



Mayte Mazuelas

Presidenta de la Asociación de Trabajadores Autónomos de Aragón

“Aragón ha sido una de las comunidades autónomas españolas que más autónomos ha perdido durante la crisis”



TEFIPRO, la industria 4.0,

es una joven empresa especializada en consultoría para mejora de los procesos industriales orientada a las Pymes

Soluciones aseguradoras

El Seguro de Caución, una herramienta de seguridad y la mejor alternativa al aval para las empresas

S.M. Felipe VI visitó el stand de Kalibo

en la Andalucía Digital Week, interesándose sobre la vulnerabilidad ante los ciberataques y el papel que juega el sector asegurador





Miguel de las Morenas
Director General
 Kalibo Correduría de Seguros



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

PUBLICIDAD
 Fernando Baquero. Tel. 976 210 710

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
www.venzes.es

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
 Tirada: 4.300 ejemplares

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

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

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



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



Kalibo en la Andalucía Digital Week

El pasado mes de marzo asistimos en Sevilla a la Andalucía Digital Week, acto organizado por la patronal andaluza de sector TIC.

El acto inaugural corrió a cargo de S.M. el Rey Felipe VI. Fue una enorme sorpresa que su Majestad se detuviera en nuestro stand para interesarse por una problemática actual, de rabiosa actualidad, como son los ataques cibernéticos.

Este es un asunto que a priori puede parecer un tanto cinematográfico, si no fuera por algunos casos muy recientes de ataques masivos a empresas españolas.

La conversación transcurrió en una doble dirección; por un lado Su Majestad se interesó por los perjuicios que un ciberataque puede causar en una empresa, como por ejemplo la paralización total o parcial de una actividad industrial como consecuencia de un ataque, por otro lado nos hizo una interesante reflexión sobre las consecuencias cuando un ataque es dirigido contra un particular, como por ejemplo el uso fraudulento de datos para fines criminales, robo de identidad, intrusión en el correo electrónico, etc.

En definitiva, una agradable conversación sobre un tema de actualidad que afecta a España de una forma directa; somos el tercer país del mundo más atacado.

Decía recientemente un experto en la lucha contra el crimen cibernético que las empresas no debemos plantearnos si vamos a ser víctimas de un ataque, lo que debemos es estar preparados adecuadamente para cuando se produzca el ataque, porque tarde o temprano se va a producir.

Así que ahora lo que toca es protegerse en la medida de lo posible, y el seguro contra este tipo de riesgos es una buena herramienta, ya que aporta gestión en la resolución de incidentes mediante empresas especializadas y consultores independientes, asesoramiento jurídico, y, llegado el caso, indemnizaciones a terceros y pérdidas de beneficios propios. ■



3
 La otra visión del empresario
Mayte Mazuelas,
 Presidenta de ATA-Aragón.

8
 Un momento decisivo en la vida de
Antonio Sierra,
 Presidente de Casa de Ganaderos.

11
 Nuestros clientes y amigos
TEFIPRO el salto hacia la aplicación
 de la industria 4.0.

14
 Mesas abiertas en Redacción Club
 > Manuel Badal.
 > Álvaro Monzón y Guillermo Zaragozano.
 > Jorge Morales.
 > Jesús Tolosana.
 > Javier Kühnel.

20
 Crónica Empresarial
 > Edificio Scenia II, una edificación de consumo casi nulo.
 > Empresas familiares y franquiciadoras, consolidan su presencia en el panorama aragonés.
 > Taisi crece en ventas y en igualdad.
 > IDiA: la economía aragonesa necesita cubrir este año 1.000 puestos de trabajo con profesionales con capacidades digitales.

21
 Los responsables del seguro
 > Gianluca Piscopo. CEO del Grupo W.R. Berkley en España.

26
 Kalibo en pocas palabras
 > ¿Qué beneficios tiene para el empresario el sistema arbitral de consumo?
 > S.M. El Rey Felipe VI visitó el stand de Kalibo en Andalucía Digital Week

28
 Soluciones Aseguradoras
 > El Seguro de Caucción, la mejor alternativa al Aval para las empresas.

Mayte Mazuelas

Presidenta de ATA-Aragón



Fotografía y portada: Simón Aranda

“Si cada autónomo aragonés contratase a una persona, se acabaría el paro en Aragón”

La Asociación de Trabajadores Autónomos de Aragón, ATA-Aragón cuenta con cerca de 6.000 socios, siendo la mayor organización de este colectivo empresarial de la comunidad de Aragón y la más representativa y considerada como entidad de utilidad pública. Desde su fundación, en enero de 2010, esta organización ha sido liderada por Mayte Mazuelas, profesional de la logística. La presidenta está convencida de que emprender es una actitud ante la vida, aunque también denuncia que Aragón ha sido una de las comunidades que más autónomos ha perdido durante la crisis. Por otro lado, estima que el Gobierno debe poner en marcha urgentemente la Ley Aragonesa del Trabajador Autónomo (LATA) y el Consejo de Trabajo Autónomo para que a los autónomos se nos escuche y tengamos voz en dicho Consejo.

CONTINÚA >

¿Qué le hizo tomar la bandera de los autónomos y comenzar a defender su causa?

> Fue una decisión propia y porque me apasiona la actividad del autónomo. Cuando nos dirigimos a los jóvenes debíamos recomendarles que hagan lo que les guste. Personalmente, no podría hacer un trabajo monótono y que no cuadrara con mi carácter. He sido siempre una persona con una visión organizadora y resolutiva. Soy huérfana, la mayor de tres hermanos, y comencé a hacer mis primeros trabajos con tan solo los 14 años, y a los 18 pude capitalizar el paro y monté mi primer negocio. Antes había estado trabajando en un supermercado donde realizaba los cometidos más variados: cajera, en la charcutería, etc. Pensé que si yo hacía de todo aquello, también podría montarlo yo misma. Así comenzó mi vida empresarial: montando una actividad que

me gustaba y que me apasionaba en ese momento.

¿Es el momento en que también toma conciencia de la defensa de los autónomos?

> En realidad no tardé en darme cuenta de que los autónomos no nos sentimos representados ni por la patronal ni por los sindicatos.

¿Cuál fue su gran sorpresa cuando comenzó a ejercer como autónoma?

> Comprobar cómo el autónomo pasa muchas horas peregrinando por las ventanillas de los ayuntamientos deficitarios y oficinas públicas pidiendo licencias para las que tiene que presentar multitud de papeles, cuando lo único que pretende el autónomo es trabajar y crear empleo, pagando sus facturas en el momento que marca la Ley de Pagos, comportamiento que no cumplen otros colectivos.

La última crisis

¿Cómo ha afectado la reciente crisis al colectivo del autónomo?

> Lo más doloroso es que muchos autónomos se han quedado en el camino, mientras que Hacienda les seguían mandando los IVA y los ayuntamientos les seguían debiendo dinero. Cuando entró en vigor la Ley de Proveedores, aparecieron en los cajones de muchas administraciones públicas facturas con demoras de pago de muchos días y meses y que, en muchos casos, ha arrastrado a estos autónomos a quedarse sin sus ahorros personales y muchos de ellos tener que cerrar. El autónomo responde siempre de la marcha de su negocio con sus bienes presentes y futuros. Las crisis no tienen nada de positivo, porque siempre se ceban con los más débiles, que son los autónomos y, cuando se



> Reunión convocada por el Alcalde de Zaragoza al que acudieron organizaciones empresarial, sindicatos y diferentes asociaciones para analizar la situación socioeconómica de la Ciudad y aunar posiciones futuras en estos ámbitos.

cierran, dejan en el camino a mucha gente inocente.

Volvamos a la crisis que se inició en 2007/2008. ¿Qué ha ocurrido en el censo de autónomos de Aragón en ese periodo de tiempo?

> Aragón ha sido una de las comunidades autónomas españolas que más autónomos ha perdido en ese periodo de tiempo y, al mismo tiempo, era una de las comunidades españolas en la que no se estaban cumpliendo los plazos de pago de los entes privados y públicos y más se cerró el grifo de la financiación.

¿Hay una psicosis de miedo o sensación de fracaso en el mundo de los autónomos?

> Los autónomos deberían asumir que el fracaso es un aprendizaje que, por desgracia, no es lo que ocurre a día de hoy. Hay que desterrar el miedo porque el miedo paraliza. Hemos tenido una crisis económica, pero sobre todo ha sido una crisis de confianza.

Pasada la crisis, ¿ha comenzado a recuperarse el número de autónomos?

> Desde 2017, el régimen de autónomos está teniendo un comportamiento positivo, aunque no ha llegado aún

a los niveles de antes de la crisis. No obstante, quiero destacar que, el crecimiento de autónomos es mayor entre las mujeres que entre los hombres y más duradero además. Las mujeres están siendo las protagonistas de la recuperación económica y la creación de empleo, mientras que la recuperación del impulso de los negocios.

La morosidad

¿Alguna sugerencia para evitar esa demora en el pago de las facturas?

> Sugerimos poner un buzón anónimo en el que los autónomos podrían depositar cuáles eran las entidades que realizaban estas malas prácticas en los pagos, tanto de entes públicos como privados, para que se tomaran las medidas adecuadas para evitar la morosidad.

¿Y no hubiese sido más eficaz y directo que fuese el mismo autónomo el que denunciase esos retrasos teniendo en cuenta que la ley le ampara?

> No lo haría porque tiene temor a perder el trabajo. Si el autónomo revela quien le paga mal, la próxima vez ese cliente ya no le llamaría o no le haría un pedido.

¿Eso significa que existen trabas al emprendimiento entre los mismos autónomos?

> No, precisamente entre compañeros autónomos son los que mejor pagamos y cumplimos en la forma y tiempo de pago. Justamente hay grandes empresas que se jactan de decir que son empresas Socialmente Responsables y son las que más tardan en pagar.

¿No usamos con mucha frecuencia la palabra 'emprender' y 'emprendedor'?

> Yo creo que emprender es una actitud ante la vida y que el emprendedor, antes de emprender ningún negocio o una actividad, tiene que diseñar un plan de viabilidad para su desarrollo y unos medios para mantenerlo, porque se juega mucho en la decisión que tome, comenzando por el banco al que acudir, ya que los establecimientos financieros le pedirán los ahorros de que dispone el emprendedor incluso



Fotografía: Simón Aranda

Empresaria desde los 18 años

Mayte Mazuelas

Es Presidenta de ATA-Aragón y coordinadora nacional de ATA-Federación. Como empresaria del Sector de la Logística dirige una plantilla de más de un centenar de empleados.

