



Turismo invernal en la Jacetania

Analizamos al detalle las claves y el futuro de la nieve, un sector estratégico para el desarrollo de nuestro territorio. / Págs. 4-5



Paro... situación alarmante

En noviembre, el número total de parados alcanzó un nuevo máximo histórico de 1.155 personas. Analizamos qué es lo que está pasando. / Pág. 7



Las carreteras, en punto muerto

Burnao realiza un análisis de las carreteras, unas infraestructuras fundamentales para el desarrollo de la comarca. / Págs. 8-9

Bono apuesta por la nieve como motor económico

El nuevo consejero de Economía y Empleo analiza la situación actual, el desempleo y el futuro de la Comunidad Autónoma de Aragón

Interesante entrevista la que Francisco Bono ha concedido al periódico Burnao en el número 1 de esta nueva etapa. El consejero de Economía, gran conocedor de Jaca y de la comarca de la Jacetania, tiene una dilatada trayectoria que, en los últimos años, le ha

llevado a ser el presidente del grupo Aramón y, desde hace unos meses, el nuevo consejero del Ejecutivo aragonés. En la conversación con Burnao, Bono ha ratificado la voluntad política del Gobierno que preside Luisa Fernanda Rudi para conseguir que la

unión de estaciones sea una realidad. No obstante, ha recalcado que no es el momento más oportuno.

También hemos comentado con el consejero de Economía su opinión sobre Jaca y la comarca. De la capital jacetana lo tiene claro: "Es la

capital del Pirineo". Y esta crisis no escapa a una conversación con Francisco Bono. ¿Cuál es la solución al desempleo? Para el consejero aragonés, la solución la tienen las empresas ya que son ellas las que crean puestos de trabajo. / Pág. 3

Cara a cara entre el alcalde de Jaca y el presidente de la comarca de la Jacetania

Víctor Barrio, alcalde de Jaca, y José María Abarca, presidente de la comarca de la Jacetania, analizan en Burnao los factores más determinantes en materia de turismo, nieve e infraestructuras en el Pirineo aragonés. También han explicado cuáles son sus objetivos para este próximo año 2012. / Pág. 6

Pirineo en Ruta: nuevo concepto para entender la montaña

Empresa innovadora que ha hecho de la bicicleta el mejor medio para conocer el Pirineo y las cordilleras más atractivas del extranjero como los Alpes, los Dolomitas o el Pirineo francés, a través de concentraciones cicloturistas, viajes guiados, descensos o travesías. Félix Jordán, de 27 años de edad, ha hablado de sus comienzos, de su trayectoria y de sus triunfos, desde el punto de vista de un joven empresario. / Pág. 14

Carlos Barrabés: "Claves para triunfar: las mismas que para ser feliz"

Natural de Benasque y empresario de referencia, Carlos Barrabés ha convertido su negocio especializado en deportes de montaña en una empresa multinacional en Internet. Barrabés nos desvela las claves para triunfar en el mundo empresarial. / Pág. 16



El máximo responsable de este departamento posa en su despacho del edificio Pignatelli, en Zaragoza.

Éxito de público en la I edición de la feria Jacetania's Winter

Este outlet de deportes de invierno ofreció material nuevo de anteriores temporadas a muy buen precio

Los amantes del deporte blanco disfrutaron de la primera edición de Jacetania's Winter, una feria centrada en material y ropa de nieve y hielo. Este destacado evento se desarrolló los días 12 y 13 de noviembre con una gran afluencia de público. La iniciativa sorprendió muy gratamente a los asistentes tanto por los buenos

precios de los productos como por el escenario elegido: la pista de hielo de Jaca. Durante el fin de semana, los niños también disfrutaron de muchas actividades como un rocódromo y tiro con carabinas láser. Además, la pista jacetana acogió demostraciones de patinaje, curling e incluso un partido de hockey sobre hielo. / Pág. 11

Turismo y medio ambiente, unidos en unas jornadas de trabajo

"El nuevo turismo del siglo XXI. La gestión medioambiental en el entorno de la montaña"

Por primera vez, la Asociación de Empresarios de la Jacetania (AEJ) ha organizado unas jornadas en las que se ha analizado la relación entre el turismo y el medio ambiente en las comarcas de la Jacetania y del Alto Gállego.

De la mano de destacados profesionales del sector turístico y del

medioambiental, como HdosO Consultores o Endesa, entre otros muchos, los asistentes han podido tomar conciencia de estrategias y medidas de ahorro energético así como de las ventajas que obtienen los alojamientos turísticos al incorporar a su gestión la variable medioambiental. / Págs. 12-13





Vecinos y turistas en las terrazas de los porches de la Catedral de Jaca. / HERALDO

Burnao: afrontamos una nueva etapa

Este periódico que tiene en sus manos es el primero que editamos en esta nueva etapa de la AEJ. Seguimos manteniendo la esencia de la revista que teníamos anteriormente (análisis de actualidad económica en las páginas centrales con encabezamiento de color sepia), pero con un nuevo formato en el que también queremos incluir información de interés general y más cercana al día a día.

Este esfuerzo, sumado a que realizamos un mayor número de ejemplares y tenemos más puntos de reparto, nos ha llevado a cambiar el formato de la publicación a un pa-

pel más económico. A cambio, hemos introducido el color, algo que esperamos anime la lectura, gracias a la vistosidad de las fotografías o al toque fresco de nuestras cabeceras. Mantenemos la periodicidad trimestral, para poder editar cuatro números al año: uno por cada estación.

El nuevo enfoque de la publicación tiene como objetivo ya no solamente plantear un análisis riguroso de la actualidad económica de la comarca, que ayude al empresario a conocer la situación y a tomar mejores decisiones, sino también dar a conocer los nuevos proyectos en los que se está trabajando, las iniciativas

más destacadas lideradas por la AEJ, así como ir mostrando a los lectores cómo es el tejido empresarial que genera gran parte de la actividad económica de la comarca.

En un tiempo en el que la imagen del empresario está en entredicho, a causa de la mala praxis de algunos delincuentes (con los que no nos identificamos), queremos destacar la importancia de la aportación a la sociedad de los empresarios jacetanos.

La realidad del emprendedor de nuestra tierra está alejada de la imagen del millonario que se lleva el dinero a paladas. Se trata más bien

del responsable de una pequeña empresa, muy vinculado al territorio, luchador infatigable y amante apasionado de su trabajo y de esta comarca pirenaica.

Las empresas locales son importantes, ya que, además de aportar su propia actividad, generan empleo y pagan gran cantidad de impuestos: el IBI, el IVA, el IRPE, la Seguridad Social, cuotas del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), cánones de todo tipo y, en el mejor de los casos, el Impuesto de Sociedades. Estos tributos ayudan a mantener el "estado del bienestar" al que hemos llegado gracias

a unos servicios públicos de gran calidad.

También nos parece importante decir que estos servicios pueden ser gestionados por organizaciones públicas, pero también privadas (bajo la supervisión de las administraciones competentes y con las condiciones que marcan), y que esa colaboración público-privada, con la aportación de las empresas jacetanas, puede ayudar a tener servicios mejores y más eficientes. Por todo ello, entendemos que es necesaria esta publicación y nos esforzaremos en mejorarla y en darle continuidad mientras cumpla con estos objetivos.

BURNAO Nº 1 / DICIEMBRE 2011

Burnao: Burgo Nuevo. Barrio comercial de Jaca que surgió puertas afuera de la muralla, paralelo al Camino de Santiago y con clara vocación aperturista.

Dirección: Asociación de Empresarios de la Jacetania, c/ Valle de Hecho, 6. C.P. 22700 Jaca. Teléfono 974 36 00 19.

Redacción: Cristóbal Cabezas, Paola Bandrés y Erik Fau.

Publicidad: teléfono 974 36 00 19.

Imprime: Impresa Norte.

Correo electrónico: aejacetania@telefonica.net.

Página web: www.empresariosjacetania.com.

En Facebook: Asociación de Empresarios de la Jacetania.

YouTube: www.youtube.com/user/aejacetania.

Depósito Legal: HU-11-1-1986

No los abandones, ellos no lo harían



“El Gobierno de Aragón cree en el proyecto de unión de estaciones”

Francisco Bono Ríos, consejero de Economía y Empleo del Ejecutivo autonómico

Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona, Francisco Bono fue consejero de Economía y Hacienda del primer Gobierno de Aragón (1982). Ex presidente de la Asociación Aragonesa de Ciencia Regional, ha sido profesor titular de Economía Aplicada de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza y ponente del área de economía del primer Plan Estratégico de Zaragoza en el seno de Ebrópolis. Fue subdirector de Ibercaja hasta 2010, donde desempeñó diversos cometidos (entre ellos, jefe de gabinete del director general y director del Área de Estudios, Comunicación y Empresas de Desarrollo Regional, así como la dirección de la revista “Economía Aragonesa”). También destacamos que fue presidente del grupo Aramón, presidente de la delegación en Aragón de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), miembro del capítulo aragonés del Club de Roma y profesor del Máster MBA y del Máster de Comunicación y Marketing de la Universidad de San Jorge. Es autor de diversas publicaciones, entre ellas las Tablas Input-Output de la Economía Aragonesa.

¿Cuál es su diagnóstico de la situación económica en Aragón?

La economía aragonesa presenta fortalezas diferenciales importantes respecto al promedio nacional. La renta por habitante es superior, tenemos una tasa de paro estructuralmente inferior a la media española, el sector industrial representa cuatro puntos porcentuales más en el PIB regional que en el conjunto nacional, nuestras empresas cuentan con una demostrada capacidad exportadora y el grado de endeudamiento, tanto del sector público como del privado, está en mejor posición que en el resto de España. Además, destacaría la posición de solvencia y liquidez de las cajas de ahorros y cooperativas de crédito aragonesas frente a los desastres de otros territorios.

Pero, al mismo tiempo, somos un mercado pequeño en el contexto nacional (3% del PIB) y mucho más en el panorama global (0,06% del PIB mundial). En nuestro tejido empresarial se nota la ausencia de una clase media suficiente de empresas y tenemos que ganar dimensión para poder competir en los mercados internacionales. Además, la dependencia del sector de la automoción se sigue notando y tenemos que apostar por diversificar e impulsar las inversiones en otros sectores.

¿Qué previsiones manejan en cuanto a la evolución de la economía?

La crisis de deuda soberana en la eurozona ha pasado a convertirse en la principal amenaza global para el crecimiento. En el ámbito nacional, persisten los riesgos ligados al lento proceso de ajuste en el mercado inmobiliario, factor que condiciona la solvencia del sistema financiero español, junto con la exposición de sus balances a los títulos de deuda soberana, tanto española como de otros países en dificultades. En el caso de la economía aragonesa, el principal riesgo que afronta es que la desaceleración de las grandes economías receptoras de las exportaciones regionales se convierta en recesión. Esto reduciría el ritmo exportador y, en consecuencia, el ritmo de actividad en el sector industrial, que es el que está tirando del crecimiento aragonés desde que comenzó la tímida recuperación. Es decir, nuestro mayor grado de apertura al exterior también nos hace más vulnerables a los vaivenes del comercio internacional.

¿Cuál es el principal objetivo del consejero?

