

JACETANIA AHORA

Publicación de la Asociación de Empresas de La Jacetania

Nº 33 • Invierno - 2024

La industria de la nieve busca fórmulas para reinventarse



Panorámica de Candanchú desde Astún. Foto: 100K - Astún / Candanchú.

El pasado año la industria del esquí en España generó unos ingresos totales de 153 millones de euros, con 720 empleos fijos y 2.600 empleos estacionales, mostrando un impacto económico especialmente relevante en zonas de escasa densidad poblacional y dificultad para encontrar otros modelos productivos fuera del turismo. Aunque en el sector nadie cuestiona los efectos del cambio climático, la mayoría de las estaciones de esquí españolas trabajan en los últimos años para transformar su modelo de negocio. Convertir las estaciones de esquí en estaciones de montaña no es sencillo, pero hay muchos ejemplos en el mundo para tomar como referencia. La evolución del negocio hacia la prestación de servicios complementarios, gastronomía, senderismo, BTT..., son clave en esta necesaria adaptación a las nuevas circunstancias.

Michael Galvin, director científico de Techno Alpin, el mayor proveedor mundial de 'cañones' de nieve, explicó en una de sus últimas visitas a España que los evidentes efectos del cambio climático no implican necesariamente que las estaciones de esquí vayan a desaparecer en el futuro. Galvin argumentó que los nuevos sistemas son capaces de producir nieve con temperaturas marginales; ya no es necesario que el termómetro esté por debajo de los 0 grados para generar lo que ahora se conoce como nieve de cultivo. "Es necesario usar agua cuidadosamente y manejar con mayor precisión las herramientas de previsión y gestión meteorológica y aprovechar mejor las ventanas de frío", señaló.

Desde 1990 TechnoAlpin lleva diseñando y fabricando instalaciones de innivación para estaciones de esquí en todo el mundo. Algunas de sus intervenciones han sido decisivas para garantizar la viabilidad de muchas estaciones de esquí que estaban en serio riesgo de desaparecer por la falta de precipitaciones durante el invierno. El alcalde de Panticosa, Jesús María Uriz, pone el ejemplo de la pista del Estrimal, que apenas alcanza la cota de 1.500 metros, pero tiene generalmente más nieve gracias a la innivación artificial, que las pistas que llegan a la cota máxima de la estación, de 2.200 metros.

La última tecnología permite producir nieve que puede ser de 3 a 4 veces más densa que la nieve natural. Estos sistemas han hecho posible, por ejemplo, que se pudieran realizar los últimos Juegos Olímpicos de Invierno en Beijing en 2022, o numerosas pruebas internacionales como Copas del Mundo o Campeonatos del Mundo. El mensaje que se lanza desde el sector de la nieve es que,

pese a la evidencia del cambio climático, existen fórmulas tanto para mantener la actividad durante el invierno como para evolucionar el modelo de negocio hacia un centro de montaña que funcione también en verano.

Paul Mathews, presidente de Ecosing, la multinacional canadiense especializada en el diseño de estaciones de esquí, defiende que el mercado de la nieve está experimentando un importante crecimiento en varias zonas del mundo y es un negocio en expansión, en contra de la idea general. Bien es cierto que los mercados tradicionales del esquí (Europa Occidental, países escandinavos o Norteamérica), están estabilizados o en leve descenso desde hace algunos años, también por razones económicas, pero el incremento de usuarios en las estaciones de Europa del Este o Asia Central se dispara temporada tras temporada. Ecosing ha estudiado el sector de la nieve a fondo y señala como mercados emergentes los de Turquía, Rumanía, Ucrania, Polonia y Rusia, que liderarán el crecimiento en el número de esquiadores hasta 2040.

En el controvertido debate público generado en Aragón el pasado año a raíz del proyecto de unión de las estaciones de esquí de Astún y ARAMON Formigal a través de Canal Roya, los opositores a esta unión esgrimieron, sobre todo, la inutilidad de esta inversión en el contexto de cambio climático en el que vivimos. El contraste de los diferentes puntos de vista se hizo imposible tan pronto como fue público el proyecto a través de los medios de comunicación, y quedó la sensación de que se habían impuesto las consignas por encima de los razonamientos. ¿Tiene futuro la industria de la nieve? Y si lo tiene ¿Cómo será? Estas son las preguntas que quedaron sin respuesta.

M^a Jesús Lorente: "Los empresarios tienen que asociarse para tener una voz común"

La presidenta de CEPYME Aragón desde 2022, María Jesús Lorente, señala en la entrevista concedida a Jacetania AHORA que el asociacionismo es una herramienta clave para el "fortalecimiento del tejido empresarial, ya que permite a las empresas compartir experiencias, recursos, conocimientos, oportunidades y retos". La empresaria zaragozana apuesta por "mucho estrategia empresarial y el diseño de productos para afrontar el día a día" para el desarrollo vinculado al sector servicios de la economía pirenaica.

Las Comarcas de La Jacetania y Alto Gállego apuestan por estrechar lazos



El presidente de la Comarca de Alto Gállego, Primitivo Grasa, y la presidenta de la Comarca de La Jacetania, Olvido Gállego, fueron invitados por ACOMSEJA a participar en la serie de encuentros entre los agentes políticos, sociales y empresariales de ambos territorios, que la Asociación viene celebrando desde el pasado año. Los responsables de las dos entidades comarcales coincidieron en la necesidad de mejorar las comunicaciones y servicios de los núcleos más pequeños de sus respectivos territorios, y de crear un frente común ante el Gobierno de Aragón para negociar mejoras en la dotación económica para materias tan relevantes como el transporte, fundamental en comarcas tan amplias y con una población tan dispersa.

Los comerciantes demandan mayor flexibilidad para las fachadas de sus comercios

La rigidez del Plan especial de mejora y conservación del casco histórico, vigente desde mediados de los 90, es un lastre para muchos proyectos comerciales, y así lo ha expuesto ACOMSEJA desde su fundación a todos los equipos de gobierno que han pasado por el Ayuntamiento. El actual alcalde, Carlos Serrano, se ha comprometido a revisar durante esta legislatura con los técnicos municipales y con los propios empresarios la normativa para adaptarla a las necesidades y desafíos actuales del pequeño comercio.

oroel
CASA
inmobiliaria

Mimamos tu vivienda

oroel
CASA

¿Quieres vender o alquilar?

Somos expertos en interiorismo y decoración.
Preparamos tu casa y le sacamos el máximo partido con el tour virtual en 3D.

¡¡Consúltanos!!

Oportunidad. Obra nueva en el centro de Jaca. Últimas viviendas.

Mayor, 47 Jaca 974 36 06 36 oroelcasa.com

Déjate sorprender por

PIRINEOS
Gourmet

Productos Gourmet con el auténtico sabor de los Pirineos

Vinos, quesos, embutidos,
cervezas, chocolates,
conservas y mucho más.

Calle Obispo 8, Jaca
667254528
@PirineosGourmet

No finjas entender, ven a
revisar tu audición.