Ha sido presidenta de ATA Aragón durante dos legislaturas: el 30 de enero de 2008 fue elegida por primera vez y reelegida el 6 de marzo de 2013, con el 98 por ciento de los votos. El 26 de abril de este año ha sido ratificada de nuevo para un tercer mandato.

Diplomada en Operador Logístico y posee un master en dirección de empresas y títulos de PRL y Medición de Conflictos.

“Las mujeres están siendo las protagonistas de la recuperación económica y la creación de empleo, mientras que en los negocios liderados por autónomos varones está siendo más lento”

“Debe funcionar un régimen sancionador que alcance a aquellos que no paguen en los plazos que marca la ley. Se trata de una medida totalmente necesaria para acabar con la lacra de la morosidad que tanto nos perjudica”

los ahorros de sus padres, por lo que hay que tener mucho cuidado donde te metes.

Entiendo que este problema del retraso en los pagos es uno de los que más dificulta el desarrollo empresarial. ¿Cómo se puede luchar contra esa “plaga” de morosidad?

> La profesión quiere que las entidades financieras confíen en nosotros y nos ayuden en la financiación.



> **Mayte Mazuelas** en una reunión de trabajo con la Consejera de Economía del Gobierno de Aragón, **Marta Gastón**. Con ella asistieron el vicepresidente de Relaciones Institucionales, **José María Perea**; el director general de Economía, **Luis Fernando Lanaspá**, y la Directora Gerente del Instituto Aragonés de Empleo, **Ana Vázquez**.

Voluntad política

¿Qué pide ATA-Aragón a las entidades políticas, económicas etc.?

> Pedimos voluntad política para este colectivo de 105.000 autónomos tanto para los que están comenzando como para los que ya llevan muchos años. Creemos que estos autónomos se merecen que, una vez que se ha pasado esa crisis terrible, después de haber perdido sus ahorros y haber tenido que despedir a veces afielles empleados, lo que necesitan son ayudas, pero ayudas que no deben ser regalos. No queremos que nos regalen nada porque no me gusta la gente que vive de subvenciones, sino que todo el mundo tenga trabajo. Si cada autónomo aragonés contratase a una persona, se acabaría el paro en Aragón, pero para eso hace falta que no pongamos a los autónomos más piedras en el camino y que haya más voluntad política donde se hagan leyes por y para los autónomos.

Hace poco tiempo, ATA Aragón y CEPYME Aragón escenificaron su proximidad y sintonía. ¿Es un presagio de que ambos pondrán en marcha proyectos conjuntos?

> Es un proyecto pionero en Aragón, ya que en otras comunidades autónomas del resto de España no hay esa sintonía. Ahora, con la entrada en vigor de la Ley de Autónomos, las organizaciones de autónomos más importantes y más representativas pasan a ser consideradas como entidades de utilidad pública y así con ello podre-

mos estar en el Consejo Económico y Social (CES). Desde ATA pedimos la pronta constitución del Consejo del Trabajador Autónomo que vendrá a la vez con la próxima Ley Aragonesa del Trabajador Autónomo. Es triste que hayan tenido que pasar 10 años para que se hayan puesto en marcha medidas que afectan a un colectivo de 3 millones de trabajadores autónomos en España y 105.000 en Aragón.

Pero hay que reconocer que, por el título de esa Ley, esos cambios llevaban un sello de urgencia.

> Pero en realidad han tenido una gestión lentísima ya que el texto de la Proposición de Ley de Reformas Urgentes para el Trabajo autónomo, salieron en enero de 2017 y se fijaba su puesta en marcha en el primer trimestre de ese año, pero que, en definitiva entraron en vigor en enero de 2018.

NOVEDADES para los AUTÓNOMOS

(Medidas que entraron en vigor en enero de 2018)

- Se amplía la tarifa plana de 50 euros en un año para nuevos autónomos o aquellos que no lo fueron en los últimos años.
- Los autónomos solo pagarán desde el día efectivo que se den de alta o de baja en el RETA, y no todo el mes como hasta ahora.
- Los autónomos podrán darse tres veces de alta o de baja en el mismo año y podrán cambiar hasta cuatro veces en el mismo año su base de cotización en función de sus intereses e ingresos.
- La bonificación en la tarifa plana se extiende hasta los 24 meses.
- Dentro de las medidas fiscales, se reducen los recargos por retrasos en los pagos a la Seguridad Social del 20 al 10%.
- Los autónomos podrán deducirse un 30% de los gastos en suministros, como el agua, la luz y el teléfono, siempre que trabaje en casa.
- Varias medidas de apoyo a la conciliación familiar.

¿Qué destacaría de su contenido?

> Hay medidas tan simples y coherentes como que el autónomo cotice por los días que trabaje pero también otras que deben tener una importancia relevante como es la puesta en marcha de un régimen sancionador que acabe con la morosidad, imponiendo un castigo a los ayuntamientos, comarcas o comunidades que no paguen en el plazo contemplado por esta norma. No se acabará la morosidad pública y privada hasta que no haya un régimen sancionador.

¿Es muy alto el nivel de fracaso entre los autónomos?

> Yo creo que el fracaso es un aprendizaje. Es una cultura que tenemos que cambiar. En alguna ocasión que he ido a hablar a los alumnos les reitero que en España necesitamos empresarios autónomos. Somos un país de servicios y necesitamos trabajadores autónomos, gente que monte negocios y cree empresas. El miedo ha sido uno de los elementos decisivos en la crisis que ha sido una crisis de confianza y que nos ha paralizado el miedo.

La labor de ATA

¿Cuál es la labor distintiva de ATA?

> Nuestra labor ha sido siempre la defensa de los intereses de los autónomos frente a los poderes económicos políticos, mejorando las condiciones de vida de los autónomos y eliminando las trabas que impiden que avancen sus negocios. En los últimos cinco años hemos impulsado más de 30 medidas como son el Plan de Pagos a Proveedores, cuando existían facturas atrasadas por un valor de 50.000 millones euros que nos devolvieron las administraciones. Además, hemos conseguido la jubilación anticipada a los 63 años, la compatibilización del cobro del paro con la actividad como autónomo; la capitalización del 100 por ciento del desempleo, la rebaja al 15 por ciento de la retención de los profesionales, la eliminación del libro de visitas de cara a la inspección o la posibilidad de aplazar el pago del IVA.

Recientemente, ATA ha firmado con la Universidad de Zaragoza un convenio de



> Firma del convenio de ATA con la Universidad de Zaragoza. En la foto, el Rector de la Universidad de Zaragoza, **José Antonio Mayoral**; la presidenta de ATA, **Mayte Mazuelas**, y la Vicerrectora de Estudiantes y Empleo, **Ángela Alcalá**.

colaboración. ¿Qué campos y actuaciones se contemplan en ese convenio?

> El convenio tiene como objetivo facilitar el acceso a la formación e incorporación de los autónomos a las nuevas tecnologías, buscando la mejora competitiva de estos autónomos. Creemos que las aulas universitarias son una oportunidad para fomentar la cultura emprendedora y que el autoempleo es una salida eficaz para muchos universitarios. Por eso, el convenio contempla que Universidad y ATA colaborarán en cuestiones como la realización de prácticas académicas exteriores de los estudiantes universitarios y la creación de empleo. Asimismo, colaborarán en posibilitar estudios, guías y proyectos de investigación destinados a la mejora de las condiciones sociales del colectivo autónomo y la colaboración en encuestas, jornadas y actividades de formación.

¿Cómo se interpreta y apoya desde el Gobierno de Aragón la actuación de ATA Aragón?

> Hemos tenido varias reuniones con el Departamento de Economía y la Consejera Marta Gastón que reconoce el peso los autónomos tienen en la economía de Aragón y como tienen una forma específica de crear empleo y riqueza. La Consejera reconoce la ne-

cesidad de tomar medidas que frenen la caída del número de autónomos en Aragón, ya que los autónomos somos los que ponemos en marcha uno de cada tres puestos de trabajo que se crean en Aragón y somos un instrumento eficiente de vertebración del territorio. ■

“Las mujeres están siendo las protagonistas de la recuperación económica y la creación de empleo, mientras que en los negocios liderados por autónomos varones está siendo más lento”

Antonio Sierra,

Presidente de Casa de Ganaderos



> **Ángel Luis González**, presidente de la Academia Aragonesa de Gastronomía, impone a **Antonio Sierra** la medalla distintiva.

“En el siglo XI, la ganadería de ovino tuvo más importancia en el crecimiento de Zaragoza que General Motors en el siglo XXI”

Antonio Sierra, presidente de Casa de Ganaderos de Zaragoza desde 1996, leyó su discurso de ingreso en la Academia Aragonesa de Gastronomía el pasado día 15 de febrero. Lo dedicó a un tema de importancia en la economía, la tradición y la cultura en Aragón, recorriendo los 800 años desde que se fundó Casa de Ganaderos de Zaragoza y el momento actual en que aun sigue siendo un exponente de la historia de esta ciudad. En su estudio, Antonio Sierra, mostró porque la oveja ha sido históricamente el elemento conformador de Aragón y cómo el ganado ovino ha tenido una relevancia sobresaliente en Aragón, tanto desde el punto de vista biológico, como sociológico, económico, cultural y gastronómico.

¿Dónde reside la importancia histórica de la ganadería de ovino?

> La oveja es el primer animal que se domesticó con fines alimenticios y su carne aportó las primeras proteínas de carácter animal que sustituyeron a la caza y que, junto con la agricultura, mantuvo la primera explosión demográfica de la humanidad, asegurando su pastoreo un consumo continuado de carne. Podremos decir que las primeras civilizaciones estuvieron vinculadas a la oveja.

Este sentido benefactor del ovino se manifiesta en la imagen positiva que, en las tres grandes religiones mono-teístas, tiene el cordero y el pastor. Judaísmo, cristianismo e islamismo convirtieron al cordero y al pastor en símbolos positivos y el cordero fue distintivo preciso de la celebración de la Pascua judía, de la Fiesta del Cordero de los musulmanes y su alegoría positiva en el Cristianismo. Desde hace siglos, la producción cárnica de las ciudades se ha asentado casi íntegramente en el ganado ovino, ya que el cerdo estaba prohibido en dos de las grandes civilizaciones y, en las demás no tenía una apreciable repercusión comercial sino que era una producción de autoconsumo.

¿Era la alimentación el único destino de la carne de ovino?