El gran reto para la economía aragonesa, y por tanto para la Consejería, consiste en avanzar hacia un nuevo modelo económico, ya que el basado en el consumo y la construcción con cargo al endeudamiento ha caducado. Y hemos de conseguirlo en un entorno de fuertes



Nuestro objetivo es avanzar hacia un nuevo modelo económico. El basado en el consumo y la construcción con cargo al endeudamiento ha caducado

restricciones presupuestarias en las cuentas públicas y de dificultades en el acceso al crédito.

El objetivo, por tanto, es dinamizar la actividad económica para recuperar el crecimiento y la creación de empleo. Pero es un objetivo compartido que las empresas han de conseguir

con innovación, internacionalización de su actividad, visión a largo plazo en la gestión, capacidad emprendedora, mejoras de la productividad, optimización de las estructuras de costes e incorporación de las TIC a sus procesos productivos.

¿Con qué planteamiento hay que hacer frente al paro?

La solución al desempleo la tienen las empresas y son ellas las que nos sacarán de esta crisis porque son las que crean los puestos de trabajo. El empleo no se crea por decreto, ni siquiera con las mal denominadas políticas activas que se basan en formación al desempleado. El papel del sector público es de facilitador de un entorno favorable para las empresas, especialmente para las llamadas a protagonizar ese nuevo modelo económico. Debemos crear el marco adecuado que estimule la inversión y la competitividad del tejido productivo. Y en esa labor estamos trabajando intensamente en el Departamento de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón.

Hablando de los diferentes sectores, ¿cuál de ellos podría remontar antes?

Para crear empleo, las empresas tienen que recuperar la senda del crecimiento y este camino no es necesariamente un carril de vía estrecha. Es decir, no hay un sector concreto que disponga de la fórmula mágica; más bien se trata de empresas que están conjugando acertadamente la innovación con la internacionalización de sus productos y con una renovada estrategia de gestión empresarial. En cada sector, sea maduro o puntero, hay ejemplos de empresas en crecimiento: en el sector tecnológico, en el juguetero, en el sanitario e incluso en el de la construcción (siete de las diez principales constructoras del mundo son españolas). Por tanto, saldrá antes la empresa que mejor consiga adaptarse a las nuevas circunstancias económicas.

En el caso del Pirineo aragonés, el sector turístico y de nieve está bastante asentado. ¿Es ello una ventaja?

Por supuesto que lo es, pero en materia de turismo hay que reforzar la promoción y comercialización de toda la oferta aragonesa, dentro de la que destaca la nieve. En el actual contexto de contención presupuestaria, las nuevas tecnologías y las redes sociales han de convertirse en herramientas eficientes y eficaces de marketing para promocionar nuestros atractivos turísticos, que son muchos. De nada sirve tener un buen producto si no lo vendemos y conseguimos captar más visitantes. Y no hace falta irse a mercados muy lejanos porque el turismo intrarregional y el de las comunidades vecinas ha de ser uno de nuestros primeros objetivos.

¿Continúa la apuesta de unir las estaciones del valle de Tena y del valle del Aragón?

El Gobierno de Aragón tiene voluntad política y cree en el proyecto, lo que sí es cierto es que el momento no es el más oportuno.

¿Qué supondría esta unión para el territorio de las estaciones de Candanchú, Astún y Formigal?

En primer lugar, tener un espacio esquiable de tamaño equiparable al de las mejores estaciones del resto de Europa; y en segundo lugar, supondría un beneficio económico considerable para ambos valles.

Usted es un hombre de montaña y visita Jaca con bastante asiduidad. ¿Cómo ve la situación de Jaca y su comarca desde el punto de vista económico y de desarrollo?

Jaca sigue siendo una ciudad dinámica, con gran atractivo y con aire de desarrollo. Si hablamos de la comarca, creo que precisa de un mayor dinamismo empresarial.

¿Qué destacaría de la capital jacetana y de su gente?

Jaca es sin duda la capital del Pirineo, por su tamaño y, por supuesto, por su oferta cultural, gastronómica y económica. Su gente es acogedora y hace sentirse bien a todo el que viene de fuera.

El futuro del turismo invernal en la Jacetania

Analizamos todas las claves del mundo de la nieve, un sector estratégico para el desarrollo de la zona

Comenzamos la campaña de nieve con una nueva ilusión. En la Asociación de Empresarios de la Jacetania hemos invertido mucho tiempo, trabajo y gran parte de nuestro escaso presupuesto en intentar crear un estado de opinión favorable a las inversiones en materia de nieve en esta comarca.

En las elecciones autonómicas del pasado mes de mayo, se pusieron en sintonía los discursos de las tres fuerzas políticas que finalmente más votos consiguieron y han tenido responsabilidad de gobierno (PP, PSOE y PAR).

Esto nos hace pensar que las propuestas que estamos haciendo están bien vistas por esos tres partidos, ya que han sido incorporadas a sus programas electorales y, además, han sido respaldadas por los ciudadanos, puesto que esas fuerzas políticas han conseguido la representación suficiente para gobernar en ayuntamientos, comarcas, en la Diputación Provincial de Huesca y en el Gobierno de Aragón.

SECTOR ESTRATÉGICO

Durante este tiempo, hemos sido muy críticos con la exclusión de las estaciones invernales de esta comarca de las inversiones públicas que se han realizado dentro del Plan de la Nieve Aragonesa. Ello nos ha llevado a un estado de ánimo muy amargo, sobre todo teniendo en cuenta que los malintencionados nos dicen que la exclusión a la que estamos siendo sometidos se debe a motivos poco justificables.

Siempre hemos compartido, con el Gobierno de Aragón el argumento de que la nieve es un sector estratégico en la economía y que las inversiones en las estaciones de esquí repercuten en la actividad económica de todo el tejido empresarial. Tan solo un 20% del gasto de los esquiadores es para los remontes, mientras que el resto se reparte entre los sectores de hostelería, comercio, inmobiliario y servicios auxiliares.

Pero nunca hemos estado de acuerdo con la exclusión sistemática de esta comarca de todas esas inversiones que, además, han creado un enorme atractivo muy próximo, lo que ha perjudicado enormemente a todo el tejido empresarial. El efecto de atracción de Formigal ha roto el anterior equilibrio y se ha notado en todos los sectores: hostelería, restauración, comercio, inmobiliaria o construcción.

No podemos decir que el efecto ha sido cero, sino negativo hacia los intereses económicos de esta comarca, donde, además, se paralizó hace casi veinte años el desarrollo de la estación de Astún de manera totalmente injusta. Prueba de ello son las resoluciones tomadas por todos los

tribunales, avaladas por el Tribunal Supremo en última instancia.

SIEMPRE CONSTRUCTIVOS

No obstante, la reacción del tejido empresarial de la comarca ha sido siempre constructiva: trabajar para encontrar una solución que fuera viable y aceptada por todos para conseguir los objetivos comunes: reactivar la economía de la comarca, crear empleo, fijar población y, con todo ello, poder pagar unos impuestos que generen los recursos necesarios para tener unos servicios públicos dignos.

De la mano de las estaciones de esquí y de los ayuntamientos del valle, por medio de una comisión de trabajo ad hoc (a medida) de la Asociación Turística del Valle del Aragón (ATVA), comenzamos a elaborar un plan maestro para analizar la unión de las estaciones de este valle con el valle de Tena. Este estudio ha demostrado la viabilidad técnica y ha ofrecido una previsión sobre la inversión necesaria para resolver las dudas que nos hacían llegar los detractores del proyecto.

UN TOTAL DE 35 MILLONES

La primera fase que planteamos se queda en quince millones de euros, que se completarían con otros doce millones para la unión con Formigal, y finalmente con otros seis millones si se llegara a conectar con Canfranc. La inversión de todo el proyecto supondría un total de 35 millones de euros. Estas cantidades, comparadas con los 160 millones de euros que según fuentes de Aramón se han invertido en sus estaciones, podrían llevar a calificar este proyecto de "low-cost".

A nuestro criterio, el hecho de que el dominio esquiabile resultante fuera el mayor de España y el octavo del mundo es una de las conclusiones más importantes del estudio. Este gran dominio esquiabile llegaría a ser competitivo para el esquí de semana, ya que consideramos que actualmente en nuestras estaciones la actividad está demasiado centrada en los fines de semana y las fechas festivas.

Actualmente, para el denominado esquí de semana, los esquiadores eligen grandes dominios con los que hoy las estaciones aragonesas no pueden competir. Este proyecto podría cambiar por completo este panorama.

IMPORTANTÍSIMAS SINERGIAS

A este dominio esquiabile hemos querido darle el nombre de Aragón, con el objeto de ayudar a posicionar la marca como destino turístico. Esto podría crear importantes sinergias a otros destinos de montaña próximos, al igual que

pasa en las diferentes estaciones de montaña andorranas, o en los Dolomitas italianos.

Todo ello confiere al proyecto una dimensión mucho más importante que un proyecto local, argumento que, consideramos, también debería de ser valorado por el Ejecutivo aragonés, especialmente en este momento de escasez de recursos, donde se han de priorizar las inversiones.

CALIDAD Y VALOR AÑADIDO

Todas las empresas de la comarca son muy conscientes de la importancia de este proyecto y, por ello, están combinando estos pasos con importantes apuestas, tanto por las estaciones de esquí (modernización de instalaciones y de innivación, creación de "snow parks" e informatización de los tornos de acceso a las instalaciones), como por todo el tejido empresarial, en una apuesta muy clara y decidida por ofrecer calidad y aportar valor añadido a las experiencias vividas por nuestros visitantes.

Los empresarios y ayuntamientos hacemos una clara apuesta por la calidad

Una muestra de todo ello es la renovación de la planta hotelera de la comarca, que, sin ampliación de capacidad de plazas, ha aumentado la categoría de los hoteles. También se puede comprobar que no ha habido un aumento significativo de camas, ya que la demanda no lo ha permitido (tenemos porcentajes de ocupación hotelera por debajo de los niveles mínimos de rentabilidad económica). Además, el desarrollo ha de ser sostenible.

Finalmente, durante este periodo también ha habido una cantidad significativa de inversiones municipales destinadas a aportar ese mayor valor añadido.

Dichas inversiones se han visto culminadas con la inauguración del Museo Diocesano de Jaca, el Palacio de Hielo, las piscinas municipales, la creación de un patronato para mejor disfrute turístico de la Ciudadela de Jaca, el Ecoparque El Juncaral en Villanúa o A Lurte, el centro pirenaico de referencia de la nieve y los aludes.

Es evidente que los empresarios y ayuntamientos de esta comarca nos creemos de verdad que gran parte de nuestro futuro está en el turismo, ya que no nos limitamos a las palabras, invertimos con nuestros propios recursos en una clara apuesta por la calidad y el servicio.

Por todo ello, consideramos que somos merecedores de la confianza de nuestras administraciones,



Invertir en las estaciones de esquí repercute en todo el tejido empresarial. / HERALDO

nes, mediante las inversiones públicas en materia de nieve que hasta ahora de manera sistemática nos han excluido, dirigiéndose a otros destinos turísticos.

Consideramos que ese es el me-

jor aval para que esas inversiones públicas lleguen y sean aprovechadas con responsabilidad y seriedad con el único objetivo de conseguir un desarrollo sostenible y equilibrado del territorio.