Y consigue
TU SEGUNDO
AUDÍFONO AL

50^{DTO}%

Pide cita

Natural Optics
Ubieto
C/ Serrablo, 41
SABIÑANIGO
Tel. 974 482 577
ubieto@naturaloptics.com

Natural Audio
Ubieto
C/ Echegaray, 5
JACA
Tel. 974 356 835
ubieto@jaca@gmail.com

*Consulta condiciones en la óptica

El reto de transformarse en estaciones de montaña

Las estaciones de esquí españolas han invertido este año 74 millones de euros para renovar y ampliar su oferta y servicios. Alrededor de 44 millones de euros se han destinado a nuevos remotes y más de quince millones al acondicionamiento de las pistas (incluyendo nuevos cañones de nieve artificial), según los datos de la Asociación turística de estaciones de esquí y montaña de España (Atudem). Esta cifra supone un incremento del 10,5% respecto al desembolso del año anterior. Además, es la mayor cifra jamás invertida por las principales estaciones de esquí de nuestro país. Apenas ocho de estos millones han ido a parar a los centros aragoneses; y de ellos seis proceden de ARAMON. El sector de la nieve en Aragón genera más de 200 millones de euros al año y aporta el 7% al Producto Interior Bruto de la Comunidad, un 10% en el caso de la provincia de Huesca, según los datos aportados por el Gobierno de Aragón.



Foto: 100K - Astún / Candanchú.

Cuando aún resuena la controversia por la fallida unión de las estaciones de esquí de ASTUN y ARAMON Formigal a través de Canal Roya, en el resto de las zonas de nieve españolas se sigue invirtiendo con el horizonte puesto en transformar las estaciones de esquí en estaciones de montaña. Sierra Nevada ha realizado esta temporada la mayor inversión de su historia, 32 millones de euros, con la instalación de cuatro nuevos remotes de última generación y la modernización de sus sistemas de producción de nieve de cultivo. Parte de este dinero ha llegado procedente de los fondos FEDER React, integrados en el paquete de ayudas Next Generation de la Unión Europea. Además, su Plan Estratégico contempla inversiones cercanas a los 400 millones hasta 2030. Desde su puesta en marcha en 2019, este Plan ha propiciado ya la instalación de dos nuevos telesillas, la renovación de casi todo el viejo sistema de nieve producida y la digitalización de los accesos a pistas y parquin, entre otras actuaciones.

Baqueira Beret ha destinado esta temporada 12,75 millones de euros a la mejora de sus instalaciones: incorpora 66 cañones de nieve de cultivo y ha reordenado pistas y añadido trazados, lo que le permite sumar un total de 170 kilómetros esquiabiles. Además, se ha completado la renovación del Hotel Montarto y la actualización de la cafetería La Choza. Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC), la empresa pública que gestiona La Molina, Espot, Port Ainé, Vallter 2000, Vall de Núria y Boí Taüll, ha invertido esta temporada 10 millones de euros para afrontar el cambio climático y potenciar sus estaciones de esquí, proyectando una evolución de los centros de nieve a estaciones de montaña. Llama la atención en este

ranking los 10 millones invertidos por Valgrande-Pajares, en la cordillera cantábrica.

La inversión de Grandvalira Resort (Ordino Arcalis, Pal Arinsal y Grandvalira), en Andorra, para esta temporada ha alcanzado los 34,5 millones, prácticamente el doble que la pasada, y la partida más elevada de los últimos años. Las principales inversiones se han centrado en nuevas infraestructuras e instalaciones, con un nuevo telesilla en Pal Arinsal y en Grandvalira, un nuevo edificio multifuncional, también en Grandvali-

El sector de la nieve en Aragón genera más de 200 millones de euros al año, y aporta el 7% al Producto Interior Bruto de la Comunidad

Las estaciones del Pirineo francés van a invertir cerca de 80 millones de euros para transformarse en estaciones de montaña

ra, así como la optimización del sistema de innivación en todas las estaciones. En el Pirineo francés la mayor parte de las 38 estaciones que operan en la actualidad están inmersas en proyectos que van a suponer inversiones por valor de más de 80 millones de euros durante los próximos años. El objetivo no es solo mejorar sus servicios durante el invierno sino avanzar en lo que se conoce como "Modelo 4 estaciones"; es decir, convertir las estaciones de esquí en estaciones de montaña para que tengan actividad durante todo el año, incorporando el senderismo, la bicicleta, el termalismo u otras actividades vinculadas con la naturaleza.

La misma tendencia se observa en el resto de Europa, donde en los últimos años se han realizado cuantiosas inversiones para renovar viejos remotes con tecnología de última generación, ampliar y conectar zonas esquiabiles y mejorar los sistemas de producción de nieve de cultivo. Hay interesantes ejemplos como el de la estación de Super-Besse, en el macizo central francés, que el pasado año inauguró un nuevo sistema de innivación artificial que la ha permitido abrir la zona baja de la estación desde el 15 de diciembre, lo que ha generado un importante impacto en la economía del territorio. Es la primera estación de esquí francesa que garantiza la cobertura de nieve en su dominio esquiabile de cota baja desde el inicio de la temporada.

Doppelmayr, empresa líder mundial en la construcción de sistemas de transporte por cable de alto rendimiento, instaló sólo en 2022 un total de veinte nuevos remotes de alta generación y remodeló otros once en estaciones de esquí de Francia, Italia, Suiza y Austria. Es un sector en pleno crecimiento pero que no es ajeno a las consecuencias del cambio climático. La mayoría de las estaciones de esquí del mundo, incluidas las españolas, han asumido que tienen que adaptar su modelo de negocio a las nuevas circunstancias y apostar por actividades e inversiones que les permitan permanecer abiertas y ser rentables todo el año.

Una temporada como la actual, de escasez de nieve, podría compensarse con la actividad y el negocio generado durante el verano por los mismos remotes que transportan esquiadores durante el invierno. Evolucionar de una estación de esquí a una estación de montaña está ya en el discurso que sostienen todos los agentes vinculados a la industria de la nieve en España, aunque se insiste en que "adaptarse" no significa "renunciar" a la actividad invernal porque, como indica Fernando Montón, consejero delegado de Candanchú, "los avances tecnológicos en el sector nos van a permitir depender menos de la nieve natural y plantear nuevas fórmulas de negocio".

Lacolada

de Jaca

SOLUCIONES EN LIMPIEZA TEXTIL

LAVE SUS MANTAS, EDREDONES, CORTINAS Y TODA SU ROPA DIARIA

614 387 368

Calle Correos esq. Domingo Miral - Jaca

LAVANDERIA AUTOSERVICIO

DE LUNES A DOMINGO

365 DIAS DE 8:00 A 22:00

Horario de atención personalizada

Lunes a viernes de 10.30 a 13.30 y de 16.30 a 19.30 hs

- Servicio completo de lavado, secado y doblado, con opción de entrega a domicilio o alojamiento
- Servicio de planchado
- LIMPIEZA DE ALFOMBRAS Y SILLONES, con retiro y entrega a domicilio.