> La oveja no se explotaba sólo por su carne, sino que comienza a tener importancia en las ciudades debido a que es la materia prima insustituible para funcionamiento de la industria textil lanera o la de la preparación de las pieles, donde obtuvo toda su fama, sobre todo en la ciudad islámica de Sarrakosta (Zaragoza).

¿Cuál era la forma de subsistencia de la población que habitaba la ciudad de Zaragoza?

> La economía islámica era esencialmente urbana y la producción cárnica era

fundamentalmente el ovino. Los habitantes de Zaragoza pusieron en marcha una pequeña actividad de trashumancia para que sus ovejas aprovecharan los pastos alrededor de la población. Sin embargo, el paso decisivo es la conquista de Zaragoza por Alfonso I el Batallador, que se produce en diciembre de 1118. A partir de ese momento, se presenta un problema: hay que dotar de medios de vida a los nuevos pobladores cristianos a los que había que alimentar.

Me habla usted de los primeros años del Siglo XII. ¿Qué población tenía entonces la ciudad de Zaragoza?

> Es el momento de la toma de Zaragoza por Alfonso I que la designa como capital del Reino de Aragón y debía contar con unos 20.000 habitantes. Alfonso I el Batallador se plantea el problema de cristianizar Zaragoza.

¿Con qué se alimentaba esa población?

> El gran problema que se le presenta a Zaragoza era encontrar medios de vida a los nuevos pobladores, cristianos en su mayor parte. Los musulmanes zaragozanos eran los propietarios de las tierras que se destinaban a la producción de alimentos, pero estos musulmanes no quisieron abandonar la agricultura ni salir de la ciudad. La solución era atraer población cristiana, "cristianizar" la capital. Es el momento en el que el monarca concede a los zaragozanos el derecho de que sus rebaños pastasen libremente en todos los comunales del Reino, siempre que al amanecer saliesen de su era y, al ponerse, estuviesen de nuevo en ella.

¿Cuál fue el resultado de este privilegio?

> Fue un éxito y consiguió atraer a muchos ganaderos de ovino que se asentaron en Zaragoza y acudieron a la capital muchas familias ganaderas del norte, que se instalaron con sus ovejas y que pusieron las bases para que Zaragoza se convirtiera en una de las grandes ciudades del ovino de la Europa medieval, ya que fueron los que pusieron en marcha actividades afines relacionadas con el ovino como la lana, la piel, la leche y el comercio. La medida tuvo más importancia económica en aquella época que la instalación de la General Motors en

el siglo XX. Los ganaderos de ovino consolidaron un sector económico importante con un privilegio de pastos que ejercían provocando continuos conflictos con otras localidades que se dirimían en el Tribunal de Veinte.

Nacimiento de Casa Ganaderos

¿Fue este 'Tribunal de Veinte' el inicial germen de Casa Ganaderos?

> Este fuero o privilegio dotó a los zaragozanos de importantes concesiones, como las relativas a las leñas, pesca o comercio del vino y, sobre todo, le otorgaron a los zaragozanos el derecho a pastar en todo el reino desde Novillas, en la frontera con Navarra, hasta Pina. Todo esto se completaba con el privilegio *tortum per tortum*, "daño por daño", según el cual, si alguien causaba algún daño a la ciudad, esta podría obligar a reparar el daño sin esperar a ninguna otra justicia. Para su aplicación se elegían "veinte hombres buenos" que juraban el privilegio. Tenemos que reconocer que estas dos concesiones, la de poder llevar a sus rebaños a pastar por todo el Reino y el poder de ejercer justicia, consolidaron un nuevo poder de la ciudad de Zaragoza y atrajo a una importante población cristiana hasta Zaragoza. Los ganaderos eran los pobladores que podían trasladarse con sus ganados a la ciudad y convivir con la población musulmana, mayoritariamente agrícola. A comienzos del siglo XIII los ganaderos de ovino de Zaragoza constituían un verdadero lobby de poder, hasta el punto de que cuando Jaime I, un niño de 10 años, busca apoyos para ser reconocido como Rey de Aragón, se apoya en este nuevo poder ganadero. Es el momento en el que se crea Casa de Ganaderos, la empresa más antigua de España.

¿Esto quiere decir que los ganaderos llegaron a ser un destacado poder social y político?

> Por supuesto, era el mayor grupo económico de la ciudad de Zaragoza, que, a su vez, era la mayor ciudad del Reino. Por tanto, era lógico



Un hombre poliédrico que preside la empresa más antigua de España

El profesor Isidro Sierra Alfranca, de la Academia Aragonesa de Gastronomía, fue el "contestador" y destinatario del nuevo académico. El profesor Isidro Sierra, otra de las grandes eminencias de la ganadería aragonesa, destacó que el nuevo académico "es un hombre poliédrico tanto en saberes como en actividades" destacando entre sus numerosas facetas la de ingeniero industrial, ferroviario, político y agricultor ganadero.

El profesor Sierra destacó el paso de Antonio Sierra por diferentes puestos de responsabilidad, como Diputado en Cortes de Aragón, Consejero de Industria y Diputado en el Congreso. "Pero siempre buscó tiempo –dijo el Académico Recipiente– para atender su vocación agraria, ampliando su ganadería ovina, poniendo en marcha regadíos, plantó olivos y hasta montó la almazara correspondiente". Esa dedicación le llevó a ser elegido en 1996 Presidente de la Casa de Ganaderos de Zaragoza, puesto que sigue ocupando en la actualidad.

Dentro de su actividad, el profesor Sierra destacó la creación de la Fundación Casa de Ganaderos, cuyo objetivo fundamental ha sido y es la defensa del Archivo de la Casa dedicada a la recopilación, ordenación, clasificación, conservación e, incluso digitalización de todo el amplio e importante fondo documental existente. El archivo de Casa de Ganaderos, el más importante de los fondos económicos, se compone de 470 cajas inventariadas. El profesor Canellas lo calificó como uno de los archivos "más celosamente custodiados en Aragón". Este archivo conserva Privilegios desde el año 1120 hasta 1838.

CONTINUÁ >

que el pequeño monarca concediese a Casa Ganaderos el mayor privilegio jurisdiccional a cambio de apoyo económico y político. Es el momento en que se rompe la dicotomía entre el patriciado urbano, sustentado por la ganadería, contra la sociedad rural dominada por la nobleza que mantiene en sus manos la propiedad de la tierra y, por tanto, la agricultura. En mayo de 1218, el Rey Jaime I nombra a Domingo de Montealtet primer justicia de ganaderos y otorga a todos los pastores de Zaragoza licencia plena y potestad para apresar y juzgar a ladrones y rateros que hubiesen sido encontrados como malhechores y ladrones en la cabaña de Zaragoza y en cualquier lugar de la misma. Después de este nombramiento como primer Justicia de Casa Ganaderos, éste desarrolló una doble función: la gremial de regulación de pastos y control de cabañeras, y la jurisdiccional civil y criminal, en todos los asuntos relacionados con la ganadería y otros en los que estuviesen involucrados ganaderos de Zaragoza.

¿Esto quiere decir que la ganadería y los ganaderos de ovino se consolidaron como una importante fuerza económica y social?

> La ganadería ovina representaba en la Edad Media el mejor sector para invertir en el capital acumulado por las familias adineradas por el comercio y muchos de sus propietarios fueron asesores de Fernando el Católico. En la segunda mitad del siglo XV, por el término municipal de Zaragoza, transitaban 400.000 cabezas, cuando la población de la ciudad era de 25.000



> **Antonio Sierra**, junto con el profesor **Isidro Sierra**, académico receptor.

habitantes. Casa de Ganaderos paso a formar parte de la historia de la ciudad por su peso económico y social. Fue el momento en el que Casa de Ganaderos se ubicó en un casón de la Calle de San Andrés de donde ya no se apartó. Así, los ganaderos de ovino estuvieron presentes en todos los acontecimientos más importantes de la historia de la ciudad de Zaragoza: visitas de reyes, guerras, comercio, sitios, etc.

¿Cuándo llega la decadencia económica y social de Casa de Ganaderos?

> Al comienzo del siglo XVIII, con la llegada de los Borbones que tenían un concepto de estado eminentemente centralista y que no podían entender ni aceptar una jurisdicción independiente. A partir de 1915, Casa de Ganaderos se dedica a la defensa de la ganadería de ovino y a la creación de distintos servicios. Los ganaderos crean una "Caja de Crédito" que sería el germen de lo que luego sería la "Caja Rural", aunque lo más importante fue la creación de un Seguro de Ganado de Labor y la apertura de una "Lechería", encargada de la recogida y venta de la leche y a la que el Ayuntamiento concedió la Medalla de Oro de la Ciudad.

¿Los últimos tramos?

> En 1982 Casa de Ganaderos se transforma en Sociedad Cooperativa Limitada y, en 1990, participa en el nacimiento de una Cooperativa de Segundo Grado dedicada a la comercialización de ovino. En los inicios del siglo XXI, ha creado una sala de despiece para acceder a nuevos mercados, y vender en Aragón y comunidades limítrofes, y a la exportación al resto de Europa y a Oriente Medio.

¿Qué actos han preparado para conmemorar los 800 años de Casa de Ganaderos?

> Entre las actividades programadas se encuentran: una asamblea general extraordinaria, coincidiendo con la fecha exacta, 18 de mayo, con la asistencia de autoridades. Habrá también una recreación histórica del cruce de Zaragoza de un rebaño de ovejas. También participamos en una de las exposiciones más importantes del año en la que se van a recordar estos aniversarios (Patio de la Infanta), y un ciclo de ocho conciertos didácticos (uno por cada siglo de historia, con música de ese siglo y en un espacio de la ciudad vinculado a ese siglo) que quiere regalar Casa de Ganaderos a la Ciudad. ■

Nuestros clientes y amigos:

TEFIPRO Ingeniería, el salto hacia la aplicación de la Industria 4.0



El tema de “*Industria 4.0*” está de plena actualidad. Instituciones y centros de investigación detectan una gran demanda de información y formación sobre esta tecnología aunque, de momento, el número de empresas que lo han puesto en marcha es aún reducido. Superada ya la 4ª Revolución Industrial, las empresas se encuentran con “*Industria 4.0*”, que analiza la automatización de sus procesos industriales y mejora sus rendimientos.