Bella estampa de una de las pistas de la estación de Astún, en el valle del Aragón. / HERALDO



Una prueba desarrollada en la estación de Candanchú. / HERALDO

Aragón Ski Circus

El pasado 16 de diciembre se culminó todo el trabajo de elaboración del Máster Plan de la empresa Ecosign, proyecto que persigue la unión de las estaciones de esquí de Candanchú, Astún y Formigal y que está siendo impulsado por la Asociación Turística del Valle del Aragón (ATVA). Después del acto de presentación de la segunda fase del estudio, se trasladó una copia del mismo a la Consejería de Economía y Empleo del Gobierno de Aragón.

El aspecto más destacable de todo el proceso es el esfuerzo de este territorio para acordar las soluciones técnicas que mejor encajan con los intereses de cada una de las organizaciones afectadas, como son empresas y ayuntamientos. Otro punto a reseñar es el respaldo de una consolidada ingeniería externa con amplia experiencia en el diseño, ejecución y puesta en marcha de este tipo de conexiones en todo el mundo. Aún queda mucho camino por recorrer, pero se puede afirmar que se ha presentado una propuesta sólida y consistente, surgida desde el territorio y con un amplio respaldo de los agentes afectados. Este es el momento de que nuestros gobernantes comiencen a tomar las decisiones que tanto tiempo llevamos esperando.



El proyecto de unión de los valles del Aragón y de Tena supondría una inversión total de 35 millones de euros. / HERALDO

¡Estamos de vuelta!



Gafa progresiva



Me gusta



Enviar oferta a un amigo

189€*



*Precio para monturas seleccionadas con lentes progresivas blancas. Graduación máxima (+2 cil -4 esf).

primera ópticos
SERRABLO

C/ Serrablo, 75 22600 Sabiñanigo (Huesca)
Tel.: 974 48 14 44

primera ópticos
OROLL

C/ Zocotín, 15 2270 Jaca (Huesca)
Tel.: 974 36 09 96

José María Abarca

Presidente de la comarca la Jacetania



¿Qué importancia le otorga al sector de la nieve? ¿Será una realidad la unión de estaciones?

Según datos de Nieve de Aragón, la nieve genera en nuestra comunidad 170 millones de euros, casi 150 euros por esquiador y día. Por tanto, en nuestra comarca es fácil deducir que tiene gran importancia, y en el valle del Aragón todavía más. Por eso es tan esencial apostar por nuevas actuaciones para mejorar la oferta en este sector, incluida, claro está, la unión de estaciones. En el valle del Aragón sufrimos la mejora de la oferta en otras estaciones y necesitamos recuperar la posición que no debimos perder nunca.

¿Veremos finalizada la autovía? ¿Considera que el PSOE ha cometido una grave irresponsabilidad no cumpliendo los objetivos iniciales en materia de carreteras?

Sí. Ahora el problema es cuándo. Necesitamos las autovías terminadas para que se facilite la llegada de usuarios. Es importante acabar la autovía Huesca-Jaca, pero es más importante que avancen las obras en el tramo Jaca-Límite de Navarra. La parte navarra de autovía se pondrá en servicio el día 22 de diciembre, según se ha anunciado. Y no nos olvidemos que, a día de hoy, sigue faltando casi todo el tramo aragonés. **¿Qué opina del resultado de las elecciones generales del pasado 20-N y, sobre todo, de estas últimas semanas en las que se ha estado realizando el traspaso de poderes?**

Ha sido un resultado claro. Los ciudadanos hemos decidido, con una participación alta, dar apoyo mayoritario al PP. Esperemos que gobierne con acierto. Lo necesitamos todos tanto como que nieve aquí y ahora.

¿Qué opina del pacto PP-PAR para dichas elecciones, un pacto que no se llegó a concretar en la ciudad de Jaca o en la comarca de la Jacetania?

El PAR ofrece estabilidad con siete diputados al Gobierno de Aragón. Era natural e inteligente coaligarse para las Generales. El resultado lo demuestra. Ha sido bueno para el PP y para el PAR, y para los aragoneses. Ahora hay que trabajar mucho y bien en la

acción de gobierno allí donde toque: hay que crear empleo y salir de la crisis. Eso es lo que ha pedido la ciudadanía. En cuan-

El sector de la nieve genera en Aragón 170 millones de euros, casi 150 euros por esquiador y día. Por tanto, es fácil deducir que tiene gran importancia en nuestra comarca

to al Ayuntamiento de Jaca y la comarca de la Jacetania, no se produjo ese acuerdo que parecía natural y normal. El Partido Aragonés de la comarca de la Jacetania entendió el mandato electoral e hizo esfuerzos para llegar a acuerdos que no prosperaron ya que son cosa de dos o más.

¿Cuáles son sus objetivos para 2012? Dentro de esos objetivos, ¿cuenta con la aportación de asociaciones empresariales, como la AEJ?

Hay que reordenar las cuentas en la medida de lo posible. Tenemos que contar con la financiación real y que, ahora, todavía desconocemos. Veremos qué transfieren el Estado y el Gobierno de Aragón y entonces aprobaremos los presupuestos para 2012. Debemos trabajar por las competencias propias y aquellas que, no siendo propias, convienen a los ciudadanos y al territorio. En ello solicitaremos la participación, desde luego, de las asociaciones empresariales.

Víctor Barrio

Alcalde de Jaca



¿Qué importancia le otorga al sector de la nieve? ¿Será una realidad la unión de estaciones?

La comarca de la Jacetania, junto con las estaciones de esquí de Candanchú y Astún, ha sido pionera en la nieve en España. En gran parte, su desarrollo turístico ha venido por la promoción de los deportes de invierno, donde Jaca siempre ha estado a la cabeza como ciudad de ocio y de après ski. Estos últimos años se ha creado un gran desequilibrio con otras estaciones, con otros valles y que ahora hay que volver a igualar. Tenemos

Estamos trabajando para que la unión de las estaciones sea una realidad lo antes posible. Todo esto servirá para generar una nueva economía en el valle del Aragón

unas estupendas pistas y unas excelentes estaciones, en las cuales hay que invertir y reactivar. Igualmente, tenemos unos magníficos profesionales, conocedores del terreno y del mundo de la nieve en todos los aspectos. Estamos trabajando para que la unión de las estaciones sea una realidad lo antes posible. Todo esto, en conjunto, servirá para generar una nueva economía en el valle del Aragón.

¿Veremos finalizada la autovía? ¿Considera que el PSOE ha cometido una grave irres-

ponsabilidad no cumpliendo los objetivos iniciales en materia de carreteras?

Hay que ver el estado de cuentas del Ministerio de Fomento para poder priorizar las inversiones. Habiendo tenido un secretario de Estado de Planificación e Infraestructuras de nuestra provincia, poco ha hecho por ellas. En cualquier caso, es muy importante también, y así lo estamos haciendo, volver a trabajar por el Canfranc, una infraestructura indispensable para el desarrollo de nuestra zona. El Partido Popular defiende la modernización y reapertura de la línea.

¿Qué opina del resultado de las elecciones generales del pasado 20-N y, sobre todo, de estas últimas semanas en las que se ha estado realizando el traspaso de poderes?

Era un resultado esperado, aunque la diferencia de votos entre los dos partidos más grandes, no ha dejado de sorprender. Parece que el resultado estaba ya escrito, después de unos años de un pésimo gobierno. De todas formas, y según cuenta Mariano Rajoy, son muy de agradecer las facilidades que se han dado a la hora del traspaso de poderes.

¿Qué opina del pacto PP-PAR para dichas elecciones, un pacto que no se llegó a concretar en la ciudad de Jaca o en la comarca de la Jacetania?

Si algo hay que destacar especialmente es que los aragoneses están representados mejor que nunca en el Gobierno central, gracias a esas grandes coaliciones que se han hecho en Aragón.

¿Cuáles son sus objetivos para 2012? Dentro de esos objetivos, ¿cuenta con la aportación de asociaciones empresariales, como la AEJ?

En estos momentos, estamos elaborando los presupuestos. Unos presupuestos muy austeros, pero eso no quiere decir que no vayamos a intentar desarrollar al máximo posible nuestro programa. Las asociaciones empresariales tienen que jugar un papel destacado en estos años, ya que ésta es su misión.

ACTUALIDAD ECONÓMICA

Paro, situación alarmante en la comarca

El número de parados ha alcanzado el máximo histórico de 1.155 personas

Las cifras de paro del pasado noviembre fueron peores que las del mismo mes de los últimos diez años. El incremento interanual ha sido continuo desde 2007, cuando la falta de nieve hizo peligrar la organización del Festival Olímpico de la Juventud Europea (FOJE). Hasta la fecha, los datos no han parado de empeorar: desde el volumen de facturación anual hasta la ocupación hotelera, han sufrido un retroceso que ha repercutido en un aumento de las cifras del paro y en una disminución de la población. En esta comarca, hemos vivido nuestra particular tormenta perfecta, con el choque de varios frentes que, unidos, han llevado muchos proyectos a la deriva.

Se fueron agrandando las distancias entre las estaciones con inversión pública y las que no tuvieron esa suerte, con la consecuente fuga de esquiadores. En 2007 se hizo evidente la diferencia entre las zonas innivadas. Las estaciones agraciadas por la inversión pública disponían de cañones en gran parte del dominio esquiable, mientras que las demás solo los tenían en las cotas bajas, en las que curiosamente fue donde se pudo esquiar. Por suerte, esta circunstancia se ha ido corrigiendo en este valle en los últimos años, gracias sobre todo a la inversión privada.

En 2008 se desató una profunda crisis económica, que ha ido enlazando varios problemas: desde la contaminación del sistema hipotecario por las tóxicas hipotecas NINJA, hasta el problema del déficit público, agravado por la aplicación de unas políticas keynesianas destinadas a reactivar la economía y que demostraron no ser muy efectivas. Todo ello ha traído un significativo deterioro de la economía y del consumo.

Durante estos años, ha crecido mucho la competencia, en ocasiones por encima de la demanda. Además, han aparecido numerosos destinos emergentes, como los países del este de Europa, que han comenzado a competir con España gracias a la proliferación de compañías aéreas de bajo coste, subven-



Recepción del hotel Oroel, situado en la avenida de Francia de la capital jacetana.

cionadas en muchos casos por esos mismos destinos.

PÉRDIDAS DE LAS EMPRESAS

Si miramos hacia atrás, veremos los desastrosos efectos de esta tormenta: caída de precios, elevadísima tasa de paro y baja rentabilidad o incluso pérdidas de las empresas. Así, ha resultado imposible reducir un alto endeudamiento, en un entorno de restricción al crédito y fuerte incremento de costes.

Parece que las cifras de noviembre de 2011 nos demuestran que

todavía no se ha llegado a un suelo desde el que rebotar: el número de parados, que durante el otoño se había congelado con respecto al año anterior, ha vuelto a caer a cifras

peores que en años anteriores, lo que va acompañado de una reducción de las pernoctaciones acumuladas de todo el año, que se sitúan en torno a un 6%. El número total de parados ha alcanzado un nuevo máximo

histórico de 1.155 personas. Destaca el sector servicios, en el que se alcanza un nuevo récord de 770 parados, que suponen un 67% del total.

Destaca el sector servicios, en el que se registra un nuevo récord de 770 parados



Oficina del INAEM de Jaca.



- DULCES ARTESANOS
- PATATAS JACA
- PASTILLAS ANSOTANAS
- ROCA Y TECIAS DE JACA

LA IMPERIAL
CONFITERÍA Y PASTELERÍA



Mayor, 14 JACA • T. 974 360 199

CONSTRUCCIONES

ANTONIO BIEC S.L.