Presupuestos sin cargo.

El "modelo 4 estaciones" marca el futuro de los centros de esquí

El sector de la nieve en el Pirineo aragonés vive en una encrucijada: buscar nuevos modelos de negocio para ser rentables todo el año sin renunciar al esquí; y seguir creciendo y siendo competitivos en invierno pese a los efectos del cambio climático. La controversia generada con el proyecto de unión de estaciones a través de Canal Roya ha dejado instalado cierto sopor en el debate público sobre el futuro del sector después de meses de muchos decibelios, pero también ha servido para generar un nuevo análisis más reflexivo.

Antonio Gericó, presidente Ejecutivo del Grupo ARAMON afirmaba en el estreno de la actual temporada que esta unión sigue siendo estratégica y se presenta "como un paso crucial para la supervivencia y sostenibilidad del Pirineo y las estaciones". Gericó apuntaba en la misma línea que el consejero de Medio Ambiente y Turismo del Gobierno de Aragón, Manuel Blasco, quien en diciembre avanzaba en Madrid que "estamos buscando alternativas para conseguir la unión de estaciones minimizando el efecto para el medio ambiente".

El consejero delegado de Candanchú, Fernando Montón, es partidario de la unión "porque de lo contrario nos convertiríamos en estaciones de fin de semana, sin capacidad para atraer nuevos mercados. Vamos a lu-

char por ella para poder crecer". Montón recuerda que solo 38 de los 19.000km2 de superficie que tiene el Pirineo están atravesados por remontes "nuestra actividad genera un impacto mínimo en la cordillera", concluye.

En verano se espera que comiencen los primeros trabajos para la instalación del teleférico que unirá Candanchú con ASTUN, un proyecto largamente demandado en el valle y que cuenta con una inversión de 25 millones de euros procedentes de fondos europeos, de la DPH y el Gobierno de Aragón, que gestiona la Mancomunidad Alto Valle del Aragón. Su presidente, Álvaro Salesa, explica que "esta instalación tiene que servir para mejorar el servicio al esquiador en invierno, pero también para ofrecer nuevas actividades durante el resto del año vinculadas con la naturaleza. Ese tiene que ser nuestro objetivo".

El alcalde de Canfranc, Fernando Sánchez defiende la misma idea: transformar las estaciones de esquí en estaciones de montaña. "No tenemos que inventar nada sino copiar lo que se hace en otros lugares como los Alpes, estas instalaciones son muy caras y la única manera de rentabilizarlas es generando actividad todo el año. Cada vez hay menos temporada de esquí y más demanda de actividades de montaña". El edil sostiene

que la inversión en las estaciones de esquí debe servir para evolucionar a un nuevo modelo de negocio.

En este debate se pone como ejemplo el caso de Panticosa, que en los últimos años ha ido incorporando a su oferta turística nuevos productos complementarios a la actividad de su estación de esquí. Su proyecto estrella es un tobogán de montaña que tendrá 5,5 kilómetros de recorrido, saldrá de Petrosos y aspira a ser el más largo de Europa. Tiene un presupuesto de 4.245.000 euros y forma parte de las obras del Plan Pirineos. Se espera que esté en funcionamiento en el verano de 2025. Jesús María Uriz, alcalde de Panticosa, señala que "llevamos tiempo observando que el turismo de primavera y otoño es el que más crece y en muchas estaciones de esquí de Europa la actividad en verano ya es más rentable que en invierno".

Marian Bandrés, presidenta de ACOMSEJA, cree que hay que trabajar para evolucionar hacia el modelo de estación de montaña, sin olvidar que "si hoy nuestras montañas son apreciadas en épocas no invernales, y estamos siendo capaces de ofrecer otros atractivos que nos están permitiendo desestacionalizar cada vez más nuestro turismo, es porque se han hecho populares en todo el país gracias al esquí y a las estaciones de Candanchú y Astun".



Fernando Montón
Consejero delegado de Candanchú

Yo sigo creyendo en la unión entre Astún y ARAMON Formigal. La de Candanchú con Astún es insuficiente porque no nos permitirá mejorar nuestra posición en el mercado. Si no avanzamos nos convertiremos en estaciones residuales porque no podremos competir con Baqueira o Andorra.



Álvaro Salesa
Presidente M. Alto Valle del Aragón

La unión de Astún y Candanchú es un primer paso hacia la modernización de la oferta de nieve de nuestro valle. En España no se puede esquiar en muchos sitios, así es que la gente va a seguir viniendo al Pirineo, pero tenemos que ser conscientes de que hay que buscar también alternativas.



Fernando Sánchez
Alcalde de Canfranc

La nieve es fundamental para la economía de nuestro valle y lo va a seguir siendo en el futuro. Pero no podemos obviar las consecuencias del cambio climático y tenemos que apostar por inversiones en infraestructuras que permitan a las estaciones de esquí trabajar todo el año como estaciones de montaña.



Jesús Ibañez
Presidente de ATUDEM

Debemos tener claro que solo se puede ser competitivos con inversión y crecimiento. Todo el mundo se está uniendo, pero cuidando al mismo tiempo su territorio y llevando prosperidad. Nosotros somos empresas eléctricas, sostenibles, no somos responsables del cambio climático, no contaminamos.



Jesús María Uriz Zuloaga
Alcalde de Panticosa

Lo que servía hace 40 años ahora ya no vale, el sector de la nieve se ha transformado muchísimo en los últimos años. Antes con una ocupación mediana entre semana se podía sostener el sector hotelero, pero ahora ya no porque éste ha crecido mucho. Hay que apostar por el verano.



Marian Bandrés
Presidenta de ACOMSEJA

La demanda y las necesidades del esquiador son otras y nosotros nos hemos quedado al margen, mirando con envidia y cierta displicencia cómo otros destinos turísticos similares al nuestro han progresado de una manera espectacular y se han vuelto mucho más competitivos que nosotros.

EDITA: Acomseja

DIRECCIÓN Y REDACCIÓN:
Juan Gavasa Rapún
comunicación@acomseja.com

DISEÑO y PUBLICIDAD:
ERRECE estudio / 974 356 022

IMPRIME: EPPA
DEPÓSITO LEGAL: D.L.: HU 28-2016

ACOMSEJA
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA JACETANIA

GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Industria
Comercio y Turismo

Cuando mantener la línea no es saludable

El comercio de Jaca, fundamentalmente el que se encuentra en el casco histórico, se enfrenta desde hace más de veinticinco años a una normativa municipal en el tratamiento de fachadas y escaparates que limita notablemente la capacidad del empresario para tomar decisiones sobre la estética de su propio negocio. La obligación de que esos escaparates estén alineados con los vanos de los pisos superiores ha generado problemas a muchos comerciantes y emprendedores, y ha puesto en riesgo la propia viabilidad de esos comercios. La rigidez del Plan especial de mejora y conservación del casco histórico es un lastre para muchos proyectos empresariales, y así lo ha expuesto tradicionalmente ACOMSEJA a todos los equipos de gobierno que han pasado por el Ayuntamiento. En las últimas elecciones municipales la Asociación transmitió a todos los candidatos la importancia de revisar esta normativa para hacerla más flexible y adaptarla a la realidad actual del pequeño comercio, que se enfrenta a unos desafíos que no existían hace veinticinco años.