CONTINÚA >

TEFIPRO es la aventura emprendedora de dos amigos, ingenieros, **Jorge Álvarez** y **Víctor Guardia**, con experiencia en procesos industriales. Los dos fundaron hace poco más de un año TEFIPRO, una joven empresa especializada en consultoría para mejora de los procesos industriales, orientada a las pymes. Estos jóvenes empresarios definen a su empresa como *“una ingeniería de optimización de procesos industriales que comienza con el análisis de los datos a través de una labor de consultoría, y que nos permite mejorar las líneas de producción”*.

Expertos consultados por PANORAMA califican la llegada de *“Industria 4.0”* como un cambio radical que requiere que las empresas estén mentalizadas para aprovechar las oportunidades que les brindan las actuales tecnologías.

Jorge Álvarez, director de Desarrollo de Negocio de TEFIPRO Ingeniería, una de las primeras empresas aragonesas que está realizando estas auditorías, ha definido la Industria 4.0 como *“una palanca de cambio que permite la transformación de pymes y grandes empresas”*, destacando que este proceso, va a permitir nuevos modelos de negocio.

Para operar en estos campos de las nuevas tecnologías, Jorge Álvarez y Víctor Guardia fundaron hace un año la empresa TEFIPRO, cuyo objetivo es apoyar la mejora del sector industrial en

Aragón a través de la implantación de la Industria 4.0 en las pymes. *“El concepto de Industria 4.0 es una terminología que engloba numerosos tipos de tecnología, como la ciberseguridad, los robots colaborativos, el Big Data, la computación en la nube, incluso los drones” –nos dijeron los entrevistados.* – Nuestros interlocutores definen el concepto de Industria 4.0 como *“un gran conjunto de tecnologías, algunas nacidas directamente desde dentro de la industria y otras fuera de la industria”*, pero que todas tienen como finalidad el darle un impulso a cualquier línea productiva o cualquier proceso industrial. *“La Industria 4.0 es como un gran paraguas que alberga hasta ocho tecnologías diferentes, aunque no usamos todas sino las que nos piden nuestros clientes”* afirman Jorge Álvarez y Víctor Guardia, responsables de TEFIPRO.

Extraer información

¿Cuáles son las tecnologías fundamentales que emplea TEFIPRO para obtener información de los procesos productivos?

> Una tecnología fundamental es Big Data, con muchísimos datos que tomamos de las líneas productivas y que trabajamos para obtener resultados. Al mismo tiempo, operamos con otra tecnología, Computación en la nube, que nos permite programar

y desarrollar una serie de algoritmos, a través de servidores externos para trabajar con un conjunto de datos.

¿Cómo definirían la implantación de Industria 4.0, como un producto o como un servicio?

> De las dos formas: hacemos una labor de consultoría, al que hemos añadido la comercialización de un producto definido, el llamado TEFIPRO.core, un dispositivo que es, en un 90 por ciento, dispositivo standar, que adaptamos a las necesidades del cliente. TEFIPRO.core es un producto pero, sobre todo, es un servicio, ya que genera vinculación con el cliente. Con esta herramienta obtenemos la información necesaria para realizar la evaluación de la línea de producción y proponer las recomendaciones para mejorarla. Este equipo de medición, que se instala sin coste para el cliente, es una herramienta que nos permite tener una información más precisa de cómo se lleva el proceso de fabricación en una empresa. Antes, muchos de nuestros clientes extraían esa información de forma personal pero ahora se sistematiza la recogida de información, empleando el Big Data, y se hace la computación en la nube, por lo que la recogida de datos se hace de forma automática de manera que el técnico de la empresa puede tomar decisiones con los datos ya procesados.

¿Cómo facturan ustedes esos servicios?

-> Nosotros instalamos el equipo sin coste alguno y cobramos a los clientes una cuota mensual en concepto de utilización de los equipos y las horas de consultoría. Nosotros recogemos los datos que nos ha proporcionado el equipo, los procesamos y se los devolvemos al cliente proponiendo los cambios en la línea de producción. Antes, los datos que se procesaban se cogían a mano con lo que eso suponía de tiempo y el riesgo de errores.

¿Cuál fue el impulso decisivo para la creación de TEFIPRO.core?

> En nuestra labor de asesoramiento industrial, habíamos llegado a la conclusión de que podíamos *“paquetizar”* estas dos tecnologías, la Big Data y la computación en la nube, en un producto definido que llamamos



> La Terminal de Zaragoza, donde tiene su sede TEFIPRO.



> Víctor Guardia y Jorge Álvarez, fundadores y directores de TEFIPRO.

TEFIPRO.core, que desarrollamos nosotros y que es una caja, en la que hemos integrado estas tecnologías que extraen información de cualquier línea productiva, información que se procesa y se devuelve al cliente en una aplicación web, con una serie de indicadores industriales que le permiten a la empresa tomar decisiones para la mejora de la eficiencia y productividad de su línea industrial. Esto no es sólo una nueva forma de trabajar, sino que es una forma de agilizar el proceso de seguimiento de la industria.

Los pasos a dar

¿Qué necesitan las empresas para implantar el 4.0?

> Por encima de los medios materiales, es fundamental contar en la empresa con personas que, de forma interna, impulsen el cambio ya que, sin el apoyo de los implicados, cualquier proyecto fracasa. Hay que concienciar al industrial que el cambio se hace en beneficio del conjunto de la empresa.

¿Qué departamentos deben implicarse en esta tarea de valoración?

> El 4.0 se puede aplicar a partes del proceso de producción aunque también a partes de la cadena de valor.

¿Cuáles son los efectos más inmediatos después de haber puesto en marcha la obtención de información sobre la empresa?

> Usar la información que proporciona nuestro sistema permite reducir costes en inventario y reinvertir lo ahorrado en mejorar otros aspectos de la cadena. Incluso ha permitido ahorrar en el alquiler de almacenes externos a los que se tenía que recurrir en momentos puntuales.

La tecnificación de la Industria 4.0

¿Ha habido un fácil acceso de la industria aragonesa a estas tecnologías de Industria 4.0?

> Hay una parte de la industria aragonesa claramente diferenciada del resto. Es la industria de la automoción y sus proveedores, sectores muy desarrollados porque General Motors se los solicitó hace 20 años y hoy están en

primerísimo nivel. Estas empresas no necesitan de nuestros servicios porque trabajan ya con el 4.0. Le sigue otro nivel de empresas que se suministran de servicios menos especializados y que trabajan para la automoción pero también para otros sectores y que no han sentido la necesidad de mejorar su rendimiento, como son la agroindustria, las cementeras, etc. Estos sectores y niveles podríamos decir que componen el "grupo de cabeza", tras el cual hay un grupo de empresas que están aun a distancia de todos ellos porque no saben cómo realizarlo.

¿Puede deberse a que para algunos pequeños empresarios, con reducida plantilla, el título de Industria 4.0 les parece altisonante o porque no conocen el funcionamiento interno de este nivel?.

> Hay muchos industriales que reconocen que no tienen necesidad de implantar la Industria 4.0, cuyo funcionamiento interno desconocen. Dicen que "no le salen las cuentas", que tienen suficiente produciendo lo que producen y que no pueden asumir los costes de la innovación, ni siquiera pagando por vía de subvenciones.

¿Soluciones?

> "Evangelizar" a las empresas en este campo, enviándoles información y participando en todos los acontecimientos en los que se pueden alentar estas mejoras tecnológicas. Estos cambios tecnológicos van a traer riqueza a la comunidad aragonesa demostrando que se puede hacer un uso de las tecnologías más avanzadas.

¿En qué actividades van a concentrar sus pasos iniciales?

> Hemos estado muy centrados en el sector agroalimentario, porque era el que ya conocíamos, pero TEFIPRO.core se puede aplicar a cualquier proceso productivo en línea. Nosotros, por nuestra parte, estamos abiertos a todo tipo de industrias. En Industria 4.0, Aragón va con retraso respecto a comunidades como el País Vasco, donde se han establecido lazos entre grandes empresas y start-ups. Aquí, salvo en el sector de la automoción, aún cuesta mucho que las compañías se planteen aplicar las nuevas tecnologías a los procesos industriales. ■

Mesas abiertas en Redacción Club

patrocinado por **KALIBO CORREDURÍA DE SEGUROS**

Desde los primeros días de este 2018, la Cámara de Comercio de Zaragoza está llevando a cabo, a través de su Redacción Club la celebración de distintas mesas abiertas, que reúnen figuras clave del panorama empresarial zaragozano para participar en una entrevista-tertulia con expertos de Cámara y socios del Club, en la que profundizan en su carrera, su empresa y el sector donde se mueven. Redacción Club ha sido la convocatoria y el escenario donde se han desarrollado estas charlas realizadas en el formato de entrevistas y que está siendo patrocinado por **KALIBO CORREDURÍA DE SEGUROS**. En las siguientes páginas exponemos algunas de las propuestas hechas en las distintas sesiones de Redacción Club.



> Manuel Badal, director académico de CESTE.

El director académico de la Escuela Internacional de Negocios fundada en 1987 por la familia Marín con el respaldo de su experiencia en el Colegio Sagrada Familia, pasó por la mesa abierta de Redacción Club para hacer balance de la trayectoria de este centro, que nació con vocación regional y desde hace unos años tiene la mirada puesta también en el exterior.

Antes de incorporarse a CESTE, Manuel Badal contaba con una trayectoria ligada al ámbito social, participando en Cáritas, Proyecto Hombre, la Fundación CAI, asociaciones vecinales, etc. Entró como director académico de CESTE en 1992, procedente de la CAI y reconoce que desde el principio tuvo claro que la clave del proyecto era el acompañamiento del alumno, ayudándole en su futuro profesional y creando un entorno universitario.

A principio de siglo, nacieron ofertas similares en Aragón y se redujo el número de posibles alumnos, aunque CESTE contaba con el apoyo interno del Colegio Sagrada Familia. Es el momento en el que CESTE evoluciona hacia el ámbito internacional, inicialmente con el estudio de idiomas y, en los años 2014 y 2015, trayendo alumnos de otros países. En estas relaciones, Panamá ha sido un país emblemático para CESTE, pero mantiene también lazos con Guatemala, El Salvador, República Dominicana, Bolivia y, en menor medida, Perú. ■

Manuel Badal

director académico de CESTE

“Les digo a mis alumnos que, desde el punto de vista laboral, hay poca oferta de profesionales y mucha demanda de las empresas”

¿Qué les dice Manuel Badal a los jóvenes que pasan por CESTE?. “Desde el punto de vista laboral, les digo que ahora juega a su favor que hay poca oferta de profesionales y mucha demanda de las empresas”. En este sentido, afirma que es fundamental mantener contactos con el tejido empresarial local. “Es algo que tenemos en cuenta desde el principio, y estamos trabajando en colaboraciones con algunos clústers, como Tecnara y Alia”. “Nuestra idea es estar alineados con la estrategia de desarrollo regional, conocer qué hacen nuestras empresas, qué necesitan y ofrecer una formación acorde a ello”.



