporte. Todas las empresas que forman Aragón energética tienen departamento de ingeniería que desarrolla proyectos complejos y que, por ello, aportan propuestas de valor al cliente y al mercado.

“Nosotros podemos poner sobre la mesa 60 currículums de ingenieros con experiencia en actuaciones energéticas y con solvencia técnica de años. Nadie en Aragón puede dar eso”

¿Los primeros pasos que han dado les permiten ser optimistas de cara al futuro próximo?

> La consolidación del grupo ha configurado sinergias que nos hacen ser más competitivos y nos distingue por la calidad de las soluciones que aportamos a nuestros clientes. Las empresas que hoy forman Aragón Energética ya constituye un bloque capaz acudir a la

licitación de cualquier actuación tanto a nivel nacional como internacional.

¿Cuántas asociaciones funcionan en Aragón con una oferta similar de servicios?

> En esta Comunidad Autónoma no existe ningún otro grupo tan compacto y, lo que es más importante, con tantos ingenieros e instaladores. Con este equipo humano intentaremos luchar en igualdad de condiciones con nuestros competidores que son grandes empresas eléctricas y gasísticas. Nuestro objetivo es que las multinacionales españolas y extranjeras que puedan venir a competir, se encuentren con un grupo

que está dispuesto a pelear y que tiene argumentos sólidos para hacerlo.

¿Cuál es la propuesta diferencial que aporta su asociación?

> La profesionalidad, el nivel técnico. Nosotros podemos poner sobre la mesa 60 currículums de ingenieros con experiencia en actuaciones energéticas. Nadie en Aragón puede dar eso y po-

cos en España. Son técnicos cuyos conocimientos abarcan toda una serie de ingenierías relacionadas con la energía y que aportan solvencia técnica de años y de calidad.

¿Cómo lo han acogido las instituciones públicas?

> Ya hemos mostrado a estas instituciones la formación del grupo y sus objetivos. De momento, las ayudas son mínimas. En Aragón, la protección y apoyo a las empresas aragonesas son, históricamente, nulos. Las licitaciones convocadas por instituciones aragonesas no cuentan con ningún elemento protector y se las están llevado empresas de fuera que, en muchos casos, consiguen las licitaciones con precios por debajo del convenio global.

La operativa

¿Cuáles son las estructuras operativas de su grupo?

> La asociación se encuentra aún en un proceso embrionario, ya que aún no tenemos un año de vida y carece de todo tipo de ayuda institucional. Como no tenemos ninguna clase de subvención pública y hemos nacido en un momento de restricciones financieras, funcionamos con un esquema muy básico. Intentamos crear mesas de trabajo formadas por dos o tres empresas y cada una de ellas trata de trabajar en un campo. Una está encargada de detectar las oportunidades de licitaciones y de concursos públicos; otra es una mesa de estrategia y otra intenta establecer contactos para que se nos vaya conociendo más en todos los mercados.

¿Qué deben hacer las empresas que quieran contactar con Aragón Energética?

> Tenemos una web básica de inicio, www.aragonenergetica.com, diseñada para vender y en las que aparecen nuestros teléfonos y conexiones. A través de ellas, las empresas potenciales clientes pueden contactar con nosotros. En función de las actuaciones que demanden, las empresas del grupo pueden darles las iniciales coberturas.

Reconoce usted de la falta de ayudas institucionales a las empresas. ¿Cuál sería la primera petición que haría su asociación?

> Una esencial y que no supone consignaciones presupuestarias: la lucha contra el intrusismo profesional. Denunciamos que nadie adopta la menor medida para atajarlo. Es el primer apoyo que piden nuestras empresas, que pagan en Aragón sus impuestos y que tienen plantillas formadas por trabajadores que viven en Aragón. Nos encontramos con instaladores de gas que son fontaneros que no poseen ni el carnet para el manejo del gas. Había que tomar medidas severas contra al intrusismo.

“Lo primero que pedimos a las instituciones es que luchen contra el intrusismo profesional ya que aquí nadie adopta la menor medida para atajarlo”

Vemos que no sólo hay intrusismo profesional, sino también intrusismo empresarial. ¿Cómo se puede luchar contra éste?

> Identificando las empresas que no son profesionales de las que no lo son. Tenemos claro que en el mercado tiene que haber una competencia sana. Sin embargo, en el mercado hay muchas empresas que ofertan trabajos seguros y soluciones financieras que no son de su especialidad. Eso sí que es competencia desleal. Hay muchos casos en los que una empresa que vende electricidad o gas y que, al mismo tiempo, propone medidas de ahorro.