Casa Arlanza, un claro ejemplo en la aplicación de la normativa sobre fachadas del Plan Especial del Casco.

Hace ahora quince años ACOMSEJA publicaba el primer número de Jacetania AHORA e incluía un reportaje titulado "Problemas con la línea", en el que se explicaba que "la normativa que regula los escaparates y rótulos de los establecimientos del Casco Histórico de Jaca limita la capacidad de desarrollo de los comercios". Esta inquietud, por lo tanto, está presente desde el origen mismo de la Asociación.

El extenso artículo informaba de que desde que había entrado en vigor la normativa del Plan Especial del Casco Histórico, a mediados de los 90, habían sido numerosos los comercios que se vieron "severamente limitados a la hora de diseñar las fachadas de sus establecimientos. La exigencia de mantener la simetría con los balcones y los vanos de las plantas superiores dio como resultado algunos escaparates llamativamente estrechos y escasamente prácticos para proyectar al exterior los potenciales del negocio".

Aunque el ayuntamiento que presidía entonces el socialista Enrique Villarroya se mostraba proclive a revisar la estricta normativa, nada se hizo; tampoco los otros equipos de gobierno que vinieron después. Y nos encontramos quince años más tarde ante el mismo escenario, pero con un comercio local que se enfrenta a desafíos inexistentes entonces como los problemas de relevo generacional o la competencia online. El mundo ha cambiado radicalmente, pero, como en el poema de Monterroso, la normativa sigue ahí.

En las últimas elecciones municipales la Junta Directiva de ACOMSEJA entregó un documento a todos los partidos políticos que presentaban candidato a la alcaldía, en el que se enumeraban las cinco prioridades que, a juicio de los empresarios, debía afrontar el futuro

La realidad del comercio local no es la de 1998, año en el que se aprobó el Plan Especial del Casco

La normativa limita la capacidad de desarrollo y modernización del pequeño comercio

El nuevo Ayuntamiento quiere revisar la normativa vigente, actualizarla y hacerla más flexible

equipo de gobierno a lo largo de la nueva legislatura. El primer punto defendía la importancia del pequeño comercio "como un elemento patrimonial, valioso y diferenciador que, además, da servicio a la población y supone un atractivo indispensable para consolidar nuestra condición de destino turístico de referencia".

Este preámbulo al primer punto ponía contexto a la vieja reivindicación de los comerciantes jaqueses, que desafortunadamente no ha perdido vigencia: la revisión y modificación de la normativa urbanística para facilitar las adecuaciones de los locales vacíos o traspasados. Ja-

vier Ángel-Alberola, miembro de la Junta Directiva de ACOMSEJA, indica que "nosotros ponemos el acento especialmente en el Plan Especial del Casco en lo referido a fachadas y plantas bajas, que es el principal punto de controversia desde hace muchos años". El también arquitecto técnico afirma que "la normativa que regula los escaparates limita la capacidad de desarrollo y modernización del pequeño comercio y supone un grave trastorno para la puesta en marcha de nuevos proyectos comerciales o empresariales".

Carlos Serrano, alcalde de Jaca, señala a Jacetania AHORA que "estamos trabajando para escuchar al comercio y conocer en qué puntos consideran que habría que hacer modificaciones, y también junto al equipo técnico del Ayuntamiento para llegar a un consenso entre todas las partes". Serrano se muestra convencido de que "un comercio vende desde la fachada y creo que el criterio del comerciante debería tenerse en cuenta y ser más flexibles. El Ayuntamiento no puede poner trabas a la actividad del comerciante y la viabilidad de su negocio. Estamos imponiendo al comerciante, sobre todo en edificios viejos, unas obras que igual no le benefician en nada y que solo se plantean por estética del edificio. Si un comerciante necesita un escaparate grande, por las características de su negocio, debería de permitírselo dentro de un marco normativo más flexible que el actual".

La opinión del nuevo alcalde coincide con lo expresado por la Junta Directiva de ACOMSEJA en su documento sobre la problemática y necesidades del sector empresarial. En él se sostiene que "las fachadas y los escaparates son los elementos más determinantes en la visibilidad y rentabilidad de un comercio, cuyo fin primero es la atracción de potenciales clientes". La controversia surge en el artículo 24 del Plan especial de mejora y conservación del casco histórico de Jaca, que fue aprobado en 1998 y actualizado en abril de 2011, y que se refiere a la alineación de las fachadas. Serrano confirma que existe la voluntad política de revisar ese articulado "teniendo en cuenta a todos los agentes intervinientes en esa decisión, tantos los comerciantes como los técnicos municipales, y con todos ellos poder concluir con una nueva redacción del articulado y llevarlo a aprobación".

Para ello ya se está elaborando una providencia de alcaldía, que es el primer paso para iniciar los trámites, que incluirá la redacción y presentación de informes, su exposición en la Comisión del Casco y su elevación a Pleno. Serrano apunta que "es muy importante la opinión de los técnicos y hay que hacer un trabajo interno con ellos para concluir que técnicamente esta modificación es necesaria. Hay que trabajar los argumentos técnicos para avalar esta modificación. Pero tenemos también claro que no hay que enconsetar el estilo de los locales y hay que dejar margen a los comerciantes para que puedan desarrollar sus propios criterios".

»» Restaurante ««

LA CADIERA

Cocina Km.0 del Pirineo

Domingo Miral, 19

974 355 559

Jaca



Opinión

ACOMSEJA te da voz

El hombre es un ser social por naturaleza, decía Aristóteles. Nacemos con esa característica y la desarrollamos en nuestras actividades, trabajo, relaciones... Necesitamos de otros para sobrevivir, y nuestras empresas, también. Pero a veces establecer relaciones fructíferas y duraderas no es fácil en un mundo individualista y acelerado. El asociacionismo empresarial siempre está cuestionado pero es la herramienta para trascender y ser visibles en un mundo cada vez más competitivo. Viajar solo está bien, pero no podemos acordarnos de lo colectivo sólo en los momentos de crisis o de miedo. Hay que alimentar a la máquina para que funcione cada día. La crisis provocada por la COVID 19 nos enseñó lo importante que es tener una sociedad bien armada, unida.