Álvaro Monzón y Guillermo Zaragozano

DeuSens una empresa joven creada por una generación de ideas frescas

“Nuestro objetivo es dotar a la empresa de nuevos formatos generados a partir de hiperexperiencias”



> Álvaro Monzón y Guillermo Zaragozano, de DeuSens.

El marketing es una de las disciplinas más inquietas e implicadas en trasladar a los clientes nuevos productos y servicios. Esto fue lo que se propusieron los tres fundadores de DeuSens, una empresa cuyo objetivo es ofrecer sus soluciones de “hiperexperiencia” a las empresas que buscaban nuevos formatos para destacarse. Álvaro Monzón y Guillermo Zaragozano, creadores de esta empresa junto a Álvaro Antoñanzas, visitaron Redacción Club para charlar sobre la fulgurante trayectoria de esta joven compañía.

La semilla de DeuSens se encuentra en las clases de Comunicación Audiovisual de la Universidad San Jorge, donde los tres socios comenzaron a trabajar juntos, creando incluso una asociación cultural para realizar audiovisuales. DeuSens surgió como un proyecto de grado, en el que se nos pedía que desarrollásemos un modelo de negocio. A partir de ahí fueron evolucionan-

do integrando sucesivas innovaciones ya que lo importante para estos jóvenes empresarios “no era tanto la tecnología como la generación de hiperexperiencias para los usuarios”. Este término lo crearon para denominar “las experiencias que se generan con realidad aumentada y virtual y que producen sensaciones que no es posible lograr de otra manera”. Una de las claves del éxito de DeuSens es ofrecer presentaciones de productos o servicios innovadoras, a través de la realidad aumentada o virtual. HMY Yudigar y Grandes Vinos fueron las primeras empresas a las que trasladaron sus experiencias.

DeuSens trabaja en el desarrollo de un producto estandarizado, el denominado Project Alice. Este proyecto “va a ser una aplicación móvil que permitirá visualizar mobiliario a escala real en las estancias de una vivienda: podrás ver cómo queda un sofá en tu salón con solo abrir la cámara del móvil”. ■



> Jorge Morales, director gerente de Grupo Garrampa.

Grupo Garrampa se ha propuesto revolucionar el sector del branding, siendo algo más que *"los que hacen bolis o camisetas"* para una empresa o un evento. Para hablar sobre el espíritu innovador y la trayectoria de esta compañía aragonesa, Jorge Morales, gerente y socio fundador junto a Víctor Biescas y Juan Sanz, visitó la mesa abierta de Redacción Club, el formato de entrevistas patrocinado por Kalibo Corredurí de Seguros.

Los creadores de Garrampa asumieron que, para competir con éxito en la venta de producto promocional personalizado, tenían que ser capaces de ofrecer mejores plazos de entrega que su competencia. Lo lograron con el cuidado del diseño de sus operaciones, con un definido sistema de aprovisionamiento y, sobre todo, con la creación de un taller propio que les permite plazos de entrega ordinarios muy competitivos y ofrecer una opción de entrega urgente fuera del alcance de sus competidores.

Jorge Morales

Grupo Garrampa se ha propuesto revolucionar el sector del branding



"Ser baratos no es nuestra guerra. Nuestra competencia es ser los más rápidos"

A lo largo de su trayectoria, estos emprendedores han podido sacar valiosas enseñanzas. La principal, "escuchar al cliente". Las grandes empresas se dan cuenta ahora de que todo gira en torno al cliente; nosotros lo hemos tenido claro desde el principio. Por eso, priorizamos los plazos de entrega con los que poder tener en 48 horas la producción terminada. Morales reitera que ser los más baratos *"no es nuestra guerra, nuestra competencia es ser rápidos y ofrecer el servicio de branding como una estrategia más para las empresas"*.

En la parte tecnológica contaron desde el principio con la experiencia de Juan Sanz y, en 2017 incorporaron a Alex Dantart para impulsar el I+D. En este campo, trabajan en una nueva herramienta que les va a permitir manejar datos en tiempo real y centrar así su estrategia online. ■



> Jorge Morales con patrocinadores y colaboradores del ciclo.



> Jesús Tolosana posa con una Trenza de Almudévar.

Jesús Tolosana

PASTELERÍA TOLOSANA: Un producto artesanal con innovación y mejora constante

Jesús Tolosana, director de Pastelería Tolosana, tercera generación al frente del negocio familiar, visitó la mesa abierta de Redacción Club para comunicar qué se esconde tras el éxito de la famosa Trenza de Almudévar, el conocido producto que distingue a Pastelería Tolosana, una empresa familiar que ya encara su cuarta generación.

La historia de Tolosana se remonta a los años 20 del pasado siglo, cuando los abuelos de Jesús abrieron una panadería en Almudévar que daba servicio de horno. "Mi padre continuó el negocio, y fue mi generación la que incorporó la innovación, lo que llevó hasta el desarrollo actual", explica el gerente. Entre los principales hitos destaca la apertura en 1982 de una pastelería en Huesca, y la C de Calidad que su inimitable trenza recibió en 1994.

Jesús Tolosana reconoce que "para nosotros, la trenza ha sido vital" y que, aunque es un producto artesanal, tiene tras de sí mucho trabajo de innovación y mejora constante, con estudios en colaboración con la Universidad de Zaragoza, diseño de embalaje en colaboración con el CADi, etc. "Hemos aprendido que, aunque tenemos muchos más productos, tenemos que apostar por el que nos diferencia".

"La trenza de Almudévar es el producto que nos diferencia"

Aunque "la trenza que triunfa es la original", tantos años de interacción con los clientes les han permitido incorporar sus sugerencias, como darle un formato de presentación adecuado para regalar, o hacer versiones saladas para comidas de amigos o familia.

"Hoy no basta con hacer un buen producto, tienes que marcar la diferencia, por eso la trenza tiene que transmitir que hay mucho trabajo detrás y que forma parte de una tradición heredada", destaca Tolosana. ■



Fotografía: Arturo Gascón

CONTINÚA >



> Javier Kühnel, director de Kühnel.

La Academia Kühnel, Escuela de Negocios de Zaragoza, se fundó en 1926. Hoy, este apellido es uno de los referentes de la formación para directivos, actuando siempre bajo el mismo objetivo de actuar con el máximo rigor en lo que hacen. Javier Kühnel, tercera generación al frente de esta empresa familiar, visitó la mesa abierta de Redacción Club, el formato de entrevistas ofrecido por Kalibo Correduría de Seguros.

El director de la Academia afirmó que ellos no pierden de vista su objetivo histórico: contribuir a formar una sociedad más culta, más sabia, haciendo las cosas bien. *“Este afán –dijo– se traslada en ser rigurosos con los procedimientos y los servicios y significa profesionalizar, entender que formar no es solo dar clase, esa es solo una parte más del proceso y hay que humanizar todo el proceso, hacer un seguimiento constantemente del alumno”*. En su intervención, remarcó que, *“en formación, tienes que estar al día en los contenidos, pero donde reside el éxito es en innovar en la pedagogía, saber aunar metodología y tecnología”*.

Javier Kühnel

Estamos convencidos de que somos una marca que transmite rigor

○
“Formar no es solo dar clase, sino que hay que humanizar y hacer seguimiento constante del alumno”

Otra de las claves de Kühnel es conectar a los alumnos con la realidad empresarial. *“Buscamos profesores que sean buenos transmitiendo conocimientos, pero también que ocupen puestos directivos que les permitan conocer de primera mano de lo que hablan”*.

Preguntado por la forma en que se mide el éxito de esta forma de hacer, el director de Kühnel afirmó: *“Más del 70% de nuestros nuevos alumnos llega por recomendación de antiguos alumnos, algo que indica que han encontrado en Kühnel lo que buscaban. También lo comprobamos en nuestra relación con las empresas; vemos que están satisfechos con nuestros alumnos: buscan personal bien formado y con compromiso, y es justo lo que les ofrecemos porque estamos convencidos de que Kühnel es una marca que transmite rigor”*. ■



> Javier Kühnel con los patrocinadores y organizadores de la Mesa Abierta.

TU PERRO ES UNO MÁS DE LA FAMILIA, ELIGE SU SEGURO Y SU VETERINARIO

CONTRÁTALO ONLINE

www.seguroparaperros.com



SEGURO
ESENCIAL

DESDE
27,27 €/AL AÑO

Seguro de Responsabilidad Civil
sin franquicias.

SEGURO
ASISTENCIA

DESDE
71,10 €/AL AÑO

Seguro de **Asistencia
Veterinaria por Accidente** y
**Seguro de Responsabilidad
Civil** sin franquicias, entre otras
coberturas.



DESDE
209,25 €/AL AÑO

Seguro de Salud. **Consultas
Veterinarias por Enfermedad
y Accidente** y **Seguro de
Responsabilidad Civil** sin
franquicias, entre otras
coberturas.



K kalibo
CORREDURIA DE SEGUROS

Consúltenos, le asesoramos sobre el mejor seguro para su mascota.

www.seguroparaperros.com
976 210 710

+ información:



El edificio Scenia II, una edificación de consumo casi nulo



Aragón ya cuenta con su primer edificio multifamiliar de viviendas en altura que ha conseguido la certificación Passivhaus siguiendo la normativa europea de eficiencia energética en los edificios.

El Grupo Lobe ha sido la empresa responsable de la dirección integrada de esta edificación. El edificio Scenia II cuenta con 26 viviendas con una superficie total de 13.576 metros cuadrados y se ha diseñado, construido y certificado bajo la dirección integrada del proyecto a cargo de Grupo Lobe, que emplea altos niveles de aislamiento, carpinterías y ventanas de altas prestaciones, un tratamiento de los puentes térmicos, disminución de las infiltraciones de aire analizadas mediante un ensayo de presión y una ventilación mecánica con recuperación de calor.



> El Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda Jose Luís Soro, con la Directora General de la Vivienda María Teresa Andreu y Juan Carlos Bandrés, Director General de Lobe.