El ahorro en la factura energética parece que es una de las preocupaciones más extendidas en el mercado energético, tanto por parte de las empresas como de los particulares. ¿También son las soluciones más demandadas de los clientes de Aragón Energética?

> Es una oferta muy importante de los servicios que desarrollan nuestras empresas. Nuestras empresas asociadas realizan proyectos de eficiencia energética con soluciones para el ahorro energético residencia, el industrial, de los servicios públicos, y el agrícola y ganadero. La posibilidad de ahorrar energía tiene una motivación económica y también medioambiental, porque se reducen las emisiones contaminantes. Nosotros queremos transmitir a los clientes que la actuación en este campo del ahorro no es fácil, sino que es un ciclo que comprende varias fases. La primera, detectar el problema que tiene este cliente, que forma parte de la consultoría. Luego, hay que implementar las soluciones tecnológicas que pueden corregir el problema con las instalaciones adecuadas y, aún existe una tercera fase que es establecer el mantenimiento adecuado para el funcionamiento de esas instalaciones. Con todo ello, nosotros estimamos que el potencial de ahorro puede estar comprendido entre el 10% y el 20%, lo que supone recortar la factura de los consumos en muchos millones de euros.■



RESIDENCIAL



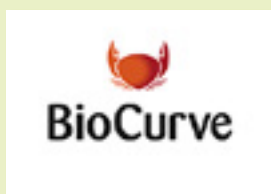
INDUSTRIAL



SERVICIOS Y SECTOR PÚBLICO



AGRÍCOLA Y GANADERO



La preocupación por la empresa la llevamos en nuestro ADN



Hace más de una década, KALIBO se consolidó como una correduría pionera en seguros para empresas. Hoy cuenta con un equipo profesional que orienta desde la elección de la póliza más adecuada para su empresa hasta el asesoramiento y ayuda que se presta cuando se produce un siniestro. Para conocer esta forma de gestión, reunimos en una tertulia de redacción a los responsables de los seguros de empresa de KALIBO. Junto con Miguel de las Morenas, director general, estaba su equipo de trabajo de Empresas, Óscar Sanz, Elena Pascual, Javier Crespo, Federico Pardo y Fernando Baquero.

PANORAMA *Parece obligado comenzar analizando cuáles han sido los efectos más acusados que ha dejado la crisis económica en el mercado del seguro de empresas.*

MIGUEL DE LAS MORENAS La crisis está afectando el seguro de empresas de la misma forma que ha afectado a las propias empresas. Ante una caída de la actividad industrial, ha habido también una caída de la actividad aseguradora y, por lo tanto, una disminución del mercado del seguro.

PANORAMA *¿Por qué el empresario español considera que las inversiones y partidas destinadas a la seguridad son de rango inferior a otras partidas destinadas al funcionamiento de su negocio?*

ÓSCAR SANZ Porque la seguridad no aparece como una necesidad inmediata. El empresario necesita hacer gastos e inversiones en sus instalaciones para no detener su actividad productiva, tales como la energía, las materias primas, etc. y las contempla como una necesidad inmediata. Por el contrario, hay otras inversiones, como los seguros, que los conceptúa como una necesidad a medio plazo, ante el supuesto de que se produzca una circunstancia de siniestro, nunca como una necesidad apremiante y decisiva para la continuidad de su actividad.

PANORAMA *¿Cómo convencer a esos empresarios de que las inversiones en seguridad son una necesidad inmediata?*

M. de las M. Nuestra obligación es demostrar que los seguros no son un gasto sino una inversión a medio y largo plazo. Tendremos que añadir un argumento más y es que la falta de un seguro puede resultar fatal para la continuidad del propio negocio. Puede que un siniestro no colapse la actividad de una empresa, pero puede ocurrir que, como consecuencia del siniestro, la empresa pierda clientes, reduzca mercado y que, al final, le lleve a su desaparición.

PANORAMA *¿Esa falta de motivación es permanente o es pasajera y temporalmente vinculada a una crisis como la que acabamos de atravesar?*

M. de las M. Es una cuestión de conceptos. En el tema de los seguros, la mentalidad



española es diferente que la que pueden tener los habitantes de otras latitudes. En España, el seguro siempre está en segundo plano, se le conceptúa como un gasto y, por tanto, hay que eliminarlo en momentos de crisis y nunca se le considera como una inversión. Invertir en seguridad no es un comportamiento frecuente en España. Hay una carencia total de cultura aseguradora en España, comenzando por el seguro de la propia persona y continuando por la propia empresa.