Construcciones en general
Reformas • Viviendas
Promoción de viviendas

Avda. Zaragoza, 17 bajo • Jaca (Huesca)
Tel/Fax 974 355 173 • 608 030 995 / 630 674 937

Nuestras carreteras, en punto muerto

Hablamos con el secretario de Estado de Infraestructuras en funciones, Víctor Morlán



El aragonés Víctor Morlán, secretario de Estado de Planificación e Infraestructuras en funciones del Ministerio de Fomento.

Después de haber mantenido varias reuniones con el secretario de Estado de Planificación e Infraestructuras en funciones del Ministerio de Fomento, Víctor Morlán, en las que nos explicó las rescisiones de contratos con multitud de obras públicas de infraestructuras sumamente necesarias para Jaca y nuestra comarca, y pasadas unas elecciones generales que traen un nuevo equipo de Gobierno, nos ha parecido un buen momento para hacer un repaso de todo ello, así como un pequeño análisis de la situación actual y las previsiones de futuro.

Todos sabemos que cuando el Ministerio de Fomento por fin parecía decidido a acometer las tan necesarias carreteras de Pamplona-Jaca-Huesca, de repente alguien se dio cuenta en Madrid de que estaba gastando más de lo que ingresaba y “no se le ocurrió otra cosa” que pararnos las obras que llevábamos tanto tiempo reclamando. La paralización fue prácticamente de un día para otro, dejando las obras inacabadas, con serios problemas de estabilidad en algunos casos, lo que llevó a desprendimientos de rocas y trabajos de acondicionamiento en algunos tramos para garantizar por lo menos la seguridad de los viajeros.

Le hemos mostrado nuestra indignación y enorme decepción

Durante todo este tiempo hemos estado muy activos en la crítica, en la reclamación, tanto en los medios de comunicación como a través de todas las instituciones a las que tenemos acceso desde la Asociación de Empresarios de la Jacetania, como la Confederación de Empresarios de la Provincia de Huesca (CEOS), la Cámara de Comercio e Industria de la provincia de Huesca y nuestros políticos más cercanos.

A consecuencia de estas presiones, Víctor Morlán ha venido en tres ocasiones a ofrecernos explicaciones.

En cada una de ellas hemos tenido la oportunidad de expresar nuestra indignación por esta situación intentando, en cada visita, arrancarle un ápice de compromiso de mejora.

En plena campaña electoral, vino una cuarta vez, en la que los escasos representantes empresariales que acudimos pudimos transmitirle nuestra enorme decepción con la tramitación realizada con la Travesía Central Pirenaica (TCP), así como la triste imagen que nos ofreció en Barcelona el ministro de su equipo de Gobierno, brindando con cava para celebrarlo.

Tras todas esas visitas, en este momento, así visualizamos la situación en la página siguiente.



Reunión del Gobierno de Aragón para apoyar la Travesía Central Pirenaica./ HERALDO DE ARAGÓN

Túneles de Monrepós



Desde la paralización inicial se han relanzado algunos tramos, llegando al último compromiso adquirido, que fue el de abrir el pasado 25 de octubre el tramo Jaca - Sabiñánigo.

Si los números no nos fallan, el primer recorte del Ministerio dejaba en los presupuestos de 2011 únicamente 21,34 millones de euros para ejecutar una carretera que ascendía a más de 427 millones (Jaca - Nueno). Antes de los recortes, estaba previsto gastar en torno a los 70 u 80 millones anuales.

En este momento, tras los últimos compromisos adquiridos, se podrían llegar a ejecutar algo más de 50 millones de euros, cantidad superior a la del primer recorte, pero muy inferior al ritmo normal de la obra.

En definitiva, el ritmo que se llevaba inicialmente era como para finalizar la carretera del puerto de Monrepós entre 2014 y 2015. La paralización y recorte presupuestario podría haberlo llevado al absurdo del año 2029. Pensamos que con el ritmo de trabajo que se está llevando, en torno al año 2018 podríamos tener acabadas estas obras.

Autovía Pamplona-Jaca-Huesca



El Sr. Morlán nos dijo en su primera visita que, tras la parada de las obras, éstas tardarían en reanudarse, ya que la idea del Ministerio es que sea una de las pocas autovías que se ejecuten bajo el método alemán de peaje en sombra, o como él denominó: CPP (Colaboración Público-Privada).

El Ministerio iba a terminar lo iniciado por los navarros con la misma metodología de trabajo con la que ellos han ejecutado una parte. Posiblemente, a ello contribuyeron en gran medida las presiones de los navarros, que veían que la autovía que estaban ejecutando acababa en un barranco, sin visos de continuidad.

En su última visita, Víctor Morlán nos confirmó que esperaban poder inaugurar el tramo Yebra - Fiscal antes del mes de marzo de 2012 (con una inversión total de 117 millones de euros) y respondió a nuestras preguntas alegando que se complicaba lo de la CPP del tramo aragonés de Jaca - Pamplona, a causa de las dificultades de financiación.

Es muy triste que el Ministerio de España tenga más difícil el acceso a la financiación que los navarros, que han sido capaces de hacer su tramo en el plazo en el que se comprometieron. Aunque también es muy triste que en Madrid sean los navarros los que más han insistido con estas obras.

Prioridades



El 75% de las pernoctaciones que tenemos en la comarca son de viajeros que vienen por el puerto de Monrepós, desde aragoneses y madrileños hasta catalanes, pasando por andaluces o valencianos. Para la hostelería, actividad económica con un fuerte impacto en la creación de empleo, es una carretera prioritaria.

No obstante, gran cantidad de las segundas residencias de la zona son de navarros y vascos, lo que hace también imprescindible para el comercio el arreglo del tramo pendiente de Jaca - Pamplona, que es el tramo aragonés.

Si hay que dar prioridades, lo tenemos claro: las dos son muy importantes y seguiremos siendo críticos con toda esta situación. Nuestra asociación continuará presionando y exigiendo para que se retomen todas las obras, hasta su finalización completa.



BRICOLAJE Y FERRETERÍA

HERRAMIENTAS, JARDINERÍA, ARTICULOS DE FONTANERÍA Y CALEFACCIÓN, MUEBLES DE COCINA, EQUIPAMIENTOS DE BAÑO Y COMPLEMENTOS, HIDROMASAJE, SAUNA...

Ctra. Jaca - Sabiñánigo, Km. 3,4
22700 Jaca (Huesca) Tel. 974 355 652

C/ del Deán, 4-6 • 22700 Jaca (Huesca)
Tel. 974 360 839

brico@bricojaca.com • www.bricojaca.com



PON TU
TOQUE
BRICO

Swaps, participaciones preferentes y ética en el sector bancario

Sergio Baches Opi / Jorge Galíndez Arribas

Baches Galíndez Abogados

El fenómeno de la innovación no es exclusivo de los sectores industriales o tecnológicos. En los últimos diez años ha tenido también su impacto muy significativo en los mercados financieros, hasta el punto de cambiar buena parte de la operativa bancaria en el canal minorista.

También como en la ciencia, el mal uso de la innovación financiera puede causar en ocasiones graves perjuicios a los usuarios y consumidores finales. En los últimos años, los bancos y cajas de ahorros han desarrollado productos financieros cada vez más complejos, o han actuado como intermediarios de otras entidades financieras, muchas veces extranjeras, comercializando en masa este tipo de productos entre sus actuales o potenciales clientes.

Este no es un problema español, sino de dimensiones globales. En el ámbito de la Unión Europea las normas sobre Mercados de Productos Financieros del año 2004, conocidas con el acrónimo "MIFID" (Markets in Financial Instruments Directive), establecieron un marco legal sobre la prestación de servicios de inversión que consolidó y aumentó la protección de los inversores. Estas normas europeas fueron transpuestas a la normativa española a través, entre otras disposiciones, de la Ley del Mercado de Valores de 2007 y, por lo tanto, afectan y obligan directamente a todas las entidades financieras y de inversión cuando informan, asesoran o venden productos financieros a sus clientes.

Este tipo de productos o instrumentos financieros que tienen técnicamente el carácter de "derivados", es decir, instrumentos cuyo valor se basa en el precio de otro activo (que pueden ser acciones, índices bursátiles, valores de renta fija, tipos de interés de cambio, materias primas o inflación), vienen siendo comercializados con distintas denominaciones, como swaps, permutas financieras, clips de intereses, collars, opciones o futuros. Estos productos no eran

nuevos en la arena financiera. Lo que sí resultó novedoso es su comercialización a gran escala entre clientes e inversores sin los conocimientos adecuados para entender la mecánica y valorar los riesgos de estos productos.

Es de todos conocido que algunos de estos instrumentos "derivados" se han comercializado entre particulares y pequeños empresarios, en muchos de los casos por una fuerza de ventas que desconocía su funcionamiento y nivel de riesgo, bajo la apariencia de contratos que ofrecían cobertura frente a las fluctuaciones al alza de los tipos de interés que podían afectar a productos de financiación contratados a interés variable (Euribor u otros), como préstamos hipotecarios o líneas de financiación. Por lo tanto, los clientes e inversores, y esto es

lo relevante, han sido inducidos en muchos casos a creer que contrataban unos "seguros" de cobertura para evitar el incremento de los tipos de interés de sus préstamos y créditos. El objeto de estos instrumentos financieros (swaps, clips, o collars, entre otros) es difícil de entender para un inversor no profesional pero, en esencia, un swap simple consiste en un pacto en el que las partes acuerdan intercambiarse entre sí en un tiempo futuro pagos de cantidades resultantes de aplicar sobre un importe de capital nominal convenido un determinado tipo de interés (ya sea de interés fijo contra variable, variable contra variable o variable contra fijo).

La naturaleza de este tipo de contrato era muy distinta a como la presentaban los empleados de muchas entidades financieras, no siendo infrecuente que estos soportasen una fuerte presión de sus respectivas cúpulas directivas para obtener la máxima rentabilidad en su práctica bancaria. Tal y como nuestros tribunales han establecido en numerosas sentencias, en realidad y en muchos de los casos, estamos ante un producto "complejo" del que deriva un contrato "aleatorio con tintes especulativos", es decir, que legalmente no es un producto de cobertura sino un instrumento especulativo, sobre todo si la contratación de estos instrumentos financieros no viene asociada a un préstamo u otro producto de financiación. En una gran cantidad de casos el cliente se ve afectado por un producto financiero que solo le provoca perjuicios, puesto que, en los supuestos con prima, a la prima pagada a la entidad financiera en el momento de la contratación hay que añadir las liquidaciones periódicas por lo general favorables al banco por cantidades relevantes, con el añadido

de que la cancelación o resolución anticipada del contrato supone el pago de cantidades sustanciales que el inversor no suele poder asumir.

A raíz de la bajada de tipos de interés, también ha sido

muy frecuente el ofrecimiento por las entidades financieras de un producto denominado "participaciones preferentes" (por ejemplo, los "bonos islandeses"). Este producto híbrido (mezcla de deuda y capital) ha sido muy conveniente para bancos y cajas porque es una forma de captar recursos propios sin necesidad de aumentar capital y especialmente interesante para las cajas de ahorros ya que no son sociedades mercantiles con accionistas, viendo en las participaciones preferentes un instrumento idóneo para captar fondos. Las participaciones se comercializaban con frecuencia como un producto de renta fija, trasladando así al cliente/inversor, en muchos casos jubilados de avanzada edad, la idea de que lo que contrataba era un depósito o un bono garantizado por



Jorge Galíndez Arribas y Sergio Baches Opi, en su despacho de Zaragoza.

la entidad comercializadora con un cupón trimestral.