Este grupo aragonés lidera en este momento el proyecto más ambicioso de iniciativa privada en el ámbito de la edificación de consumo. Lobe asume el compromiso de diseñar, construir y certificar todos sus proyectos inmobiliarios bajo este estándar, los cuales sumarían en torno a 1.500 viviendas a construir en los tres próximos años en las ciudades de Zaragoza, Valencia y Madrid.

Grupo Lobe se adelanta así a las exigencias normativas que la directiva europea 2010/31 relativa a la eficiencia energética en edificios pretende imponer con el edificio de consumo

casi nulo. La aplicación de esta directiva tiene grandes implicaciones en el sector de la construcción porque transformará muchos de los procedimientos de diseño, construcción y gestión de los edificios hacia una mayor eficiencia energética de los mismos con gran complejidad de implementación de estos estándares en la fase de construcción obligando a una necesaria formación continua de los agentes participantes en la construcción de un edificio. Otro de los beneficios asociados a la construcción energéticamente eficiente es el acceso a financiación por parte de futuros propietarios. ■

Empresas familiares y franquiciadoras, consolidan su presencia en el panorama aragonés

Poco a poco, escalonadamente, las empresas van publicando los balances económicos del ejercicio 2017. Estas cuentas de su actividad profesional revelan cambios y nuevas estructuras en el entramado empresarial.

Uno de ellos es el ascenso firme y continuo de la actividad de las empresas familiares. A finales del año pasado, el 88 por ciento de las empresas aragonesas eran empresas familiares y mantenían el 70 por ciento del empleo. Estos datos revelan el compromiso de la empresa familiar en la recuperación de la economía española. *"Estos datos confirman una vez más la estabilidad y resistencia de los compromisos familiares y su aportación a la economía española y el compromiso y continuidad que orienta la actividad de este colectivo"*, ha declarado el presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de Aragón, Daniel Rey.

Otro sector empresarial también trabaja con optimismo: el de las empresas franquiciadoras. En Aragón, hay actualmente 47 enseñas franquiciadoras de las 912 enseñas que tienen actividad a nivel nacional (5,15% del total estatal) y tienen un impacto directo en 8.000 empleos.

Por sectores, las empresas franquiciadoras se encuentran muy repartidas en la Comunidad Autónoma de Aragón. Destacan



> Daniel Rey, presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de Aragón.

los sectores de Hogar, Restauración, Comercio en general y Alimentación, que suponen el 55% del total de enseñas. Destacar como nuevas tendencias, la creación de franquicias de servicios especializados, formación y equipamiento deportivo.

El Instituto Aragonés de Fomento, IAF, ha puesto en marcha Plan de Franquicias 2018, iniciativa que trata de favorecer su expansión como fórmula de negocio en la Comunidad Autónoma de Aragón. El Plan tiene como objetivos el impulso de la creación de nuevas empresas franquiciadoras así como consolidar y expandir las franquicias ya existentes en Aragón.

Las empresas aragonesas que aspiren a convertirse en franquiciadoras deberán inscribirse en el Plan 2018 y superar el denominado *"diagnóstico de prefranquiciabilidad"*, en el que se analiza la viabilidad de cada modelo de negocio en el formato de franquicia. ■

Taisi crece en ventas y en igualdad

Taisi, es la empresa ganadora del Premio Responsabilidad Social de Aragón (RSA) 2017 en la categoría pyme. Ubicada en Calatayud, Taisi se dedica a la fabricación de frutas confitadas y tiene previsto invertir 3 millones de euros en los próximos 3 años para continuar creciendo y crear 10 nuevos puestos de trabajo.

Además de mantener los principios de igualdad que le han hecho acreedora al premio, Taisi se ha fijado unos objetivos claros de crecimiento, producción y ventas. Entre los objetivos actuales de la empresa figura el incremento de sus exportaciones. Aunque desde los años 70 venden sus productos en múltiples países europeos, quieren alcanzar un 50% de la facturación a través de ventas al exterior, tanto afianzando y expandiendo su presencia en Europa, como abriéndose y posicionándose en nuevos mercados.

También pretende seguir reforzando su apuesta por la responsabilidad social demostrada con su plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y

hombres, incluyendo las dirigidas a favorecer la conciliación de la vida laboral y personal. La Consejera de Economía del Gobierno de Aragón ha calificado a la empresa Taisi como *"un ejemplo de empresa familiar, que cuenta con una directora general joven y que, estando instalada en el mundo rural, sabe aprovechar los recursos de la tierra y ganar nuevos mercados"*. ■



> Grupo Taisi y Ruth con la Consejera.

IDiA: la economía aragonesa necesita cubrir este año 1.000 puestos de trabajo con profesionales con capacidades digitales



> Reunión del consejo director de IDiA en Zaragoza.

El Clúster de Innovación y Desarrollo de Aragón, IDiA, se han integrado en la coalición europea por el Talento y el Empleo Digital, que reúne a los países, empresas, entidades sociales, ONGs y agentes del sistema educativo, que tienen como objetivo afrontar el problema de la falta de capacidades digitales en Europa.

Esta coalición comparte a nivel europeo numerosas iniciativas para la promoción del talento TIC, impulsando su desarrollo en cuatro grandes áreas: capacidades digitales para todos, para la fuerza laboral, para las profesionales de la informática y la educación.

IDiA ha creado un nuevo grupo de trabajo para que, en los próximos años, las empresas de la comunidad autónoma aragonesa puedan contar con profesionales en el ámbito digital para competir en todos los campos tecnológicos y geográficos.

Las empresas aragonesas que forman parte del Clúster IDiA (Clúster horizontal de Innovación y Desarrollo de Aragón) han hecho público que las empresas miembros del clúster necesitarán cubrir durante el ejercicio 2018 más de 1.000 puestos de trabajo destinados a profesionales especializados en

tareas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación y, en general, profesionales que estén dispuestos a asumir los retos que plantea la digitalización de la economía. Antonio Novo, Director Gerente del clúster apuntaba concretamente a la necesidad de cubrir puestos de programadores o desarrolladores, hombres y mujeres.

IDiA está tratando de cubrir de forma inmediata 1.200 empleos en este campo tecnológico. Con la colaboración de varias empresas del grupo, han conseguido colocar 190 empleos de consultores ARP SAP, consultores de ERP Navisión, desarrolladores web/móvil, desarrolladores NET, técnicos de sistemas, Big DATA y gestión de proyectos. Otra mitad corresponde a otros especialistas como científico de datos, tarea que puede realizar titulados en Economía y Administración de Empresas, ingenieros y matemáticos.

El grupo IDiA agrupa a 80 empresas de variados sectores, entre las que se encuentran las que contabilizan plantillas más numerosas, como Opel, BSH Electrodomésticos, Cables de Comunicaciones, Ibercaja, Rey Corporación, Schindler, Saica, Taim Weser y dos universidades, la de Zaragoza y San Jorge.■



Gianluca Piscopo

CEO del Grupo W.R. Berkley en España

Nos consideramos especialistas en seguros para empresas y profesionales.

Gianluca Piscopo es un profesional bregado en el sector asegurador al que, hace un año, el grupo W.R. Berkley elevó al puesto de CEO del grupo en España, sucediendo en el cargo a Leonardo Lignes. Desde entonces, su objetivo inmediato ha sido desarrollar y ejecutar la estrategia del grupo en este mercado. Suizo de nacimiento, Piscopo es licenciado en Matemáticas y Actariales y, antes de su incorporación al sector asegurador, se ha dedicado a la docencia como profesor de matemáticas.

CONTINÚA >



¿Cuál es la labor principal que usted desarrolla en Berkley?

> Mi labor principal es liderar al equipo que conforma Berkley España, para que, entre todos, ejecutemos con éxito las estrategias que han sido elaboradas para la consecución de los objetivos que nos hemos marcado en la compañía.

Es importante provocar un cambio cultural, y en el año que llevo en el cargo ya se van viendo esos cambios en los comportamientos y acciones de las personas. Además mi labor como CEO de Berkley España es estar atento al continuo cambio que se produce en el mercado e investigar las nuevas oportunidades de negocio que pueden surgir.

¿Podemos hablar de una transición tranquila y sólida de la compañía junto a Leonardo Liges?

> Totalmente. En el momento de mi entrada en Berkley España ya era una compañía consolidada y reconocida en el sector por su especialización.

¿Cuáles fueron los principales objetivos estratégicos de Berkley en el momento de su llegada?

> Uno de los objetivos principales fue la confección de la nueva estrategia enfocada a estar mucho más presentes en el mercado.

Mi objetivo era el crecimiento rentable con un mayor acercamiento a nuestros corredores a través de nuestro

equipo de desarrollo de negocio, abriendo más delegaciones (como la del norte abierta el febrero pasado) para estar presentes a lo largo de todo el territorio español y potenciar el departamento de marketing, punto clave para el desarrollo de campañas y comunicaciones que nos acerquen aún más a nuestros corredores.

¿Cuáles son los distintivos de su visión de negocio?

> Tengo más de 15 años de conocimiento en el mercado asegurador español. Además tengo experiencia internacional en Europa y LATAM, lo que me da una visión a gran escala para el plan de negocio de una compañía como Berkley que está en continuo crecimiento.

¿Cuál es su diagnóstico sobre la salud del sector asegurador español?

> Si tenemos en cuenta los datos sobre el último trimestre de 2017, en términos generales y en los ramos en los que trabaja Berkley, podemos hablar de un crecimiento del sector de no vida de un 5.96%.

Este crecimiento global, si lo miramos por productos, se traduce en casi un 7.4% en RC, un 2.7% Caución y un 12.94% en Accidentes Personales. Además es importante destacar un subida de un 3.9% de la prima media.

¿Cómo ha sido para Berkley España el ejercicio 2017 y cuáles sus perspectivas para 2018?

> Ha sido un muy buen año, pues hemos incrementado nuestra facturación un 25% y tenemos previsto otro crecimiento del 30% para este año. Con respecto a nuestras perspectivas para el 2018 somos optimistas, hay más actividad empresarial y esto lleva a más oportunidades, tanto para las modalidades aseguradoras tradicionales como para otro tipo de seguros como el medioambiental, que quizás habían ralentizado su desarrollo durante el periodo de crisis, pero que están claramente reactivándose.

¿Cuáles han sido los últimos productos innovadores que Berkley ha puesto en el mercado?