En el ADN

PANORAMA *¿Cómo se explica que, a pesar de estos condicionantes históricos y de la crisis actual, KALIBO mantenga su especialización en los seguros de empresa?*

O. S. Sencillamente: porque lo llevamos en nuestro ADN. Nosotros somos especialistas en empresas y eso nos permite ir siempre un paso por delante de la competencia. Durante toda nuestra trayectoria empresarial hemos tratado no sólo de estar en la vanguardia y en primera fila, sino que hemos intentado estar un paso por delante. Cuando un producto nuevo ha aparecido en el mercado, siempre hemos intentado ser los primeros de traerlo a nuestra área geográfica. Hace diez años fuimos los primeros en comercializar el seguro de consejeros y directivos, cuando absolutamente nadie de nuestra área geográfica sabían ni siquiera que eso existía. Lo mismo nos ocurrió con los seguros de responsabilidad civil profesional, cuando realmente estábamos en unos tiempos en los que las compañías no los ofrecían y tuvimos que ir a las sedes centrales de aseguradoras para traer a Aragón ese tipo de seguros técnicos.

PANORAMA *¿Ha servido su ADN para que el departamento de empresas se haya consolidado como un elemento decisivo sobre el que gira la actividad de KALIBO?*

M. de las M. El departamento de empresas es la especialidad de nuestra correduría. El resto de los seguros que comercializamos, sobre todo el seguro de automóviles y particulares no requiere de una especialización ni demanda muchos conoci-



Miguel de las Morenas

"El seguro es una inversión a medio-largo plazo. No contar con él o tenerlo con coberturas no ajustadas, puede resultar fatal para la continuidad del negocio"

tos para su distribución. En cambio, todo lo relacionado con la empresa está muy especializado y requiere un nivel de profesionalización y preparación distintas. Si queremos salirnos de la órbita de nuestros competidores, concretamente de internet o de la banca, que están básicamente especializados en la venta masiva de seguros del automóvil, tenemos que hacer cosas distintas que requieran de un asesoramiento. Nosotros, y otras corredurías como la nuestra, somos los únicos que estamos capacitados para asesorar a un cliente, cosa que no ocurre con otros canales de distribución de seguros. Nuestro personal está preparado para asesorar, para atender siniestros y para cualquier emergencia que se pueda presentar en una empresa, cosa que no ocurre con los empleados de los otros canales. Un empresario no puede comprar un seguro de empresa a través de internet y sin el asesoramiento de alguien que le explique de arriba a abajo lo que está comprando.

FEDERICO PARDO Al fin y al cabo, comprar un seguro es hacer un contrato y no es comprar un papel que dice lo que dice cuando te lo están vendiendo, por el que pagas un recibo y ahí se ha terminado todo. Los grandes rastreadores por internet, intentan entrar en el mercado de empresas pero es una labor que precisa asesoramiento personal y especializado. El cliente de empresa necesita un gestor o un equipo de trabajo, que conozca a la perfección el mundo del seguro y las relaciones con las aseguradoras.

JAVIER CRESPO La venta de un seguro de empresa exige al agente meterse en la piel del cliente para conocer cuáles son en realidad sus necesidades. Una vez detectadas, tratamos de transmitir a nuestro cliente cuáles son las posibles incidencias que se pueden presentar en un momento determinado. Lo que nos diferencia de la actuación de otros canales es que nos metemos en la piel de nuestro cliente.



Óscar Sanz

"Todo lo relacionado con la empresa requiere un nivel de especialización. Somos especialistas en empresas y eso nos permite ir siempre un paso por delante de la competencia"

Los peligros que acechan

O.S. Cuando hablamos de especialización en el seguro de empresas hay que advertir que uno de los mayores peligros que se ciernen en estos momentos sobre el mercado asegurador es el hecho de que determinados seguros de carácter muy técnico se están comenzando a tratar por medio de operadores como seguros generalistas. Ahí se pierde toda la capacidad de asesoramiento y de adaptación del producto a las necesidades concretas del asegurado. Cuando un seguro para directivos o un seguro de responsabilidad profesional lo está vendiendo un banco como un simple aditivo a una línea de crédito, ese seguro ha perdido su esencia, porque la persona del banco que lo está vendiendo en lo último que está pensando es en las necesidades concretas que tiene su cliente.



Javier Crespo

“Es imprescindible conocer al cliente, escucharle y saber cuales son sus necesidades, sus preocupaciones, sus debilidades y sus expectativas”

PANORAMA *¿Qué es lo que diferencia esa forma de actuar con la que emplea KALIBO?*

J. C. La gran diferencia reside en que, lo primero que hacemos nosotros cuando contactamos con un cliente no es intentar venderle una póliza, sino conocerle. Hablar con él, escucharle, saber en qué consiste su empresa, cuáles son sus problemas, sus puntos débiles, sus preocupaciones y sus expectativas. De esa conversación, y del conocimiento que nos proporciona, es con lo que elaboramos un seguro acorde con sus necesidades reales. Nuestro proceso no es tanto seducir al potencial cliente para que nos compre un seguro, sino ser capaces de entenderle, conocer aquello que puede necesitar y tener la capacidad técnica de elaborar una solución para esas necesidades concretas.