Por tanto, tampoco la realidad de las llamadas participaciones preferentes se corresponde con su verdadera naturaleza. Lo que se contrata con este instrumento es nada menos que valores: (I) emitidos por un banco o caja que no confieren participación en su capital ni derecho de voto, (II) de carácter perpetuo e ilíquido (es decir, que al inversor le es muy difícil liquidar la inversión), (III) con intereses no acumulativos y vinculados a la existencia de beneficios por parte del emisor (es decir, sin rentabilidad garantizada) y (IV) sólo preferentes en cuanto que el inversor cobra inmediatamente antes que los accionistas de la entidad emisora. El estallido de la crisis financiera ha hecho que muchos bancos y cajas de ahorro hayan dejado de pagar los intereses de sus participaciones preferentes y, en otros casos, ha conducido a la pérdida de la totalidad de la inversión, como ha ocurrido con aquellos clientes que contrataron bonos islandeses a través de entidades financieras españolas.

Tanto los swaps como las participaciones preferentes han sido calificados por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) como productos financieros "complejos", clasificación que es relevante para valorar si la conducta de las entidades financieras se ajustó en el momento de la comercialización de estos instrumentos a la normativa financiera aplicable y a la deontología bancaria. Para la comercialización de estos productos al cliente minorista, los bancos y cajas de ahorro tenían y tienen la obligación de realizar un "test de conveniencia" y un "test de idoneidad" del producto que ofrecen, ambos desde el punto de vista del potencial cliente.

La evaluación de la "conveniencia" exige que, con anterioridad a la prestación del servicio de inversión, la

entidad obtenga los datos necesarios para valorar si, a su juicio, el cliente tiene los conocimientos y experiencia necesarios para comprender la naturaleza y los riesgos que implica la contratación del específico producto ofrecido, advirtiéndole en su caso que el producto que se propone contratar no es adecuado.

Por su parte, a "idoneidad" se refiere a la obtención por la entidad, también con anterioridad a la prestación del servicio, de la información necesaria que le permita evaluar la idoneidad de las operaciones recomendadas, teniendo en cuenta criterios relacionados con el perfil inversor del cliente y con sus objetivos de inversión, sus conocimientos y experiencia inversora y su situación y/o capacidad financiera para hacer frente a los riesgos de inversión, con la finalidad de que la entidad pueda

recomendarle los servicios de inversión e instrumentos financieros que más le convengan atendiendo a su perfil inversor.

Pues bien, la realidad está demostrando que muchas entidades financieras

no se ajustaron a estas pautas de conducta, legal y éticamente exigibles, a la hora de comercializar estos productos. Los clientes, la mayoría de ellos inversores no experimentados (clientes minoristas) los han estado contratando sin recibir una completa, individualizada, exacta y suficientemente detallada información previa sobre las características, los concretos riesgos del producto y la solvencia del banco emisor para poder adoptar con conocimiento de causa su decisión de contratar. Las entidades tampoco analizaban el perfil de riesgo del cliente, sino que ofrecían swaps y participaciones preferentes de modo indiscriminado. Este tipo de operativa revela el divorcio que en los últimos años hemos observado entre ética y competitividad, algo que desgracia-

damente no es exclusivo del sector bancario. También revela el papel, no siempre acertado, que han desempeñado las autoridades y organismos reguladores sectoriales encargados de la supervisión y vigilancia de la actividad financiera.

Es preciso que los particulares y empresarios afectados por estos productos sepan que en nuestro Derecho no basta para obligarse leer y firmar un contrato, sino que se debe prestar un consentimiento informado para que este consentimiento sea válido, es decir, que se tiene que entender y comprender lo que se firma en función de las informaciones adecuadas que la parte oferente proporciona al cliente cuando ello es preciso para adoptar su decisión con conocimiento de causa. De otro modo, el consentimiento del adquirente de estos productos podrá considerarse viciado al haberse prestado inducido por el error.

En caso de que la entidad financiera no haya cumplido con sus obligaciones legales y adoptado las debidas cautelas al suministrar estos productos o el inversor haya dado un consentimiento viciado, podrá acudir a los tribunales para solicitar la declaración de nulidad del contrato y la correspondiente indemnización por daños y perjuicios. Nuestras leyes también prevén la posibilidad de que varios inversores determinados unan sus fuerzas para presentar una demanda colectiva contra la entidad financiera que les vendió este tipo de productos de manera irregular.

Y esto no es una mera posibilidad teórica. Los tribunales españoles hace ya tiempo que vienen dictando sentencias en un porcentaje muy elevado favorables a los clientes inversores minoristas declarando la nulidad de los contratos de swap, y están empezando ahora a declarar la responsabilidad civil de entidades financieras que comercializaron como intermediarias "participaciones preferentes" de bancos extranjeros, condenándolas al pago de una cantidad equivalente a la inversión inicial menos los intereses que hubieran sido percibidos.

Más información en la página web www.bachegalindez.com.

Legalmente, estamos hablando de un instrumento especulativo

En nuestro Derecho se debe prestar siempre consentimiento informado

Jacetania's Winter superó todas sus expectativas

La feria celebró su primera edición el pasado mes de noviembre

Este destino turístico ha sido siempre pionero en el mundo de la nieve y el hielo gracias a instalaciones como la pista de hielo municipal o por las estaciones de esquí privadas. Candanchú y Astún fueron pioneras, no por casualidad, sino por tener una orografía fantástica para esquiar.

Estos centros invernales, conocidos por su aspecto lúdico y por la organización de diferentes competiciones deportivas han llevado a una alta especialización tanto en las instalaciones como en los profesionales que trabajan en ellos, sin olvidar toda la oferta complementaria.

Para poner en valor esta especialización, desde la AEJ queremos desarrollar una serie de iniciativas que ayuden a nuestros clientes a conocerlos mejor, lo que seguro redundará en una experiencia más plena de sus actividades de montaña y hielo.

De momento, hemos comenzado con un outlet, en el cual, distintos establecimientos de Jaca y comarca ofrecieron material nuevo de temporadas pasadas a precios muy asequibles. También, ofertas especiales por venta anticipada.

Al mismo tiempo, quisimos presentar la oferta turística de invierno. Con este fin, organizamos demostraciones en el hielo de diversas disciplinas deportivas y otras actividades de interés para el amante de Jaca y comarca.

Esta primera edición de Jacetania's Winter ha tenido una muy buena acogida por parte del público, que manifestó su sorpresa por el escenario elegido (la pista de hielo) y por los precios en material de primeras marcas. Además, hubo una importante participación en las actividades organizadas, tanto

las dirigidas a los niños como a los mayores.

Además de la información recogida en nuestra web y en esta revista (también colgada en formato PDF), se puede ver un vídeo de algunos de los momentos de la feria y de las actividades desarrolladas en nuestro nuevo canal de youtube (www.youtube.com/user/aejacetania), donde hemos colgado un vídeo de 4 minutos en el que se resumen algunas de las imágenes más impactantes de ese día y medio.

Nos pareció muy curioso comprobar que al cabo de una semana de estar colgado, el vídeo había sido visionado desde ordenadores españoles, pero también desde países como Arabia Saudí o Perú. Es una

demostración más de que el avance tecnológico es imparable y que nuestro mundo es cada vez más global. Por ello, seguimos trabajando, individualmente, y de la mano de nuestras administraciones para estar cada día más visibles y mejor posicionados en todos los canales de comunicación.

Con respecto al futuro, nos gustaría ser capaces de consolidar esta presentación de temporada, aprendiendo de nuestras equivocaciones y aprovechando todas las ideas que surjan desde cualquier colectivo. Por ello, ponemos nuestra web y nuestra dirección de correo electrónico a disposición de todas las personas con interés en ayudarnos a mejorar.

Esperamos ser capaces de ofrecer cada año una propuesta más estimulante y atractiva que el anterior, no solo para informar a los "incondicionales" de nuestra oferta, sino también para premiarlos con experiencias divertidas y estimulantes. Por lo tanto, a todos vosotros: ¡Os esperamos este invierno!



Vecinos y turistas de Jaca recorriendo los stands de la feria.



Destacó la calidad del material y de las prendas, la mayoría de primeras marcas.

El público mostró su sorpresa por los precios y el escenario elegido, la pista de hielo

Una excelente iniciativa

Los participantes en esta feria consideran que ha sido una excelente iniciativa. Guillermo Aterido, propietario de La Tienda de Guille, subrayaba "la importancia de este tipo de eventos al principio y también al final de la temporada". En la misma línea se expresaban Gonzalo Vázquez y Laura Cabrerizo, propietarios de Racha Freeski. Ambos coincidían en que era la primera edición y "había que apoyar" esta feria. Misma conclusión de José Ricardo Abad, responsable comercial de Intersport. Al respecto, nos contaba que "hay que apostar por cualquier iniciativa que se organice". Además, durante el certamen, Intersport realizó una promoción que generó un importante tráfico de clientes entre el stand ubicado en el hall de la pista de hielo y su establecimiento en la avenida de Francia. Por su parte, la responsa-

ble de Deportes Galindo, Ana Galindo, también calificaba de "muy positiva" la feria, "sobre todo el sábado, con mucha afluencia de gente". Para Roman Ganienika, propietario de Alcorce Aventura, la nota sería "un ocho sobre diez".

La feria se completó con la presencia de Deportes Goyo, Deportes Chuss, Yeti, Sport Pirineos / Rock & Roll, La Asociación de Empresas de Turismo Deportivo de Aragón, La Asociación Turística del Valle del Aragón, la Escuela de Esquí Nórdico Somport, Astún, Candanchú, el Club Pirineista Mayencos y el Club Esquí Jaca. En definitiva, una feria muy animada que fue del agrado de los establecimientos participantes. Todos ellos ya con la mirada puesta en corregir ciertos detalles en los que ya se está trabajando para la edición del próximo año.

Su cocina a medida



No se olvide,
en JACA...

COCINAS MAIRAL

Coordinamos
todos los gremios
y
le vendemos todos
los electrodoméstico
de su cocina

Isaac Albéniz, s/n.
Tel/fax: 974 36 44 71
Exposición:
Pza Joaquín Costa, 3
Tel: 974 36 14 45 - Jaca



J.J.A. Bautista, S.L.
Constructores de obras

Ibón de Iserías, 2
22700 Jaca

Tel. Fax/ 974 363 383

“EL NUEVO TURISMO DEL SIGLO XXI. LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL ENTORNO DE LA MONTAÑA”

“Reducir el impacto ambiental en una empresa turística siempre es rentable”

Pilar Martínez-Raposo, directora comercial de nuevos productos de HdosO

Por primera vez, la Asociación de Empresarios de la Jacetania ha abordado cuestiones relacionadas con el turismo y medioambiente, elaborando un ciclo de conferencias denominado “El Nuevo Turismo del siglo XXI. La Gestión Medioambiental en el Entorno de la Montaña”, con el objetivo de analizar la relación entre turismo y medioambiente en las comarcas de la Jacetania y Alto Gállego.

Gestión de residuos y servicios de saneamiento urbano en destinos turísticos de montaña, aspectos ambientales, distribución del consumo energético, estrategias y medidas de ahorro energético, nuevas inversiones en instalaciones de mayor eficiencia energética y análisis de proyectos turísticos basados en el entorno natural son algunos de los principales temas que se abordaron.