ACOMSEJA es un espacio de unión del tejido empresarial de toda la comarca de la Jacetania, de relaciones entre nuestras empresas, de conexión con las asociaciones empresariales provinciales, regionales y nacionales, de reciclaje profesional, de formación, de resolución de problemas comunes, de impulso de ideas... Nuestra asociación, creada hace más de 15 años, otorga fiabilidad a cualquier negocio por el hecho de formar parte de la misma, le da una voz ante las administraciones y le permite interactuar dentro de este canal de dinamización social y económica continuo. Es

notorio que tenemos un enorme protagonismo en la vida social, económica, política y cultural de nuestra comarca. Somos un agente activo de interlocución y defensa de los intereses comunes frente a las administraciones públicas; somos un instrumento de negociación y participación en las mesas políticas y sindicales, de cierre de convenios y acuerdos... Sin ideología política, a pesar de que muchos se empeñan en ubicarnos en los lugares equivocados, somos por encima de todo empresarios peleando por intereses colectivos, sin ánimo de lucro y sin intereses individualistas.

Nadie puede cuestionar la Influencia que ACOMSEJA ejerce en la toma de decisiones que afectan a nuestros intereses económicos en el territorio. Por ello resulta difícil comprender la reticencia de algunos a subirse al carro del asociacionismo empresarial. Muchos se escudan en que no reciben a cambio un beneficio directo en las arcas de su negocio; en otros casos no hay conciencia suficiente sobre la importancia de esta pertenencia, otros finalmente lo ven como algo ajeno que no va con su negocio o con su sector. En todos los casos entiendo que hay una mirada muy corta y una ausencia de cultura asociativa. Pero no renunciamos a seguir trabajando para lograr cambiar esa mirada. Debemos ver el asociacionismo como algo propio, un sentimiento de pertenencia al colectivo, un movi-

miento que nos representa, un lugar cercano al que podemos acercarnos para colaborar, pedir, sugerir o realizar una crítica siempre constructiva. Las asociaciones de empresarios son fundamentales para construir el tejido social y económico de una comunidad, especialmente si es pequeña como la nuestra. Tenemos la obligación de implicarnos y empujar con nuestra colaboración y con nuestro aporte económico, necesario para que funcione. Cuantos más seamos, más unidad, más fuerza y más influencia tendremos. Y aquí dejo esta frase de James Cash Penney que creo muy oportuna: "El crecimiento no es casualidad, sino que es el resultado de fuerzas que trabajan juntas". Trabajemos juntos, veamos el asociacionismo empresarial como una manera de crear una cultura colectiva que nos va a posicionar a todos en mejores condiciones para afrontar los desafíos de futuro con las administraciones públicas.

Y después de todos estos argumentos, quisiera responder de manera sencilla a la pregunta recurrente que me he encontrado demasiadas veces cuando un asociado decide alejarse: ¿Qué me da a mi ACOMSEJA? ACOMSEJA te da voz.

Marian Bandrés
Presidenta de ACOMSEJA

El Turismo en Jaca: un éxito que nos hace reflexionar

Jaca, esta joya de los Pirineos españoles, ha vivido un auge turístico que nuestros mayores no pensaban que fuera a llegar. Pero ¿qué sucede cuando un destino turístico se vuelve demasiado popular?

El turismo es una bendición, el motor de la economía local, pero también puede traer desafíos. Uno de los mayores retos es el alquiler de segundas residencias a turistas. Con la llegada de plataformas "on line" como Airbnb, esta práctica se ha disparado. ¿El resultado? Menos viviendas disponibles para los residentes locales y precios más altos. Esto dificulta que nuestros hijos puedan encontrar un lugar donde vivir y desarrollarse, o que se establezcan en Jaca trabajadores que necesitamos (enfermeros, profesores, cocineros, recepcionistas, etc.).

Hablemos de números. Hay aproximadamente 2.000 plazas hoteleras en Jaca. ¡Pero hay más de 4.000 plazas de alquiler vacacional! ¿Y las segundas residencias? Su número supera las 12.000... muchas de ellas terminan siendo alquiladas.

Pero aquí hay un matiz importante: actualmente solo hay 240 Viviendas de Uso Turístico registradas. Sin em-

bargo, en plataformas como Airbnb encontramos más de 1.000 ofertas (con una ocupación media entre 4 y 5 personas, según datos del INE, lo que supone más de 4.000 plazas). Están a la vista de todos, sin esconderse. La solución no es restringir el alquiler vacacional. Esto ha demostrado ser ineficaz y solo ha aumentado la oferta "irregular", lo que no es justo ni beneficioso para nuestra comunidad. Ejerce una competencia desleal a quien hace bien las cosas, a quien obtiene licencia, factura con IVA, contrata personal, paga nóminas con su seguridad social, declara a Hacienda y paga impuestos. Esas condiciones tan favorables les permiten ir "colonizando" barrios enteros, a costa de la oferta de alquiler residencial.

Además, esta oferta "irregular" es más barata, por lo que atrae a visitantes con presupuestos ajustados, lo que beneficia a grandes supermercados, pero no tanto a los pequeños comercios locales de proximidad, que cada vez más se ven rodeados de viviendas "fantasma", vacías en los momentos bajos del turismo.

¿Qué podemos hacer?

En primer lugar, debemos ser conscientes de este problema. Ignorarlo no es una opción. Debemos encon-

trar un equilibrio entre el turismo y la vida local. Eso podría significar una mejor regulación y supervisión de quienes alquilan propiedades de forma irregular, sin excepciones. Si podemos multar a quienes conducen rápido en la carretera, podemos hacer lo mismo para quienes no cumplen con las regulaciones de alquiler.

En segundo lugar, una vez regulada y controlada toda la oferta, se podría plantear una planificación o incluso una moratoria temporal para ajustar el volumen de viviendas de alquiler turístico a las necesidades de Jaca, liberando el resto de las viviendas disponibles para un alquiler residencial, especialmente en los barrios urbanos con mayor oferta del pequeño comercio.

El crecimiento es bueno, pero un crecimiento descontrolado puede ser peligroso. Sigamos siendo un ejemplo de cómo el turismo y la vida local pueden coexistir en armonía. ¡Unámonos y trabajemos juntos por un futuro sostenible para Jaca! No la dejemos morir de éxito.

Pedro Marco
INTURMARK Hoteles

ACOMSEJA
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA JACETANIA

Impulsando el tejido empresarial
y la economía de la Jacetania
desde 2006

¡ASÓCIATE!
www.acomseja.com



Made in Jacetania

ACOMSEJA vuelve a lanzar este año, con motivo de la campaña de San Valentín, la "Experiencia Jacetana", una propuesta de promoción global de la comarca que el año pasado fue un éxito rotundo y que sirvió, además, para proyectar una imagen del territorio como destino turístico único. Gracias a la implicación de todos los agentes turísticos de la comarca, la "Experiencia Jacetana" sirve, por un lado, como estímulo para fomentar el consumo en los comercios locales y, por otro, para dar visibilidad a las principales potencialidades de la Jacetania bajo un mismo paquete turístico.