PANORAMA *No parece un camino muy complicado*

J. C. En algunas ocasiones es difícil que un cliente se deje aconsejar y que analice nuestra propuesta para hacerle "un traje a medida". En muchas ocasiones nos encontramos con un cliente que lo primero que está pensando es cuánto le va a costar lo que le vas a proponer. Eso dificulta mucho las cosas. Comenzar por el precio hace el proceso más laborioso. Nosotros queremos que el cliente sepa que estamos de su lado y que nos debe contar todo lo que nos permita hacerle un traje a medida, para ayudarle y defenderle llegado el momento.

F. P. Suele existir un problema de base y es que, en muchas ocasiones, nos encontramos con algunos empresarios que desconocen de partida cuál es el valor de sus activos y no lo saben por qué nuestro sector de intermediación ha trabajado a precio. El cliente está acostumbrado a recibir mucha oferta, pero pocos dictámenes de un especialista. Lamentablemente, por regla general, el cliente está acostumbrado a escuchar precio y a no escuchar otro tipo de especificaciones del contrato de seguro.

PANORAMA *¿Qué significa "trabajar a precio"?*

E. P. La crisis económica ha afectado al mundo de los seguros en su preocupación por el precio. Se presta una excesiva importancia al precio de la póliza y no se tiene en cuenta cuáles son los demás factores esenciales que le acompañan, como es un estudio de los riesgos que cubre. Si nos dejamos llevar sólo por el precio, estamos haciendo un flaco servicio al cliente. Nuestra labor consiste en ofrecer las mejores prestaciones al cliente adaptadas siempre a su tipo de actividad.

J. C. Es cierto que en un seguro de empresa hay muchas garantías que son desconocidas por el cliente, por la sencilla razón de que nadie se las ha explicado. En nuestro sector se sigue trabajando mucho por el amigo, en lugar de por el profesional, que debe ser la persona que le va a asesorar y ayudar en los momentos decisivos. Nuestros seguros de empresa están apoyados por gabinetes de ingeniería, de asesoría jurídica y de profesionales que, en un momento dado, nos pueden asesorar. Nosotros solos no podemos conocer todos los contenidos, sino que nos tenemos que apoyar en otros profesionales que nos ayudan a realizar nuestra labor en las mejores condiciones.

M. de las M. En estas cuestiones, nosotros seguimos apostando por Kalibo Consultores, plataforma desde la que prestamos nuestros servicios de tasación y valoración de activos para las empresas. Una herramienta que nos permite optimizar los costes aseguradores de nuestros clientes con objeto de contar con una póliza equilibrada en capitales, coberturas y primas. En Kalibo Consul-



Elena Pascual

“Se da excesiva importancia al precio de un seguro y no se tienen en cuenta otros factores como los activos del negocio y los riesgos que cubre”

tores trabajamos para incorporar más servicios que aporten valor añadido al tejido empresarial.

PANORAMA *¿Qué otras relaciones pueden facilitar el asesoramiento del cliente?*

F. P. Ponemos al servicio del cliente nuestra experiencia adquirida a través de la especialización de todos estos años que llevamos en el mercado. Esta experiencia nos permite adelantarnos a un posible siniestro con objeto de cerrar las pólizas de la forma más completa posible y con un correcto asesoramiento al cliente.

O. S. Hay dos momentos en los que tienes que estar al lado del cliente. Uno, es cuando tratas de conocer sus necesidades para arbitrar las soluciones concretas a su caso, pero hay un segundo momento, que es cuando sucede un siniestro. Entendemos y lo aplicamos así que, cuando un cliente sufre un siniestro importante no basta con llamarle por teléfono ni con oírle atentamente lo que te cuenta, no basta con emitir un correo a la compañía, sino que tienes que coger el coche, irte a la industria y estar con él, ayudándole cuando le puedas ayudar, ofreciéndole soluciones cuando las tengas en tu mano y, desde luego, dándole cobijo y calor. En nuestra organización hay una plantilla de cinco personas encargadas exclusivamente de atender a cada siniestro y ha habido casos en que hemos estado con el cliente antes de que llegase el perito demostrando ese calor humano.