Todo esto llevado a cabo de la mano de profesionales del sector turístico como Avelina Bellostas Ara y Pilar Martínez-Raposo, de HdosO Consultores, consultoría e ingeniería especializada en temas medioambientales.

Martínez-Raposo fue la encargada de explicar a los participantes de este primer ciclo de conferencias temas referidos a la gestión de residuos, vertidos y emisiones en los alojamientos turísticos. Además, recaló las ventajas competitivas que obtienen estos establecimientos a la hora de incorporar la variable medioambiental en la gestión de los mismos. **¿Se ha tardado mucho en tomar conciencia de que el turismo y el medioambiente son dos aspectos que han de analizarse de forma conjunta?**

Se ha empezado a tener en cuenta desde hace unos años, ya que el sector turístico es una de las actividades con mayor interdependencia del entorno donde se desarrolla. Por una parte, consume recursos naturales y, por otra, necesita un entorno natural atractivo para su desarrollo, principal motivo de la atracción turística.

Una buena actuación requiere una buena formación. ¿Qué opinión le merece la formación que se ofrece sobre la responsabilidad en el medio ambiente? ¿Existen lagunas en el conocimiento sobre la planificación medioambiental?

La planificación ambiental es relativamente reciente. En los últimos años la legislación en medio ambiente ha tenido un gran desarrollo. Las competencias en planificación ambiental pasan por la Comunidad Europea, el Estado, las autonomías, las comarcas y los ayuntamientos, lo que trae consigo una proliferación de normativas, y esto da como resultado un gran desconocimiento de nuestras obligaciones ambientales. Respondiendo a tu pregunta, a pesar de la gran oferta formativa, la formación ambiental no está suficientemente ofertada, ni demandada.

EL PIRINEO ARAGONÉS

Tanto la comarca de la Jacetania como el Alto Gállego, con sus rutas o estaciones de esquí, ofrecen un sinfín de oportunidades de ocio directamente relacionadas con el turismo. ¿Se están haciendo los deberes en el Pirineo aragonés?

Se está en el buen camino. El Pirineo aragonés comprende cuatro comarcas, son cuatro territorios con un hilo común y conductor, el Pirineo. Por lo tanto, trabajar juntos y de la mano es fundamental y prioritario. Si te refieres únicamente a deberes medioambientales, esto no existe, el medioambiente es transversal a cualquier actividad que se desarrolle, es nuestro entorno, nuestro atractivo y nuestro valor, no podemos verlo como algo aislado.

¿Reducir el impacto ambiental en una empresa turística es rentable con la tecnología actual?



La consultoría HdosO tiene sus oficinas centrales en el edificio Ramón y Cajal del Parque Tecnológico Walqa.

Cada día son más los negocios que incorporan la gestión ambiental como parte de su actividad, no solo grandes grupos, sino también pequeños comercios

Siempre es rentable. Los periodos de crisis son el momento idóneo para adecuar la empresa en la prevención, la transparencia y el control, siempre con el objetivo de que el negocio siga adelante. Además de potenciar la innovación y la productividad, la empresa tiene la posibilidad de reducir costes en la gestión energética, de residuos, de agua, reducir el riesgo de sanciones y tener mayor acceso a subvenciones, y, cómo no, nuestra imagen, la percepción que el cliente tiene de nosotros.

OPTIMIZAR RECURSOS Y SER COMPETITIVO

¿Qué es lo que más les preocupa a todos los responsables de los negocios turísticos altoaragoneses?

Como a cualquier empresario, les preocupa optimizar su gestión y ser competitivo y eficiente. Y, centrándonos en aspectos ambientales, en primer lugar, destacan los elevados

precios de la energía, obligando al sector a redefinir y optimizar la gestión energética.

¿Cuánto ahorro económico podría obtenerse implantando sistemas de eficiencia energética al alcance de la pequeña y mediana empresa?

Pongamos un ejemplo. Los costes de la energía de una instalación hotelera (iluminación, climatización, agua caliente o sanitaria) suponen un valor que se aproxima al 20% de los gastos totales, tras los costes asociados al personal; por lo tanto, así podemos hacernos una idea más concreta de lo que esto supone realmente. Es fundamental identificar los potenciales ahorros energéticos. En función del tipo de instalación, la primera medida que se debe llevar a cabo es la de revisar nuestra factura energética y realizar una auditoría para conocer la situación inicial y las posibles medidas a implementar.

¿Conoce algún ejemplo de implantación con éxito en una empresa pequeña?

Claro que sí. Actualmente, cada día son más las empresas que incorporan la gestión ambiental como parte de su actividad, no sólo los grandes grupos sino que cada vez más los pequeños establecimientos. Voy a ponerte dos ejemplos.

En primer lugar, me referiré a un pequeño hotel-restaurante situado en el Parque Natural de la Sierra de Guara con un aparcamiento. Tras analizar sus posibilidades, instaló, en el tejado del aparcamiento, placas solares fotovoltaicas, que generaban energía para el agua caliente sanitaria. A esto sumó el cambio de luminarias y dispositivos ahorradores de agua, eso sí todo junto con una campaña informativa a sus clientes.

El otro ejemplo es una casa de turismo rural con una ocupación de 115 noches/año. Sustituyó el sistema de calefacción de gasóleo por estufas de biomasa que, a la vez que proporcionan calor, ofrecen un ambiente acogedor y muy agradable. En ambos casos, contaron con ayuda o subvención por parte de la Administración para mejorar su gestión ambiental.

UNA IMPORTANTE REALIDAD

¿Cree que el turismo y el medioambiente serán el camino que sigan las empresas en los próximos años?

No hay otro. El medio ambiente constituye, a día de hoy, una realidad que debe tenerse en cuenta en cualquier actividad empresarial, y no solamente en las de carácter industrial.

Es un error pensar que la gestión ambiental en la empresa es un obstáculo. Las empresas no pueden vivir en un mundo insostenible.

Endesa: eficiencia y ahorro para las empresas

Continuamos hablando del ciclo de conferencias denominado "El nuevo turismo del siglo XXI. La gestión medioambiental en el entorno de la montaña" y que la AEJ ha organizado recientemente. Otra de las entidades que participó fue Endesa con Ramón Whyte, responsable de Relaciones Institucionales de Endesa Aragón; Juan Gracia, responsable de Ventas de Endesa Aragón; y Juan Manuel Martínez, responsable de Servicios de Valor Añadido de Gas.

Los tres directivos de la compañía analizaron la eficiencia energética en el sector hotelero: servicios y soluciones integrales de Endesa Energía para la implantación de sistemas de gas natural, solar, cogeneración o iluminación.

INCREMENTAR COMPETITIVIDAD

Endesa quiso destacar que la implantación de medidas de ahorro y eficiencia energética permite incrementar la competitividad de las mismas, optimizar el uso de la energía y proteger el medio ambiente.

Durante la charla, también se comentó que las empresas son establecimientos que, por su finalidad y características, se engloban dentro del grupo de consumo intensivo de energía y esto supone un potencial importante de ahorro económico y energético en su funcionamiento.

CONSTANTE PREOCUPACIÓN

El consumo de energía cada vez mayor y el aumento significativo de los costes de ésta han hecho que la eficiencia energética sea una constante preocupación para los responsables de la gestión y el mantenimiento de las empresas, para poder reducir las necesidades energéticas y ahorrar en costes de funcionamiento, sin perder cuotas de confort y calidad.

Para colaborar en la respuesta del sector a la necesidad de contribuir al desarrollo sostenible y la protección al medio ambiente, Endesa ha diseñado una amplia cartera de productos y servicios focalizados en el ahorro energético.

El primer paso para la eficiencia energética en las empresas es la generación eficiente con apoyo de renovables. Otro punto fundamental



Endesa dispone de un equipo altamente cualificado y especializado.

es el consumo eficiente de la energía, optimizando las instalaciones y controlando su uso.

REDUCCIÓN DE GASTOS

Aplicar el conjunto de medidas adecuadas para conseguir mayores niveles de eficiencia energética repercute de forma directa en la reducción del gasto de este tipo de centros y garantiza, a su vez, el cumplimiento de la normativa vigente de control de la demanda y ahorro de energía. Desde la entrada en vigor del Código

Técnico de Edificación (CTE), las empresas deben optimizar el control de la demanda energética mediante el empleo de las energías renovables, como paneles solares térmicos para el agua caliente sanitaria, la

optimización de las instalaciones de iluminación y los sistemas de control y gestión eficiente del consumo.

Ser energéticamente eficientes, ofrecer servicios de calidad y cumplir con los requerimientos legales hace que los centros demanden cada vez más soluciones para reducir este consumo de una forma sencilla, fiable y rentable.

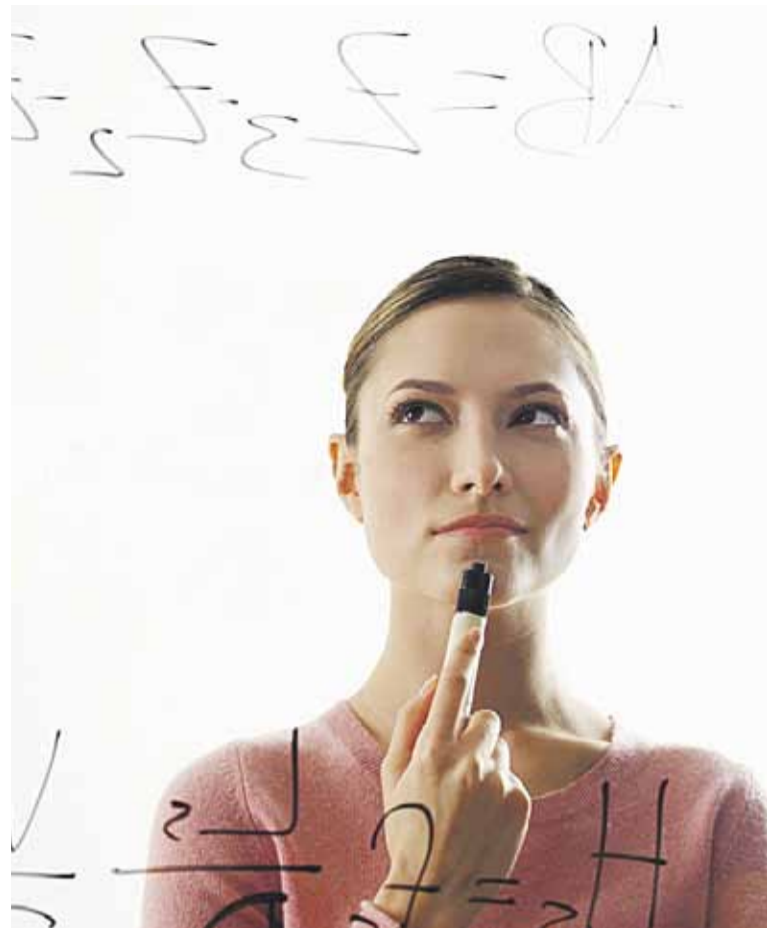
La iluminación en las empresas representa un tanto por ciento importante del consumo de sus insta-

laciones. Por este motivo, implantar criterios de eficiencia energética que reduzcan el gasto global, sin influir en el confort y la calidad de los servicios ofrecidos a los usuarios, se ha convertido en una de las prioridades.