La Experiencia Jacetana: excelencia e identidad territorial

La "Experiencia Jacetana", surgió el pasado año en el seno de ACOMSEJA como una ambiciosa acción de promoción para la campaña de San Valentín, basada en un pack que incluye los destinos turísticos más populares de la comarca. El ganador de este pack accede gratuitamente (junto a un acompañante) a todos los lugares que integran la Experiencia. El pasado año la ganadora, Ángela De la Torre, residente en Galicia, disfrutó de unas intensas jornadas en nuestra Comarca de las que dio buena cuenta en sus redes sociales. Prometió que regresaría.

La "Experiencia Jacetana" es una iniciativa sin precedentes que ha sido capaz de congregar en un mismo paquete turístico los destinos más destacados de la Jacetania y ofrecerlos como un único producto. Son experiencias exclusivas de nuestra comarca que refuerzan la marca de nuestro territorio. Este año nuevamente la "Experiencia Jacetana" se sorteará entre todos los usuarios que participen con sus comentarios en las promociones que se realicen a través del Instagram de Muy de Jaca durante la primera quincena de febrero, coincidiendo con la campaña de San Valentín.

Dani Cruz, director Comercial de ACOMSEJA, señala que con esta iniciativa la Asociación quiere ayudar a "dinamizar el turismo de nuestro territorio de una manera original y novedosa, reuniendo en un mismo producto turístico todos los destinos exclusivos de nuestro territorio. La idea que queremos transmitir es que todo esto solo lo puedes hacer en la Jacetania, y de este modo proyectar el inmenso potencial que tiene nuestro territorio".

La Experiencia Jacetana está formada por:

100K. Astún - Candanchú
Pista de hielo de Jaca
Ciudadela de Jaca
Museo Diocesano de Jaca
Cueva de Las Gúixas de Villanúa
Ecoparque El Juncaral de Villanúa
Estación de Canfranc
Pirivuelo. Aeródromo de Santa Cilia
San Juan de la Peña
Una noche en el Hotel Ciudad de Jaca
Una cena en el restaurante del camping El Arrebol

Nuevas maneras de hacer turismo

Esta "Experiencia Jacetana" surgió el pasado año como un elemento de promoción puntual de la campaña de San Valentín de ACOMSEJA, pero no se descarta, debido a la gran repercusión que tuvo, que pueda consolidarse en el futuro como un paquete turístico que permita vertebrar el territorio comarcal, fortalecer su imagen en el exterior y ofrecerlo como un único destino turístico.

Los nuevos hábitos de viaje han provocado, sobre todo a raíz de la pandemia, que los turistas españoles cambien su manera de elegir los destinos, según Weekender.es, portal especializado en escapadas temáticas. La preocupación por la sostenibilidad sigue creciendo, a tal punto que el 65% de los españoles prefiere consumir productos locales y de temporada durante sus vacaciones. La movilidad es otro asunto que los espa-

ñoles asocian firmemente a los viajes sostenibles, lo cual ha sido, en parte, impulsor del turismo de cercanía. Por ello es importante promocionar y comercializar destinos como La Jacetania, que resultan accesibles al turista y le permiten desarrollar su estancia de una manera sostenible, sin grandes desplazamientos.

ACOMSEJA trata de impulsar nuevos eventos y actividades que ayuden a dinamizar el comercio y la empresa, la vida social y cultural del territorio, y al mismo tiempo sirvan para dar valor al inmenso patrimonio jacetano.



ACOMSEJA no se detiene

Durante el primer semestre de 2023 la Asociación va a desarrollar un intenso programa de eventos y acciones de promoción, que busca promover el consumo en el comercio local y fomentar el producto Kilómetro 0. Las actividades ya comenzaron en enero con la segunda edición de las "Jornadas de la Casquería, que resultaron un verdadero éxito y que, de algún modo, fueron la continuidad a la "Senda del Poncho", que volvió a tener una excelente respuesta y visibilidad durante las pasadas navidades.

ACOMSEJA ha programado para el mes de febrero, entre el 17 y el 25, la octava edición de las Jornadas de la Trufa y la Caza, una de las iniciativas que más repercusión

ha tenido a lo largo de la historia de la Asociación. El año pasado no pudieron realizarse porque no fue una buena temporada para la recolección de este valioso hongo, cada vez más valorado y buscado. Este año, con mejores perspectivas, se prevé una alta participación, en la línea de la última edición, la de 2022, en la que tomaron parte 17 establecimientos hosteleros de Jaca y la comarca.

El 4 y 5 de marzo se llevará a cabo el "Remate final de Invierno", la acción con la que la Asociación de Empresas de la Jacetania quiere dar el último impulso a la temporada invernal. El objetivo es, como siempre, finalizar la campaña de invierno animando al consumidor a realizar sus compras en el comercio local, apro-

vechando las rebajas, ofertas y chollos que ofrecerán los más de 30 establecimientos asociados participantes, algunos de los cuales sacarán su género a la calle y otros lo mostrarán en el interior de sus establecimientos.

Además de las tradicionales campañas de promoción del consumo local que coincidirán con el Día del Padre, el Día de la Madre y el Primer Viernes de Mayo, ACOMSEJA va a organizar durante el mes de abril junto a El ateneo jaqués la primera edición de Jaquearte, una iniciativa cultural en la que van a participar veintitrés artistas vinculados con el Pirineo, cada uno de los cuales expondrá una obra propia en el escaparate de un comercio de Jaca.

DEPORTES
CHUSS

Especialistas en moda
deportiva y materia
de esquí y montaña

Unión Jaquesa, 3 • Jaca • T 974 362 483

deporteschussjaca@gmail.com



CONVERSACIONES. Olvido Moratinos y Primitivo Grasa

Jacetania y Alto Gállego, dos comarcas y un destino

Olvido Moratinos y Primitivo Grasa presiden las Comarcas de Jacetania y Alto Gállego respectivamente desde el pasado verano. Los dos se estrenan en el cargo y comparten una intensa experiencia en la política municipal; la primera como concejal y teniente de alcalde del Ayuntamiento de Jaca durante 8 años, y el segundo como alcalde de Caldearenas durante el mismo periodo. En este encuentro ponen en común las problemáticas que afectan a dos comarcas que se caracterizan por su gran extensión, la diversidad de sus modelos productivos y la dispersión de su población. La gestión comarcal se parece poco a la política municipal y exige un conocimiento del territorio y una implicación en los problemas de todos sus habitantes que es, a su vez, el gran estímulo para desarrollar la acción de gobierno. Ambos coinciden a la hora de afirmar que “nuestro reto es que los ciudadanos conozcan más y mejor la labor que hacen las Comarcas”.

¿Cuál es la principal diferencia entre la política municipal y la gestión comarcal?

Primitivo Grasa

Es totalmente diferente. En la Comarca es fundamentalmente dar servicios. En mi caso más particular me he encontrado con unos pleitos que tenía la Comarca con los que no contábamos. Lo hemos tenido que solucionar. Hemos creado una sede del Servicio Social de Base nueva y también hemos encontrado algunos problemas que va a costar bastante dinero solucionar.