M. de las M. Lo habitual en nuestra correduría es que, cuando ocurre un siniestro grave, complicado o distinto, nos reunamos en esta misma mesa las cuatro o cinco personas que representan a la parte comercial, la parte técnica y la de siniestros, donde se plantean soluciones, se toman decisiones y sobre cómo vamos a ayudar a ese cliente. De aquí salen las ideas que, posteriormente, hacemos valer ante la compañía. Hay que tener en cuenta que las compañías de seguros son entes que tienen personas que atienden todos los días cientos de siniestros y que somos nosotros los que tenemos que vigilar a esas compañías. Un cliente carece de capacidad técnica para dialogar y rebatir estas cuestiones con la compañía aseguradora y hay que apoyarse en profesionales externos que ayudan a entender determinadas circunstancias. Nuestro papel en ese momento es fundamental. El que un cliente nos pueda comunicar lo que ocurre y nosotros lo podamos interpretar y hacerérselo ver a la compañía, es trascendental para la resolución del problema.

Otros seguros

PANORAMA *¿Cuáles son los nuevos productos aseguradores que ha incorporado KALIBO a su catálogo?*

M. de las M. En KALIBO siempre nos ha gustado estar al día. Desde siempre hemos mantenido una actitud investigadora para comercializar tipos de seguros de actividades difíciles de encontrar en nuestra área geográfica. Las soluciones las aportaban algunos corredores de seguros que venían de fuera, singularmente norteamericanos. Estamos hablando de 10-12 años y fue cuando comenzamos a viajar y a conocer compañías de seguros y a sus profesionales, lo que nos abrió muchas puertas y despachos conociendo nuevos productos, distintos a los tradicionales. Las novedades no llegaban a Zaragoza, sino que se quedaban en Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia y en alguna otra plaza más, pero no transcendían aquí.

PANORAMA *¿Cuáles son esos productos que fueron novedosos y que han mantenido su actualidad y que siguen teniendo recorrido para el mundo empresarial?*



Federico Pardo

“Lamentablemente, por regla general, el cliente está acostumbrado a escuchar precio y no otro tipo de especificaciones del contrato de seguro”

J. C. Una novedad en ese periodo fue el Seguro de Consejeros y Directivos. Un seguro que hace 10 años era difícil de divulgar por dos motivos: el primero, porque no veían la necesidad, ya que en tiempo de bonanza uno cree que nunca va a pasar nada y, segundo, porque la primas eran desorbitadas, casi diez veces más que las actuales. Ahora es un producto tan generalizado que cualquier compañía generalista te lo ofrece. Hace diez años, cuando era novedoso, KALIBO estuvo allí y ahora son las compañías nos piden asesoramiento sobre el producto.

PANORAMA *La globalización de la economía y el fuerte crecimiento del comercio internacional ha incrementado los viajes de las empresas por todo el mundo. ¿Cómo ha respondido KALIBO a esta nueva demanda de seguros para viajes profesionales?*

O. S. Podemos decir que el seguro de Asistencia en Viaje que tenemos en convenio con la Cámara de Zaragoza es un invento de KALIBO. Comenzamos por buscar las coberturas más amplias que existían en el mercado para la asistencia en viaje que en aquellos momentos solamente se daban para pólizas colectivas y para grandes empresas y buscar la fórmula para que esas mismas coberturas se pudieran dar para una sola persona que viaja. Eso era lo que no existía y que KALIBO puso en marcha y que podemos decir que "reinventó".

PANORAMA *¿Cómo se consigue adecuar un producto que está en el mercado a las circunstancias y necesidades de cada momento?. ¿Como se consigue dar los mismos servicios y prestaciones sin que el coste haga desistir al cliente? ¿Qué exigen las compañías de seguros de una correduría para darle la gestión de un producto?*

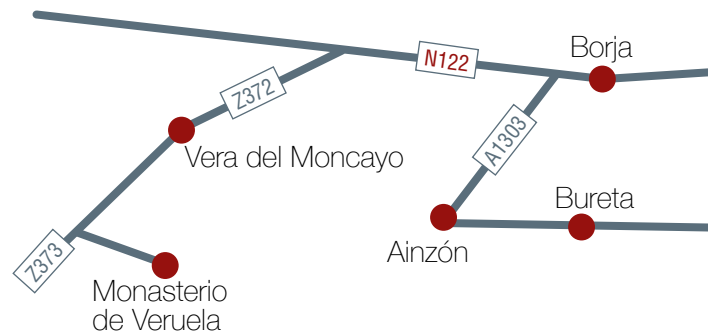
M. de las M. Una compañía no saca al mercado una novedad si no está convencida de que la propuesta ha sido bien estudiada y que su estructura empresarial es capaz de ponerla en el mercado, porque conoce a las personas que están trabajando en ese apartado y tiene las experiencias de otros trabajos realizados en común. Una compañía aseguradora no pone en manos de cualquier correduría un producto de estas características, sino que analiza la profesionalidad de esa correduría. Nosotros hemos trabajado con estas compañías muchos años y saben como trabaja la plantilla de KALIBO en todas las circunstancias.