> Berkley presentó en octubre un nuevo producto de Responsabilidad Medioambiental 'Berkley Enviro Solution'. Creemos que es un muy buen momento para contratar una póliza de medio ambiente. A lo largo de 2018 y 2019 la legislación se va a hacer más dura con respecto al medio ambiente. Confiamos en que las pymes lo contratarán.

Además, hemos mejorado y actualizado la póliza de D&O para PYMES, y a finales de abril presentaremos la póliza de D&O para Instituciones Financieras. Para este segmento de negocio lanzaremos a corto plazo los productos de RC Profesional, IMI (combinada RC Profesional más D&O) y BBB (póliza integral bancaria).

Por otra parte, estamos dando mucha importancia a lifescience para los ensayos clínicos, la biotecnología. En Estados Unidos tenemos una empresa que se dedica exclusivamente a lifescience, y nos aporta su conocimiento y experiencia para introducirlo en el mercado español en un futuro.

“Creemos que es un muy buen momento para contratar una póliza de medio ambiente”

¿Por qué ramos de negocio apuestan en su negocio?

> Además de nuestros productos de RC General, Daños y Accidentes, nuestra política es centrarnos en segmentos y en productos específicos. Por esa razón, dentro de nuestra organización interna hemos creado la unidad de specialties que integra los productos de Caucción, D&O, RC Profesional, RC Sanitaria y Responsabilidad Medioambiental, para potenciar su desarrollo con la ayuda y experiencia de nuestros compañeros de Estados Unidos.

¿Los puntos fuertes de Berkley en relación con otras aseguradoras?

> Ya le he dicho que, para Berkley, es muy importante estar cerca de sus corredores, por eso creemos en las delegaciones a lo largo de todo el país. Actualmente contamos con 4 delegaciones, Norte, Sur, Este y Centro, abarcando todo el territorio español y dando servicio de primera mano a nuestros mediadores. Nos hemos marcado como objetivo ser la compañía especialista con la que es más fácil de trabajar, y para ello ponemos a disposición de nuestros corredores una gran cantidad de recursos para agilizar el trabajo del día a día.

Seguimos apostando fuertemente por la autonomía del corredor y seguimos evolucionando y potenciando nuestra herramienta BE-Net, a través de la cual ya se puede realizar una gestión completa de las carteras (cotización y emisión online, consultar y descargar recibos, emitir certificados, duplicados de pólizas, ver el estado de tus siniestros, acceder a todas las pólizas de cartera).

Hemos incorporando nuevos canales de comunicación como el whatsapp para la gestión de siniestros. Hemos abierto un perfil de LinkedIn (Berkley España a Berkley Company), hemos creado BE-News, una newsletter mensual donde informamos de las novedades, facilitamos nuevos recursos de ayuda a la venta y publicamos interesantes artículos.

También hemos creado BE-Service, un servicio de atención permanente al corredor para todo lo relacionado con

su cartera, suplementos, modificaciones... y a mediados del Q2 estará operativo el EIAC que facilitará la comunicación entre los sistemas de las corredurías y Berkley.

¿Existe una oferta especializada de Berkley para el sector Empresarial?

> Nos consideramos especialistas en seguros para empresas y profesionales, que necesitan un servicio de alta calidad y un producto con amplias coberturas, adaptado a sus necesidades.

Contamos con varios productos combinados para dar soluciones integrales a las empresas. Todos nuestros productos están enfocados al sector empresarial y nos consideramos expertos en el asesoramiento del mismo.

La labor del mediador

En su opinión ¿cuál es el papel que juegan en el mundo del seguro los mediadores y corredurías?. ¿Cuál va a ser el distintivo de sus relaciones con los mediadores de seguros?

> Los mediadores juegan un papel fundamental. El desarrollo de nuestra estrategia comercial es a través de una red de mediadores expertos y altamente cualificados con los que mantenemos una relación de partnership. Sin el papel de los corredores no existirían las compañías como Berkley cuya premisa fundamental es la especialización y el mejor servicio. Los corredores siguen cumpliendo el papel esencial de asesorar al cliente.

El mercado cada vez pide más inmediatez, pero ha llegado un punto en el que también prima y mucho, la calidad. En los seguros, esta calidad solo se puede ofrecer a través de la mediación.

Además con la próxima implantación de la nueva IDD, las relaciones entre broker y aseguradora cada vez serán más estrechas.

La formación y especialización de los mediadores y la seguridad que reporta un mediador en el asesoramiento de productos aseguradores.

> Estamos potenciando la formación para que los corredores puedan conocer más en detalle nuestros productos y puedan argumentar a sus clientes sobre la necesidad de contratarlos. Próximamente vamos a lanzar BE-Campus, un programa de formación conjunta, para los empleados de Berkley y para los corredores.

El seguro por internet ¿es un competidor con el mediador?

> Yo no lo concibo como versus, sino como complemento. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, y de aplicaciones que cada vez automatizan más los procesos de cotización y contratación de seguros, es importante que exista una simbiosis entre estas herramientas y los corredores. Por eso, cuando lanzamos la nueva versión de BE-Net, os pedimos vuestra opinión y os escuchamos y el objetivo fue desarrollar todas las funciones que los mediadores nos habíais solicitado. Las herramientas como BE-Net no sustituyen el trabajo de los mediadores, en nuestro caso lo que hacen es facilitarlo y agilizarlo.■





ab + = ¿Qué beneficios tiene para el empresario el sistema arbitral de consumo?

En todos los establecimientos abiertos al público encontramos un cartel anunciando que existen hojas de reclamación a disposición del cliente. Da igual que se trate de una gran, o de una pequeña empresa. Para la resolución de estas reclamaciones en algunas ocasiones el consumidor-cliente insatisfecho, decide someter la controversia a arbitraje de consumo.

El sistema arbitral de consumo tiene la finalidad de resolver los conflictos surgidos entre los consumidores (o usuarios) y las empresas, y se caracteriza por su voluntariedad, pues sólo entra en juego cuando el consumidor lo solicita (hay que señalar que sólo el consumidor puede hacerlo) y la empresa está adherida al sistema o acepta expresamente someterse al arbitraje para un asunto concreto.

Es un procedimiento rápido, sobre todo en comparación con los procedimientos

judiciales. Es gratuito para ambas partes. Se pueden someter a arbitraje casi todo tipo de controversias. Y es eficaz por cuanto que la resolución (laudo) dictada por el Colegio Arbitral tiene la misma eficacia que una Sentencia judicial. El Colegio Arbitral está compuesto por 3 árbitros: un representante de la Administración, un representante del sector empresarial y un representante de los consumidores. El procedimiento es sencillo y no está sujeto a formalismo de ningún tipo.

Aunque pueda parecer lo contrario, las estadísticas demuestran que existe un equilibrio entre estimación y desestimación de las pretensiones del consumidor. Aproximadamente el 50 % los laudos dictados lo son a favor del empresario, por ello es importante conocer su funcionamiento para, dado el caso, aceptar sin miedos el arbitraje que nos propone el cliente descontento. ■

Envíe sus preguntas a consultas.panorama@kalibo.com

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



S.M. El Rey Felipe VI visitó el stand de Kalibo en Andalucía Digital Week



El monarca conversó con nuestros compañeros sobre la vulnerabilidad ante los ciberataques y el papel que juega el sector asegurador.



Con motivo de la inauguración de la Andalucía Digital Week, Kalibo recibió en su stand la visita de S.M. el Rey Felipe VI, el Ministro de Justicia Rafael Catalá y la presidenta de la Junta de Andalucía Susana Díaz, entre otras autoridades.

Andalucía Digital Week, que se celebró a mitad de marzo en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, fue un lugar de encuentro para contribuir a la Transformación Digital del sur de Europa. Organizado por Eticom (*patronal del sector TIC andaluz*) y Fibes, es el mayor evento anual sobre Economía y Sociedad Digital celebrado en Andalucía.

Sobre los ciber riesgos

S.M. Felipe VI se detuvo en el stand de Kalibo conversando con la representación de Kalibo, compuesta por Miguel de las Morenas, Oscar Sanz, Elena Pascual y José López. Nuestro director general, Miguel de las Morenas, afirmó al final de la visita que había sido una charla distendida y muy cercana sobre la problemática mundial ante los nuevos riesgos cibernéticos a los que se enfrentan tanto las empresas e instituciones como el ciudadano de a pie. "Conversamos

sobre la vulnerabilidad ante los ciberataques, tan frecuentes a día de hoy, y el papel que juega el sector asegurador, así como la necesidad de trabajar una cobertura aseguradora de ciber riesgos adaptada a las necesidades concretas de un hogar", afirmaron nuestros compañeros Miguel de las Morenas, Oscar Sanz, Elena Pascual y José López.

A lo largo de tres jornadas, en Andalucía Digital Week se desarrollaron sesiones de trabajo en diferentes formatos. Su objetivo fue convertirse en el principal escaparate del sector de nuevas Tecnologías de Información, Comunicación y Contenidos Digitales en Andalucía, siendo un punto de encuentro donde empresas, administraciones y sociedad en general tuvieron acceso a los últimos avances, estimulando así el desarrollo de su Sociedad y Economía Digital y aportando una nueva visión de las tecnologías. ■

Consulte a nuestros técnicos sobre la Responsabilidad Civil Profesional y los Riesgos Cibernéticos.





El Seguro de Caucción, la mejor alternativa al Aval para las empresas

El seguro de caución es el instrumento de garantías más eficaz para una empresa al facilitarles que puedan garantizar sus obligaciones contractuales frente a terceros mediante la presentación de un certificado de Caucción.