En función del tipo de edificación y los fines a los que se destina, las necesidades lumínicas varían considerablemente. Por este motivo, Endesa realiza un estudio personalizado para proponer las soluciones más indicadas para cada empresa, que permiten ahorros de hasta el 80% en el gasto dedicado a la iluminación. Pudiendo, llegado el caso, tener que reducir la potencia contratada por este motivo.

La compañía apuesta por reemplazar las tecnologías incandescentes, halógenas y de fluorescencia compacta por LED y otras variantes de bajo consumo. Una vez optimizado el alumbrado, pueden conseguirse ahorros adicionales controlando de forma inteligente el uso que se hace de ellas (zonificación, control horario y de presencia, etc.).

CONTROLAR CONSUMO PARA AHORRAR
El Sistema de Control y Gestión de Endesa es la solución inmótica ideal para maximizar la eficiencia energé-



La compañía ha diseñado una completa y acertada cartera de servicios a medida.

tica de las instalaciones, teniendo en cuenta los consumos más significativos de la instalación, las necesidades de consumo en cada momento y la mínima interferencia en la fase de implantación, ya que, en la mayoría de los casos, se realiza sin necesidad de obra civil.

OPTIMIZAR CONSUMO ENERGÉTICO

Una instalación se puede decir que es eficiente cuando optimiza los costes en producción de energía y en consumo. Por este motivo, con

las Soluciones Inmóticas de Endesa la instalación consumirá sólo donde es necesario y en el momento preciso, llegando incluso a ahorrar hasta un 30% en sus facturas energéticas y amortizando la inver-

sión inicial rápidamente. En esta gama de soluciones integrales de alto rendimiento, la compañía realiza una decidida apuesta por las fuentes renovables, como la energía solar y la micro cogeneración. El empleo de la energía solar térmica permite ahorros de entre un 30% y un 60% en los consumos energéticos de agua caliente sanitaria. Una opción especialmente indicada para establecimientos donde los sistemas de calentamiento de agua representan grandes consumos.

to de agua representan grandes consumos.

DIVERSIFICAR PARA RENTABILIZAR

En energía solar fotovoltaica, Endesa suministra una solución "llave en mano", que abarca desde el estudio personalizado hasta la gestión de todos los trámites y requisitos necesarios para la puesta en marcha de la instalación y el mantenimiento integral. Una modalidad que permite conseguir la mayor rentabilidad del proyecto.

Además, se cuenta con las tarifas más flexibles y personalizadas, tarifas con las que conseguir el máximo ahorro desde la primera factura. Y todo ello sin cambios en su instalación, ni interrupciones en su suministro.

EXCELENTE ASESORAMIENTO

Junto a la completa gama de productos y servicios para el ahorro energético de Endesa, la compañía dispone de un equipo altamente cualificado, que proporciona un asesoramiento plenamente especializado y una extensa gama de canales específicos de atención. Entre ellos, el servicio de atención telefónica, la oficina on-line y una amplia red de gestores personales, compuesta por más de 300 profesionales.

Endesa quiere de esta forma ayudar a la mejora del consumo energético de las empresas, sin disminuir los estándares de calidad de los servicios y el confort prestado a los usuarios.

En sus servicios y productos, la eficiencia energética es una prioridad

Las empresas pueden contar con importantes ahorros en la factura de la luz

Restaurante _ Asador
biarritz

Cocina casera. Especialidad en carnes a la brasa (chuletón y solomillo)
Disponemos de 3 salones para banquetes, comuniones, comidas de empresa...

Av. Primer Viernes de Mayo, 12 • Tel/ Fax. 974 361 632 - Jaca

JACA-ANETO, S.L.
CONSTRUCCIONES

Sancho Ramirez, 4 Bajo
JACA (Huesca)

Tel. Fax 974 364 044
M. 696 407 480
jacanetosl@telefonica.net

Los nuevos emprendedores. Félix Jordán de Urríes

“Para triunfar hay que tener ganas de trabajar y de emprender”



Félix Jordán de Urríes en un recorrido por las montañas del Pirineo aragonés.

Félix Jordán de Urríes Mur, joven empresario de 27 años y natural de la localidad de Graus, es licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte y Diplomado en Maestro de Educación Física.

Actualmente es director técnico de Pirineo en Ruta, director gerente de la Federación Aragonesa de Ciclismo y co-presentador del programa 'Bajo Cero' de Aragón Televisión, entre otros cargos.

Pirineo en Ruta es un novedoso concepto centrado en conocer la cordillera pirenaica, con todas las comodidades y servicios de los que disfruta un ciclista profesional, ahora al alcance de cualquier cicloturista.

Nosotros hemos querido ir más allá, y además de conocer más en profundidad Pirineo en Ruta, hemos hablado con Félix de los factores que tiene que tener en cuenta un joven emprendedor.

¿Cómo nace Pirineo en Ruta?

Pirineo en Ruta nace de la idea de explotar las actividades ciclistas en todas sus manifestaciones, vertientes y modalidades en el Pirineo y fuera de él. Somos tres socios: Raúl, Sergio y yo. Somos gente joven, pero con mucha formación y experiencia en el sector turístico, en el ámbito deportivo y en el de las dos ruedas. Hace ya tres años que decidimos apostar por esta iniciativa empresarial. Estamos convencidos de que, con trabajo y horas, tenemos un gran futuro por delante.

¿Con qué objetivo?

Como el de cualquier empresa que se gesta, nuestro principal objetivo es ganar dinero. Pero la filosofía o meta empresarial secundaria de Pirineo en Ruta es la de poder estructurar la oferta de la bicicleta, desde todas sus manifestaciones y vertientes para poder explotar la actividad, siempre enfocada en el ámbito turístico deportivo.

¿Cuáles son las líneas de actuación de Pirineo en Ruta?

Tenemos tres líneas muy diferenciadas. La pri-

mera, y con la que nace Pirineo en Ruta, es la de organizar stages cicloturistas de bicicleta de carretera y de montaña, en el Pirineo y también fuera de él. Nos encargamos de gestionar al cicloturista o grupo de amigos. Planteamos viajes ciclistas, desde estancias en el Pirineo de fines de semana o de semana, hasta semanas de actividad en los Pirineos franceses, los Alpes, los Dolomitas o incluso clásicas del norte, en Bélgica.

La segunda línea de actuación va enfocada a un público vacacional recreativo: es la que hemos puesto en marcha en esta edición de 2011 y se denomina Mountain Bike. Ponemos a disposición de aquellas personas que vienen a pasar con nosotros unos días al Pirineo la posibili-

dad de alquilar bicicletas de montaña, realizar excursiones o descensos para toda la familia o incluso travesías de uno o varios días con guía. La tercera línea de actuación es la de consultoría técnica y formación. Elaboramos proyectos de creación de productos turísticos entorno a la estructuración de la oferta cicloturista, estudios, diagnósticos, elaboración de propuestas y cartografía.

La segunda línea de actuación va enfocada a un público vacacional recreativo: es la que hemos puesto en marcha en esta edición de 2011 y se denomina Mountain Bike. Ponemos a disposición de aquellas personas que vienen a pasar con nosotros unos días al Pirineo la posibilidad de alquilar bicicletas de montaña, realizar excursiones o descensos para toda la familia o incluso travesías de uno o varios días con guía. La tercera línea de actuación es la de consultoría técnica y formación. Elaboramos proyectos de creación de productos turísticos entorno a la estructuración de la oferta cicloturista, estudios, diagnósticos, elaboración de propuestas y cartografía.

Como joven emprendedor, ¿qué consideras imprescindible para triunfar en la situación tan delicada en la que nos encontramos?

Lo primero de todo tener ganas de trabajar y de emprender. No tener miedo a poner en

marcha tu idea. En mi caso, dejé varias cosas para poner en funcionamiento este proyecto conjuntamente con mis socios. Sabemos que tenemos muy buen producto, mucho potencial y margen de mejora por delante. Es clave estar convencido de ello, de que el proyecto va a tener éxito.

Fuimos los primeros en su día, ya que somos una empresa de turismo activo, pero somos especialistas en esta materia. En la actualidad hay alguna empresa similar, aunque con filosofías diferentes. Carlos Barrabés, siempre dice que "a los exploradores muchas veces se los comen los indios", en el buen sentido de la palabra. Aquellos que consiguen no ser comidos, tienen un gran futuro por delante. De

actividad. ¿Eso es garantía de que las cosas funcionen bien?

Es un factor muy importante tener el marco de práctica que tenemos. Pero no es garantía, ya que hay que darlo a conocer, ponerlo en el mercado y venderlo. Tenemos un territorio muy bonito, espectacular, pero hay que explotarlo y darlo a conocer.

¿Qué tiene que ofrecer un joven emprendedor? ¿Innovación?

Ganas de emprender y de trabajar, pero sobre todo considero un factor muy importante la formación, conocer otras experiencias y proyectos. Innovación, sí, pero ¿a qué nos referimos con innovación? Está muy de moda el I+D+I, pero hay que ponerlo en práctica. Nosotros no hemos inventado nada nuevo. Hemos aprovechado un potencial que tenemos como territorio, hemos visto lo que hacen en otras partes del planeta y únicamente lo hemos puesto en marcha aquí.

¿Existe suficiente formación para aquellas personas que deseen formalizar un proyecto?

Sí, por supuesto. Mucha. Vivimos en una sociedad, por suerte, en la que tenemos una oferta educativa universal. Todo aquel que quiera puede acceder a cualquier tipo de formación. La oferta educativa es muy completa. Yo soy diplomado en Educación Física, licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en rama de Gestión, estoy cursando un MBA y soy técnico deportivo en Esquí Alpino. Pero lo que sí que puedo asegurar es que de momento el mejor máster que he hecho ha sido el de la puesta en marcha de mi propia empresa. Ahí es donde aprendes, en la vida real.

¿Qué conclusiones extraes de tu propia experiencia personal que puedan servir de consejo a aquellos que deseen seguir tus pasos?

Todos aquellos que tengan una idea, que la pongan en marcha y que sean emprendedores. Es muy gratificante y motivador desde un punto de vista personal.

Tenemos un territorio muy bonito, espectacular, pero hay que explotarlo y darlo a conocer. Hemos visto lo que hacen en otras partes y lo hemos puesto en marcha

momento, nosotros seguimos por la senda y no ha salido nadie a pegarnos un susto.

¿Las personas tenemos miedo a arriesgarnos a la hora de impulsar nuevos proyectos?

Sí y no. Depende de las personas. Las hay más emprendedoras que otras. Más o menos cómodas. Pero no hay que tener miedo a emprender. En definitiva es como un juego, en el que existen muchas variables y tienes que ir las casando. Pero creo que no hay cosa más gratificante que poder montar tu propio proyecto y que funcione.

En vuestro caso, aprovecháis las ventajas que ofrece el territorio para desarrollar vuestra

actividad. ¿Eso es garantía de que las cosas funcionen bien?

Es un factor muy importante tener el marco de práctica que tenemos. Pero no es garantía, ya que hay que darlo a conocer, ponerlo en el mercado y venderlo. Tenemos un territorio muy bonito, espectacular, pero hay que explotarlo y darlo a conocer.

¿Qué tiene que ofrecer un joven emprendedor? ¿Innovación?