PANORAMA KALIBO *ha demostrado tener una plantilla de personal muy preparado que trabaja continuamente en la preparación de nuevos productos. ¿Pueden adelantarnos en qué están trabajando en estos momentos?*

O. S. Estamos trabajando en todos los temas relacionados con las nuevas tecnologías, concretamente en el tema de Ciber Riesgos. Hoy, gran parte de la riqueza y del patrimonio de una empresa no se puede configurar de una forma física, sino que es información que se mantiene en el espacio virtual a través de mil y un sistema de almacenamiento, ya sea en servidores propios o en la nube. Para ellos hay que buscar formas de valorar las indemnizaciones que deben compensar el patrimonio de las empresas, desde el punto de vista de la responsabilidad civil (y ahí tiene una incidencia mayor todo lo que tiene que ver con la protección de datos, ya que trabajamos con información que es susceptible de perderse o dañarse, de generar un daño) y desde el punto de vista de recuperación de la información que será equivalente al daño material cuando estamos hablando del espacio virtual.■



Ruta del vino en el imperio de la Garnacha



Un paisaje de cambiantes altitudes y microclimas, poblado por una vegetación diversa, con el viñedo como distintivo, atravesado por una tupida red de senderos balizados, cascos urbanos y bodegas que guardan en sus entrañas la secular cultura del vino, son los atractivos de la Ruta del vino más concurrida de Aragón.

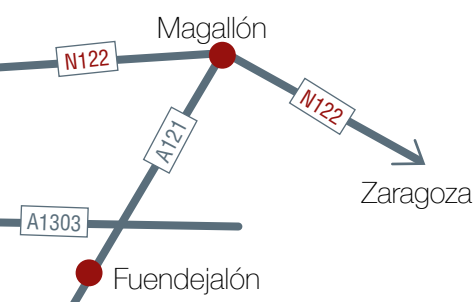
El paisaje sorprendentemente diverso del Campo de Borja desciende suavemente desde el Moncayo, la mayor altura de la Cordillera Ibérica, hasta las mismas orillas del Ebro. En ese espacio vertebrado por el río Huecha, formado por suelos idóneos para el cultivo de la vid, el visitante puede vivir y degustar con intensidad todas las complejas expresiones del mundo del vino.

La Ruta del Imperio de la Garnacha es el hilo conductor para moverse entre los viñedos, visitar bodegas, hacer catas y vivir con intensidad todo el legado histórico, artístico y cultural que ha esculpido el vino. Toda la comarca es una fórmula total y completa de la actividad vitivinícola y una expresión integral de una vida plena y humana que el "Imperio de la Garnacha" regala a los que le visitan.

El vino es un quehacer complejo y amoroso, una cadena que vincula a las poblaciones y los paisajes a ese quehacer. El visitante puede conocer los monasterios donde arrancó el complejo oficio del vinatero, los monjes que lo iniciaron, los lugares donde se plantaron los viñedos hace 800 años, las bodegas donde se estruja y completan su crianza vinos de altísima expresión.



►El Moncayo, vigilante de los viñedos de la DO Campo de Borja.



La Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, nació en 2009, promovida por la Comarca y el Consejo Regulador de la DO Campo de Borja.

Tiene su sede en la calle Nueva nº 6. 50540 Borja (Zaragoza)

Tel. 662614505

info@larutadelagarnacha.es

www.larutadelagarnacha.es

www.facebook.com/larutadelagarnacha

www.twitter.com/@rutagarnacha

Engastados en este paisaje se encuentran monumentos históricos y huellas artísticas de enorme valor. La Ruta de la Garnacha ha sido declarada Espacio de Interés Turístico de Aragón como reconocimiento a "su singularidad propia y extraordinario valor cultural y medioambiental". El año pasado, 2014, fue la ruta más concurrida de Aragón, ya que recibió a más de 52.000 visitantes.

El éxito se debe a una labor conjunta de casi 40 establecimientos, de la propia DO Campo de Borja creada en 1980 y Comarca Campo de Borja. En el proyecto se han implicado bodegas, restaurantes, alojamientos, enotecas, empresas de aventura, centros de interpretación, que han diseñado una ruta de sorprendentes vivencias.