Olvido Moratinos

Para mí es totalmente diferente porque al final las Comarcas son netamente prestadores de servicios, pero lo más significativo es que es un mundo realmente desconocido para los habitantes del territorio. Yo creía que ese desconocimiento se producía principalmente en Jaca, pero veo que es en toda la comarca y por eso para nosotros es una prioridad dar a conocer todos los servicios que se prestan desde nuestra institución. Sí que he observado lo agradecidos que son los vecinos y vecinas de los pequeños pueblos de la comarca con los servicios que ofrecemos. Creo que necesitan que se les escuche más y que estemos más encima de los problemas e inquietudes de su vida diaria.

¿A qué creéis que se debe este desconocimiento?

Olvido Moratinos

Los servicios sociales, que son el pilar fundamental de nuestra actividad, sí que llegan a todos los rincones de la comarca, teniendo en cuenta que muchos de esos servicios se prestan en núcleos que están a más de una hora de distancia. Algunos de ellos están en la comarca de la Jacetania, pero pertenecen a la provincia de Zaragoza y, por lo tanto, también reciben servicios de la Diputación Provincial de Zaragoza. Es decir, son situaciones administrativas un tanto extrañas. La Comarca llega a todos los rincones del territorio, pero es cierto que muchos vecinos no saben que esos servicios son prestados por nosotros. E incluso no son conocedores de todo lo que ofrecemos y de todos los servicios a los que pueden acceder. Con los recursos económicos que tenemos, que son muy limitados y basados en subvenciones finalistas, creo que se está haciendo una gran labor. Pero la Comarca tiene que ser constante en su labor de acercarse a los pueblos y no que estos vengan a la Comarca.

Primitivo Grasa

Nosotros también llegamos a todos los pueblos y rincones de la comarca que, como la de la Jacetania, es muy extensa. Está, por ejemplo, la Guarguera que es un territorio enorme y no tiene nada que ver con Sallent y el valle de Tena. Es decir, el nuestro es un territorio muy extenso en cuyo interior hay realidades económicas y sociales muy diferentes. Lo que hemos comprobado es que la Comarca de Alto Gállego tiene muy buena imagen entre los ciudadanos, sobre todo porque damos servicios que son muy necesarios y útiles como la asistencia a familias. Luego está la cultura o el deporte. Nosotros estamos empeñados en llevar la cultura a los pueblos pequeños porque no pueden acceder a muchos eventos que sí que se realizan, por ejemplo, en Sabiñánigo. Para esto están también las Comarcas.

¿Cómo es la convivencia, en cada caso, con los ayuntamientos principales de cada comarca, Jaca y Sabiñánigo, que tienen más presupuesto y capacidad financiera que las entidades comarcales?

Primitivo Grasa

Nosotros en Alto Gállego no tenemos ningún problema. Sabiñánigo tiene más presupuesto que nosotros y tiene capacidad para organizar muchas más cosas, pero eso no generan conflictos, sino que impulsa un escena-

rio de colaboración permanente. Este año vamos a organizar la Escuela de Verano, que hasta ahora la organizaban ellos, porque nos han pedido que asumamos su gestión. Y nosotros lo hacemos encantados. Pero está claro que nuestra prioridad tiene que ser ayudar más a los pueblos más pequeños.

Olvido Moratinos

Por la capacidad financiera que tiene el Ayuntamiento de Jaca, que es el quinto presupuesto más grande de Aragón, tiene casi plena autonomía para organizar y gestionar sus programas culturales y deportivos, por lo que no tiene mucho sentido que intervenga la Comarca, aunque nuestro objetivo es servir por igual a todos los ciudadanos del territorio, independientemente de dónde vivan. Pasa lo mismo con pueblos de mayor entidad como Canfranc o Villanúa, que tienen la capacidad suficiente para gestionar sus propias programaciones, aunque existen espacios puntuales de colaboración como, por ejemplo, la organización del Jacetania Circus en Villanúa. Pero está claro, y aquí estoy de acuerdo

con Primitivo, que donde se tiene que llegar es a los pueblos más pequeños.

¿Y cómo es la relación entre las instituciones comarcales de Jacetania y Alto Gállego?

Primitivo Grasa.

Nosotros como somos nuevos tampoco habíamos hablado casi nada. A mí me encantaría tener buena relación con la Comarca de la Jacetania e intentar hacer cosas en conjunto que sean beneficiosas para todos. Por nuestra parte las ganas de colaborar siempre van a estar ahí.

Olvido Moratinos

Sí, está claro. De hecho, tenemos problemáticas comunes como el transporte escolar, por poner un ejemplo, porque como ya se ha dicho somos comarcas muy extensas en el Pirineo. Y si vamos de la mano a mostrar nuestras inquietudes al Gobierno de Aragón es más fácil que consigamos nuestros objetivos. Primero nos hemos tenido que asentar en nuestros cargos, pero la voluntad es de colaborar.



“La Comarca llega a todos los rincones del territorio, pero es cierto que muchos vecinos no saben que esos servicios son prestados por nuestra institución”

Por vuestra experiencia al frente de las entidades comarcales, ¿creéis que sería interesante o necesario o recomendable que las Comarcas asumieran algunas competencias que no tienen en la actualidad?

Olvido Moratinos

Sí, sin duda. Porque es verdad que tenemos competencias en servicios sociales, cultura, turismo, en deportes o en transporte escolar, aunque esta última es una encomienda del Gobierno de Aragón que sólo ha hecho a las comarcas pirenaicas. Yo creo que el transporte, en sí mismo, deberíamos de gestionarlo nosotros. Una de las principales carencias que hemos observado en nuestras visitas a todos los pueblos de la comarca es que no hay un transporte regular para poder hacer gestiones cotidianas como ir al médico o al banco o a comprar. Hay muchas fórmulas, pero creo que la mejor manera de hacerlo es desde la misma Comarca, porque somos quienes mejor conocemos el terreno y sus necesidades.

Primitivo Grasa

Yo no pienso en las que podríamos tener sino en mejorar las que ya tenemos. Tenemos, por ejemplo, un problema en turismo con la cantidad de denuncias que hay de acampadas y sobre lo que no podemos hacer nada porque gestionamos las competencias de turismo, pero a medias. Yo la quiero completa porque ahora estamos indefensos jurídicamente. Lo que decía Olvido sobre el transporte es verdad, nosotros hemos empezado con un transporte social con unas rutas diarias que se establecen en función de la demanda y enlazan con el Centro de Salud de Sabiñánigo, el Hospital de Jaca y San Jorge de Huesca. Pasamos una vez a la semana. Queremos que nos aseguren todo lo que tenemos, pero bien hecho.

Olvido Moratinos

Pero yo tengo claro que si asumimos más competencias éstas tienen que venir con dotación económica, porque si no es imposible.

¿Cuál es el principal problema que afrontan los habitantes de las comarcas de Alto Gállego y Jacetania?