Ganas de emprender y de trabajar, pero sobre todo considero un factor muy importante la formación, conocer otras experiencias y proyectos. Innovación, sí, pero ¿a qué nos referimos con innovación? Está muy de moda el I+D+I, pero hay que ponerlo en práctica. Nosotros no hemos inventado nada nuevo. Hemos aprovechado un potencial que tenemos como territorio, hemos visto lo que hacen en otras partes del planeta y únicamente lo hemos puesto en marcha aquí.

¿Existe suficiente formación para aquellas personas que deseen formalizar un proyecto?

Sí, por supuesto. Mucha. Vivimos en una sociedad, por suerte, en la que tenemos una oferta educativa universal. Todo aquel que quiera puede acceder a cualquier tipo de formación. La oferta educativa es muy completa. Yo soy diplomado en Educación Física, licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en rama de Gestión, estoy cursando un MBA y soy técnico deportivo en Esquí Alpino. Pero lo que sí que puedo asegurar es que de momento el mejor máster que he hecho ha sido el de la puesta en marcha de mi propia empresa. Ahí es donde aprendes, en la vida real.

¿Qué conclusiones extraes de tu propia experiencia personal que puedan servir de consejo a aquellos que deseen seguir tus pasos?

Todos aquellos que tengan una idea, que la pongan en marcha y que sean emprendedores. Es muy gratificante y motivador desde un punto de vista personal.

CÓMO OBTENER UNA ACREDITACIÓN OFICIAL POR LA EXPERIENCIA LABORAL

El Ministerio de Educación ha puesto en marcha, a través de las Órdenes de 14/04/2011 y 09/06/2011 respectivamente, un sistema de obtención de acreditación si se tienen conocimientos y experiencia demostrada. Los mayores de 18 años podrán inscribirse en la convocatoria, si cuentan en su haber con experiencia laboral relacionada con la materia que se pretenda calificar de 1200 horas trabajadas o hayan realizado actividades de formación de más de 200 horas en los últimos 10 años. Para demostrar la experiencia laboral, será necesario un certificado de la empresa en la que se haya trabajado. En el caso de los trabajadores autónomos, un certificado de cotización de los periodos en alta. En cuanto a la formación, se deberá presentar un docu-

mento que acredite las horas y el contenido. El proceso consta de tres fases: asesoramiento, evaluación y acreditación. No es preciso hacer ningún curso de preparación porque solo se evalúa la experiencia profesional. Esta acreditación puede convalidarse con módulos de títulos de Formación Profesional o de certificados de profesionalidad. Algunas de las áreas en las que se puede obtener el reconocimiento son:

- . Transporte y mantenimiento de vehículos.
- . Comercio y Marketing.
- . Servicios socioculturales.
- . Hostelería y turismo.

Más información en las oficinas de la AEJ o en la web de la Consejería de Educación del Gobierno de Aragón.



CABALGATA DE REYES

La Asociación de Empresarios de la Jacetania colabora en la Cabalgata de Reyes que organiza el Ayuntamiento de Jaca. La participación consistirá en acompañar al desfile de carrozas con más de veinte caballos, enjaezados para el reparto de juguetes, propiedad de la empresa Pirineos Ecuestre. Estarán montados por los alumnos de la escuela de equitación del centro ecuestre ubicado en el hotel Charlé. La cabalgata discurrirá por varias calles de la ciudad e iniciará su recorrido a las cinco y media de la tarde desde el final de la calle Mayor de la capital jacetana.



VENTAJAS PARA LOS SOCIOS DE LA AEJ

Convenio CEPYMETEL MÓVIL:

Descuentos de Movistar para nuestras empresas asociadas (los contratos están a disposición de los asociados en la oficina de la AEJ). Los descuentos que pueden aplicarse a los asociados son los siguientes:

- * Contrato Empresas
 - . 13% DESCUENTO sobre el Tráfico Nacional
 - . 35% DESCUENTO sobre el Tráfico Internacional
 - . Módulo Números Propios GRATUITO
 - . Módulo Números Movistar GRATUITO
- * Contrato Autónomos
 - . 13% DESCUENTO sobre el Tráfico Nacional
 - . 35% DESCUENTO sobre el Tráfico Internacional
 - . Módulo Números Movistar GRATUITO

Tarjeta E-Japi

E-Japi es la marca que se ha designado para la campaña de fidelización de clientes habituales de la comarca de la Jacetania. La tarjeta servirá para pagar en los establecimientos adheridos a este programa de fidelización, exclusivamente establecimientos de Jaca y comarca. De este modo, se podrá conocer cuánto compra cada cliente en los establecimientos E-Japi, para saber cuántos premios le corresponden a cada uno.

Otros convenios

Acuerdo con la Asociación Turística del Valle del Aragón (ATVA): consiste en un 50% de descuento sobre tarifa en la publicación de un anuncio en su revista que se publica dos veces al año (una en temporada de invierno y otra en temporada de verano). Además, la AEJ también tiene firmados convenios con ASISA y Cajalón.

TIEMPOS * PASATIEMPOS* PASA

¿QUIÉN ES QUIÉN?

1	Caja Navarra	A	Mare Nostrum
2	Bancaja	B	Caixa Nova Galicia
3	Caixa Terrassa	C	Banca Cívica
4	Caixa Penedes	D	Grupo Caja 3
5	Caixa Galicia	E	Caixa Banc
6	CAI	F	Unnim
7	Ibercaja	G	Bankia
8	La Caixa	H	Ibercaja banco

SOLUCIÓN

1-C, 2-G, 3-F, 4-A, 5-B, 6-D, 7-H, 8-E

BURNAO ACTUALIDAD ECONÓMICA EN LA JACETANIA



Asociación Empresarios de la Jacetania

Su publicidad aquí llamando al
Tel. 974 36 00 19

“La innovación y la tecnología nos permiten adaptarnos a los cambios”

Carlos Barrabés, empresario de Benasque. Fundador y presidente de Barrabés Internet



Carlos Barrabés piensa que las claves para triunfar en el mundo empresarial son las mismas que para ser feliz.

Su trayectoria lo ha convertido en uno de los líderes globales del mundo empresarial. ¿Cómo fueron sus comienzos?

Mis inicios están vinculados a Benasque, al negocio familiar que fundó mi abuelo y que desarrollaron mis padres. Mis hermanos y yo vivimos el negocio familiar desde pequeños. Pronto entendí que el negocio familiar, además de mucho trabajo, requería tiempo para la estrategia, y con mis hermanos iniciamos procesos muy básicos de investigación de mercados.

¿De dónde viene su espíritu empresarial?

Yo creo que es genético. Mi familia siempre ha vivido vinculada al negocio y yo lo he vivido desde niño.

¿Qué le llevó a crear un negocio como el suyo en un pueblo que no llega a los 900 habitantes?

El negocio original era un bazar que montó mi abuelo donde se vendían todo tipo de artículos. Mis padres, sin renunciar a la venta en general, lo especializaron en deportes. Tras analizar los comportamientos de los clientes y de la gente que acudía a Benasque, mis hermanos y yo decidimos centrar el negocio en el deporte de la montaña. Nos dimos cuenta de que a finales de los ochenta la gente venía más a la montaña que a esquiar.

Al dedicarlo a este deporte, nos convertimos en una tienda muy especializada en montaña. Empezamos a equipar a expediciones y a vender por catálogo y fuimos reconocidos como la tienda más especializada en material de montaña de España.

Desde ese momento, ¿cómo evolucionaron las cosas?

A partir de ahí llegó Internet. Lo descubrimos al inicio de los noventa. Nos lo presentó Pedro Pascual, un físico que fundó el Centro de Física de Benasque. El concepto era claro: trasladar a Internet la venta por catálogo y desde allí, implementar las ventajas de Internet. Lo debimos de hacer bien porque durante varios años fuimos el negocio que más vendía por Internet en España y además logramos internacionalizarlo. Desde esa ex-

periencia, creamos nuestra propia empresa de know how Barrabés.biz. Desde esta plataforma he asesorado y compartido puestos de consejero de grandes empresas: Banesto, Vodafone o Rusticae.

La tienda de material de montaña y esquí en Internet tiene mucho éxito. ¿Es cierto que en Estados Unidos le han acusado de competencia desleal?

prender el entorno, ser creativos e innovar. Todo ello sin pensar en uno mismo, es decir, pensando en hacer desarrollar todo tu entorno personal y empresarial.

¿La crisis es un buen momento para que jóvenes emprendedores pongan en marcha sus proyectos?

La crisis en realidad es cambio. Una crisis aparece, entre otras cosas, porque el modelo ya

No podemos permitir que la gente joven no se forme. Yo digo siempre: estudiad, abrid los ojos y la mente, viajad, aprended y, a partir de ahí, seréis más felices

Sí. Mi recorrido comenzó en Benasque y desde ahí, al resto del mundo, y en el mundo me introduje de lleno en Estados Unidos. Hubo gente que se sintió ofendida con nuestra oferta competitiva, tanto que nos denunciaron y fue necesario acudir a la vía diplomática para resolverlo. Al final lo solucionamos y seguimos estando en el mercado americano.

¿Qué le hizo dar el salto a Internet?

La visión de futuro y la creencia de que el mundo cambia. Hay que evolucionar con los cambios y la tecnología.

En su caso, han ido bien las cosas, pero no todo han sido facilidades.

Por supuesto que no. Las dificultades son muchas pero lo más importante para superarlas es tener claros los objetivos, aprender e interpretar en cada momento las circunstancias del entorno.

¿Cuáles son las claves para triunfar en el mundo empresarial?

Las mismas que para vivir feliz: hacer lo que te gusta, creer en lo que haces, rodearte de un buen equipo de trabajo, tener estrategia, com-

EE.UU. para que se formen, para que adquieran nuevas capacidades y para que luego las apliquen aquí. ESNEPI está haciendo una gran labor y si dura se va a convertir en una de las principales palancas de cambio del Pirineo, si no lo es ya.

¿Ha habido un cambio de mentalidad en cuanto a la percepción que se tiene del empresario en España?

Ser empresario en sí mismo no dice mucho. Como todo en la vida, puedes ser bueno, malo o regular. Debes ser emprendedor y centrarte en tu negocio. Además, pensar en tu contexto aporta mucho valor social. Desde ese punto de vista, la sociedad entenderá nuestro papel de transformadores.

Los empresarios tienen como objetivo hacer un clúster empresarial turístico (agrupación de empresas innovadoras en el Pirineo). Recientemente se ha aprobado la realización de un plan estratégico para conseguir hacer una entidad con más fuerza, todo ello dentro de la FATPA (Federación de Asociaciones Turísticas del Pirineo Aragonés). **¿Cómo valora esta idea?**

Conozco la idea perfectamente porque la lanzamos desde ESNEPI hace ya dos años. Es muy importante. Si lo hacemos bien, puede haber un antes y un después del clúster en el Pirineo Aragonés. Es imprescindible tener vocación de innovación y sobre todo de globalidad. Tenemos que pensar en un único pirineo por encima de regiones o de países. Sólo así podremos llegar a posicionarlos a escala global y acceder a nuevos mercados como el asiático.

¿Cuál es el futuro del turismo? ¿Considera que este sector también ha de adaptarse a los cambios?

Sí. Sin duda la innovación junto a la estrategia y la tecnología nos permite adaptarnos a los cambios. La sociedad está cambiando y el turismo también. No podemos ser competitivos con modelos y productos obsoletos. Es fundamental innovar y dar respuesta a las nuevas demandas sociales. Sólo así el turismo en el Pirineo tendrá futuro.