Fruto y reconocimiento de esta labor conjunta de instituciones públicas, bodegas y entidades es que la DO Campo de Borja organizará la próxima edición del certamen Garnachas del Mundo, en 2016. Se trata de un certamen de referencia mundial, en el que los mejores jueces internacionales se reúnen para catar, valorar y evaluar vinos de garnacha de todo el mundo y que se celebrará en el entorno histórico y bellísimo del Monasterio de Veruela.

La naturaleza

Uno de sus más importantes atractivos a vivir en la ruta es su sorprendente naturaleza. La comarca se manifiesta con una sugestiva variedad de paisajes, comenzando por el Parque Natural del Moncayo, que desde su altura vigila los viñedos y que reúne una sobresaliente variedad de especies arbóreas. En sus faldas se encuentra el Monasterio de Veruela, cuna de la vocación vitivinícola de la comarcas y que alberga el Museo del Vino. A partir de ahí, el paisaje va descendiendo lentamente hacia el

Ebro, salpicado con infinidad de especies arbóreas donde se mezclan los sotos naturales del río Huecha, el bosque mediterráneo de Ambel, Tabuena o Talamantes, pinares, encinas y olivos. El viajero se siente impresionado por la sorprendente diversidad de vegetación que va desde estancas de aguas apacibles hasta estribaciones como el Santuario de Misericordia.

Esta paleta de variedad de colores naturales compone un lienzo de varios colores comunicados por una tupida red de 300 kilómetros de senderos balizados y señalizados para uso senderista o cicloturista y que están adaptados a toda clase de viajeros. La Ruta de la Garnacha ha sido reconocida por los expertos como una de las rutas más accesibles y socialmente responsables de las rutas enológicas de España.



>Bodegas familiares en las laderas de la ciudad de Borja.

Los vinos

Enclavados en ese paisaje, se encuentran los viñedos que son el emblema de esta comarca. Los monjes de Veruela plantaron aquí sus primeras viñas hace 800 años y su abad las donó al pueblo de Magallón. Ocho siglos de vendimias y vinos reconocimiento de la calidad de sus suelos y la luminosidad de los cielos del Campo de Borja. Algunos de estos viñedos actuales en producción fueron plantados a finales del siglo XIX, lo que es una muestra viva de la idoneidad natural para el cultivo de la vid.

La Denominación de Origen Campo de Borja cuenta hoy con un patrimonio vitícola de 5.000 hectáreas. Son viñedos a distintas alturas y cambiantes microclimas. Estas diferencias confiere a sus caldos distintos matices en este Imperio de la Garnacha.

La zona más alta, la situada en las estribaciones del Moncayo, es el lugar donde se producen vinos finos y elegantes. Un poco más bajos, entre los 450 y los 550 metros de altitud, se localizan viñedos en laderas y fincas expuestas al sol, es el lugar donde nacen vinos complejos, intensos y carnosos. Finalmente, en la zona más baja, donde antes madura la uva, es donde nacen unos vinos cálidos de intensos aromas frutales y paladar carnosos.

Las bodegas atesoran verdaderas joyas de vinos de la variedad garnacha, de acusada personalidad y equilibrados. Son vinos de intensos aromas frutales y paladar carnosos. En ellas también se elaboran y crían vinos ligeros y frescos con las variedades Macabeo y Chardonnay, sin olvidar unos rosados de precioso color y aromas frutales.

Arte e historia

La capital de la comarca es Borja, un núcleo que añade a los atractivos del recorrido por viñedos y bodegas un importante legado histórico y artístico. Sus calles, plazas, museos y edificios religiosos y civiles le han hecho acreedora de la categoría de Conjunto Histórico Artístico.

La ciudad de Borja ofrece una rica variedad de edificios de tradición mudéjar, como la Colegiata de Santa María, antiguas juderías y torres mudéjares, ermitas románicas y hasta poblados de la Edad del Hierro.



>Monasterio de Veruela, corazón de la Ruta de la Garnacha.

El Monasterio de Veruela, que alberga en su interior el Museo del Vino del Campo de Borja, es una de las maravillas arquitectónicas de esta ruta del vino. Paseando por los diferentes municipios, el arte salta de la I Época del Hierro (Yacimiento de Burrén), a la Judería de Borja o al mudéjar aragonés de la Iglesia de Santa María en Magallón. Pero sin duda, el exponente arquitectónico popular por excelencia, son las históricas bodegas en cerro, que pueblan los cabezos cercanos a los municipios, donde las familias llevan siglos conservando el vino.

Bodegas visitables

Bodegas Borsao, Bordejé, Crianzas y Viñedos Santo Cristo, Ruberte, Aragonesas y Pagos de Moncayo están adheridas a la ruta enoturística Ruta de la Garnacha. Todas ellas y entre semana, incluido el sábado por la mañana, son visitables en los horarios establecidos para ello y que se pueden consultar en las direcciones que acompañamos. En fin de semana y festivos las bodegas no están abiertas sin embargo siempre hay una bodega visitable (de guardia).