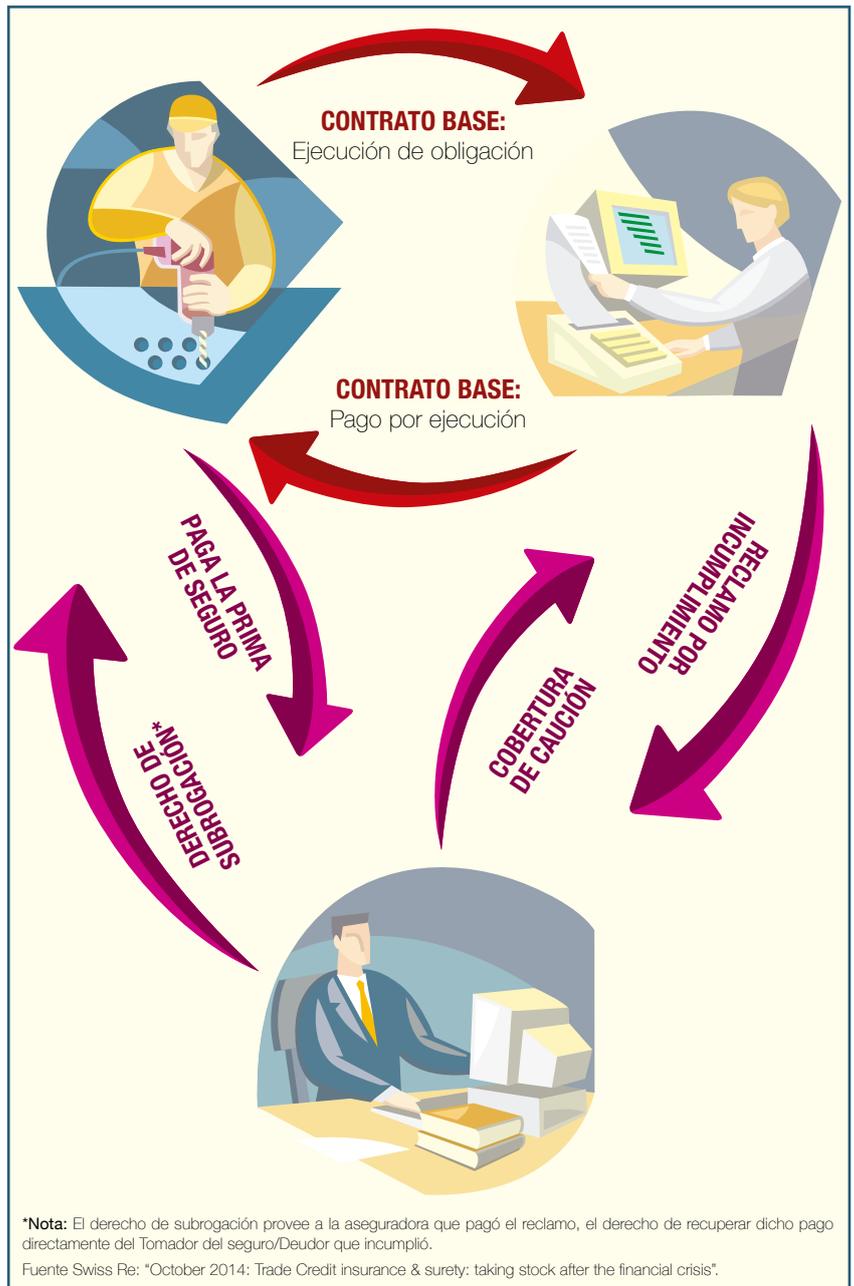
El seguro de caución es el instrumento de garantías más eficaz para una empresa al facilitarles que puedan garantizar sus obligaciones contractuales frente a terceros mediante la presentación de un certificado de Caución.

Todas las empresas que, por exigencias legales o contractuales, necesitan garantizar el cumplimiento de un compromiso adquirido con un tercero, ya sea con las Administraciones Públicas o la empresa privada, pueden beneficiarse de su uso, pues nos encontramos con que el seguro de caución es un sustitutivo perfecto del aval bancario.

A esto hay que añadir una situación de concentración Bancaria como la que vivimos actualmente donde se ha reducido la oferta Bancaria para la emisión de avales. El seguro de Caución es uno de los mejores sustitutos de dichos avales para garantizar las obligaciones de las empresas, ya que les permite contar con garantías para emprender nuevos proyectos o para acometer los que ya están en marcha.

Hay que tener claro, no obstante, que el seguro de caución no sirve para avalar financieramente a alguien, es decir para la obtención de un préstamo o garantizar un pago de un bien o servicio, sino para garantizar que alguien llevará a cabo alguna actuación concreta que queda estipulada claramente en un contrato.

En la constitución del Seguro de Caución intervienen tres partes: el Tomador, que es quien contrata la póliza para garantizar su obligación; el Asegurado, que es quien exige la presentación de una garantía a su favor para el caso de incumplimiento del Tomador; y el Asegurador, que es la compañía de seguros que emite la póliza.



CONTINÚA >

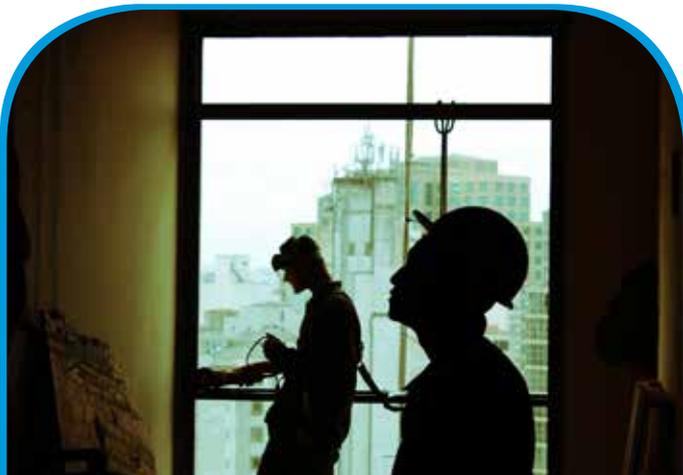
Ventajas del seguro de caución frente al aval bancario

Aunque ambos, avales bancarios y seguros de caución, cumplen las mismas funciones, contratar un Seguro de Caución proporciona numerosos beneficios para el tomador del seguro que no conseguirá con la obtención de un aval bancario.

Las ventajas del seguro de caución frente al aval bancario son:

- 1** El Seguro de Caución no computa riesgo en la Central de Riesgos del Banco de España (CIRBE). Por tanto, no afecta a la imagen de la empresa ante un posible endeudamiento futuro con una entidad bancaria, mejorando así su capacidad de endeudamiento.
- 2** La cantidad garantizada **NO SE REFLEJA EN EL PASIVO**, sino que supone un gasto deducible en la cuenta de explotación.
- 3** La Caución tiene costes inferiores a los avales bancarios, ya que únicamente se cobra por los días exactos de riesgo.
- 4** En el Seguro de Caución no pagas comisión por estudio, ni apertura, ni mantenimiento de línea, al contratar la Póliza.
- 5** El Seguro de Caución reduce gastos administrativos, a diferencia de los avales bancarios y, además, no incurre en gastos extra de notaría o cancelación de la póliza.
- 6** Libera tus recursos con total libertad, las entidades financieras, suelen exigir la inmovilización de la cuenta corriente de la empresa. Esto no suele suceder con el Seguro de Caución.

Podemos afirmar que el Seguro de Caución es mucho más ágil que el aval bancario y supone grandes beneficios para el tomador del seguro, que es nuestro cliente.



¿Qué tipo de empresas pueden necesitar seguros de caución?

Una amplia gama de Tomadores puede beneficiarse de las diferentes modalidades del seguro de caución para el desarrollo de sus actividades: grandes y pequeños contratistas de obra pública y privada, industrias Pyme, importadores y exportadores, constructoras, consultoras de ingeniería, entre otros.



El Seguro de Caución ¿un seguro o un servicio?

Yo lo vería más como un servicio pues todo pago realizado por la entidad aseguradora deberá ser reembolsado por el Tomador del seguro. Por este motivo, este tipo de seguros están sujetos al estudio pormenorizado de la solvencia financiera y moral del tomador del seguro, lo que hace que en ocasiones el asegurador rechace la suscripción de determinados riesgos u operaciones.

¿Cuándo puedo utilizar un seguro de caución en lugar de un aval bancario?

A continuación exponemos algunos ejemplos de casos en los que la póliza de caución se convierte en un medio con fuerza para garantizar el cumplimiento de un compromiso adquirido con un tercero.

LICITACIÓN PÚBLICA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS



Garantías definitivas y provisionales (licitaciones).

- Construcción.
- Gestión de residuos de la construcción.
- Obras de urbanización.
- Acopio de materiales.

ENERGÍAS RENOVABLES



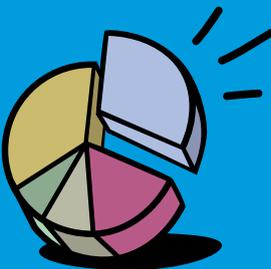
Puntos de conexión:
(eólico, biomasa, huertos solares...)

OBTENCIÓN DE LICENCIAS DE ACTIVIDAD



- Empresas de seguridad.
- Agencias de viajes.
- Agencias de la Propiedad Inmobiliaria.

FRACCIONAR UNA DEUDA CON AAPP



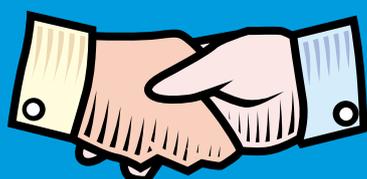
- Aplazamientos de impuestos.
- Aplazamientos de tasas e ICIO.
- Aplazamiento otras deudas con AAPP.
- Aduanas e Impuestos especiales.

GARANTÍAS JUDICIALES



Gastos jurídicos y costas judiciales

GARANTÍAS ENTRE PRIVADOS



- Garantías definitivas y provisionales (licitaciones).
- Prestación de servicio.
- Garantías de mantenimiento.
- Cualquier obligación estipulada contractualmente.

Kalibo Correduría de Seguros

Protección y tranquilidad para las empresas

Amplíe información sobre este u otros productos en el 976 210710 o en info@kalibo.com

www.kalibo.com www.rcprofesionalkalibo.com www.seguroparadirectivos.com



IMPRIME GRATIS* LOS DOCUMENTOS DE TU EMPRESA DURANTE UN AÑO

El equipo de la fotografía puede no corresponderse con el modelo ofertado.



EQUIPOS
INTELIGENTES

desde sólo**

46 €/MES



Si estás buscando un equipo flexible, de alta calidad y vibrante color, la TASKalfa 2552ci es la máquina idónea. Su avanzada tecnología asegura una perfecta gestión de documentos, así como una producción fiable en impresiones, copias y escaneos.

Su flexibilidad continúa con su amplia variedad de opciones de manejo de papel y de acabado, que garantizan que este multifuncional A3 soportará todos tus requerimientos documentales.

*Incluye las impresiones en B/N realizadas durante los primeros doce meses, con un límite de 50.000 copias en B/N

** Oferta limitada a 50 unidades. Cálculo sobre renting a 60 meses, sujeto a aprobación financiera. IVA no incluido.

Características TASKalfa 2552ci

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

infocopy

Plataforma Logística Plaza
C/. Tarento, nave 1 50197 Zaragoza
976 40 30 00 • comercial@infocopy.es

KYOCERA
Distribuidor Autorizado