Bodegas Aragonesas

Fuendajalón. Ctra Magallón s/n.
Tls. 976 862 153 Ext. 6 (tienda) 646 634 251
Tl. reservas 976 862 153
Web www.bodegasaragonesas.com

Bodegas Borsao

Borja. Ctra. N-122, km. 63
Tl. contacto 976 867 116
Web www.bodegasborsao.com
Mail reservas info@bodegasborsao.com

Bodegas Santo Cristo

Ainzón. Afueras, s/n.
Tls. 976 869 696 (Bodega) / 616 807 312 (E. Egomundos)
Web www.bodegas-santo-cristo.com
Mail reservas info@bodegas-santo-cristo.com

Bodegas Bordejé

Ainzón. Ctra. Borja - Rueda, km. 3
Tls. 976 868 080 / 699 462 632
Web www.bodegasbordeje.com
Mail reservas ainzon@bodegasbordeje.com

Bodegas Ruberte

Magallón. Avda. La Paz, 28 / Tenor Flea, s/n.
Tls. contacto: 976 858 063 / 625 603 960
Web www.bodegasruberte.com
Mail reservas info@bodegasruberte.com

Bodegas Altos del Moncayo

Vera de Moncayo. Ctra. Z-372, km. 1,6
Tls. 976 900 256 / 687 992 660
Web www.pagosdelmoncayo.com
Mail reservas info@pagosdelmoncayo.com

Paisaje para después de una batalla

El último Informe Económico de Aragón, editado por la Fundación Basilio Paraíso de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza e Ibercaja, recoge la marcha de la "post-crisis".

La principal novedad de esta edición ha sido el estudio sobre la relación entre la crisis y la productividad de los trabajadores de las empresas aragonesas. Para el estudio se ha analizado una muestra de casi 18.000 empresas (Sociedades Anónimas y Sociedades Limitadas) con sede en Aragón, durante el periodo 2000-2013. La productividad se ha calculado como el valor

añadido generado en promedio por un trabajador de cada empresa.

La productividad media para todo el periodo analizado fue de 38.550€ por trabajador. Si se distingue entre periodo pre-crisis (2000-2007) y crisis (2008-2013), la productividad apenas varía, pero sí hay diferencias provinciales. Mientras Huesca y Teruel mejoran el nivel de productividad entre los dos subperiodos, Zaragoza lo empeora al pasar de un promedio de 41.280€ a 38.210€.

En el trabajo se enumeran cuáles han sido los sectores más afectados por la crisis, medidos por la trayectoria de su productividad.

1

Como actividades más eficientes se encuentran agricultura, ganadería, industria de alimentación y bebidas, textil, industria química, fabricación de productos farmacéuticos, suministro de energía o agua, saneamiento, gestión de residuos, transporte o actividades sanitarias y de servicios sociales, entre otros.



2

En el segundo grupo se incluyen actividades que han encontrado una salida sin tener una gran actividad como son la fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos, fabricación de material y equipo eléctrico, fabricación de maquinaria, comercio al por mayor, y reparación de vehículos de motor y motocicletas.



3

El tercer grupo, se incluyen, los sectores en los que la productividad de Aragón en 2013 era menos que antes de la crisis en 2007, e incluye la fabricación de productos de caucho y plástico, metalurgia y fabricación de productos metálicos, hostelería y educación.



4

En un cuarto grupo se incluyen sectores, en los que la productividad de Aragón en 2013 fue claramente menor que antes de la crisis en 2007. Son sectores afectados negativamente por la crisis con una disminución de la productividad, como son las industrias extractivas, la industria de la madera y corcho, industria del papel y artes graficas, fabricación de material de transporte (con especial efectos en las cifras de General Motors), fabricación de muebles, reparación e instalación de maquinaria y equipo, información y comunicaciones y actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades administrativas y servicios auxiliares.

5

Finalmente, el grupo más afectado por la crisis, traducido en una importante caída de la productividad se enumeran la construcción, las actividades financieras y de seguros, así como actividades inmobiliarias.



AUMENTA LA PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD DE TU NEGOCIO



CAPTURA, PROCESA Y DISTRIBUYE FÁCILMENTE
TODOS LOS DOCUMENTOS DE TU EMPRESA

infocopy

Plataforma Logística Zaragoza PLAZA
C/ Tarento, Nave 1 - 50197 Zaragoza
Tlf: 976 403 000 • Fax: 976 403 001
info@infocopy.es • www.infocopy.es

 **KYOCERA**
Mayorista Autorizado