Primitivo Grasa

La vivienda, sin duda. Ayer estuvimos en Biescas y tienen claro que el principal problema al que se enfrentan es el precio de la vivienda, que está a unos niveles inasumibles para la mayoría de la gente. También con los alquileres, de Sabiñánigo para arriba son prohibitivos. Pero, sin embargo, en los pueblos pequeños la gente ni quiere vender ni quiere arreglar las casas, yo veo una dejadez o pocas ganas de tener iniciativas. Yo he valorado incluso la posibilidad de establecer en mi pueblo un impuesto a quienes tienen las casas abandonadas. Si no tienes ni vivienda ni trabajo, es difícil quedarse aquí o que gente decida venir aquí.

Olvido Moratinos

Yo tengo claro que también es la vivienda. Aquí hay trabajo y a mucha gente le gustaría venir a vivir aquí. De hecho, en el 2022 fueron casi 180 personas las que se pusieron en contacto con las agentes de desarrollo de la Comarca para ver qué tramitación tenían que seguir para venir a vivir a nuestro territorio. Hay proyectos de emprendimiento o gente que se quiere sumar a proyectos ya en marcha; tenemos que aspirar a trabajos de más calidad, sin duda, pero trabajo hay. Y sin duda el acceso a la vivienda, no solo para quien quiere venir a vivir aquí sino para los jóvenes que se quieren independizar, es nuestro mayor problema.



Olvido Moratinos
Presidenta de la Comarca de La Jacetania

Olvido Moratinos ha sido concejal y teniente de alcalde en el ayuntamiento de Jaca desde 2015. En la anterior legislatura fue además diputada en las Cortes de Aragón con el PSOE. En las últimas elecciones municipales fue la candidata de su partido a la alcaldía de Jaca. Fue elegida presidenta de la Comarca de La Jacetania, tomando el relevo a Montse Castán, con el apoyo de los tres consejeros de CHA. En su discurso de toma de posesión puso como prioridades en su gestión la conservación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático porque "nuestro entorno es nuestro gran recurso económico, es nuestra industria, es nuestro presente, pero tiene y debe ser nuestro futuro, el de nuestras hijas e hijos".



Primitivo Grasa
Presidente de la Comarca Alto Gállego

Primitivo Grasa es alcalde de Caldearenas desde 2015 y desde el pasado mes de julio también presidente de la Comarca Alto Gállego, en sustitución de Lurdes Arruebo. Grasa es el primer presidente del Partido Popular en la historia de la entidad comarcal, gracias al apoyo de los dos consejeros del PAR. Profundo conocedor del territorio, políticamente se ha bregado en el desafío diario de dirigir un pequeño ayuntamiento que se enfrenta a las carencias de servicios públicos y los efectos de la despoblación, lo que sin duda explica sus prioridades en la gestión comarcal para los próximos años: primero los pueblos más pequeños, los que necesitan más ayuda.

"Nuestra prioridad tiene que ser ayudar más a los pueblos más pequeños, que son los que tienen menos recursos y más necesidades de servicios"



AUTOMÓVILES LA VICTORIA

VENTA VEHÍCULO NUEVO, Km. 0 y OCASIÓN



Taller • Venta • Renting • Financiación

Servicios de mecánica en general

- Pre ITV
- Embrague
- Frenos, escapes, pastillas, discos, neumáticos, etc.

Servicios de electricidad

- Diagnostico de avería
- Airbag
- Inyección
- ABS, etc.



Venta

En «Auto La Victoria» tenemos un amplio catálogo de vehículos de venta, en el que podrá encontrar el que mejor se adapte a sus necesidades y condiciones.



AUTO LA VICTORIA

Avda. Nuestra Señora de la Victoria nº 30 - 22700 JACA (Huesca) • Tel. **974 36 50 10**

www.autolavictoria.com • info@autolavictoria.com
www.facebook.com/AutoLaVictoria - RSS de las novedades

Javier Polo, gerente de Comercio y Servicios de CEOE-Cepyme Huesca

Javier Polo: “El Kit digital es la puerta al futuro para pymes y autónomos”

Javier Polo, gerente de Comercio y Servicios de CEOE-Cepyme Huesca y responsable de su departamento especializado en el Kit Digital, explica en esta entrevista todas las posibilidades que ofrece el Kit Digital, el programa de ayuda para la financiación de proyectos de transformación digital para microempresas, pymes y autónomos que financia la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU. Este se enmarca dentro del Plan de Recuperación, el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025 y la Agenda España Digital 2025. Hasta el momento se han puesto en marcha en nuestra provincia más de 6.000 proyectos de transformación digital, de los cuales más de 600 han sido tramitados desde CEOE-CEPYME. La magnitud del impacto de este plan en Huesca es notoria: en el 70% de los municipios de nuestra provincia se ha distribuido alguna de las ayudas que contempla el Kit Digital.

Aunque ya lleva casi dos años en marcha, es necesario volver a recordar qué es el Kit Digital.

El Kit Digital es el programa de ayuda para la financiación de proyectos de transformación digital para microempresas, pymes y autónomos. Estas ayudas para la digitalización de las pymes tratan de aumentar el nivel de madurez digital del tejido empresarial de España. Las ayudas del Kit Digital están dirigidas a empresas pequeñas y se clasifican en función del número de empleados que tengan:

- Segmento I: Empresas de 0 a 3 empleados: 2.000€
- Segmento II: Empresas de 3 a 10 empleados: 6.000€
- Segmento III: Empresas de 10 a 50 empleados: 12.000€

Hay una idea extendida de que el Kit Digital solo financia el diseño de páginas web. ¿Es esto así?

Hay muchas más posibilidades al margen de la presencia en internet y sitio web, que es la categoría más conocida. Las empresas que accedan a este programa reciben un bono digital que identificará la cuantía económica que dispondrán para utilizar en las soluciones digitales que mejor se adapten a sus necesidades. Se han identificado inicialmente otras nueve categorías:

- Comercio electrónico: creación de una tienda online de compraventa de productos y/o servicios que utilice medios digitales para su intercambio.
- Gestión de redes sociales: promocionar la pyme en redes sociales.
- Gestión de clientes y/o proveedores: digitalizar y optimizar la gestión de las relaciones comerciales con los clientes.
- Business Intelligence y analítica: explotación de datos de la empresa para la mejora del proceso de toma de decisiones.
- Servicios y herramientas de oficina virtual: implantar soluciones interactivas y funcionales que permitan la colaboración más eficiente entre los trabajadores de la pyme.
- Gestión de procesos: digitalizar y/o automatizar procesos de negocio relacionados con los aspectos operativos o productivos de la pyme.
- Factura electrónica: digitalizar el flujo de emisión de facturas entre la pyme y sus clientes.
- Comunicaciones seguras: proporcionar a las pymes seguridad en las conexiones entre los dispositivos de sus empleados y la empresa.
- Ciberseguridad: proporcionar a las pymes seguridad básica y avanzada para los dispositivos de sus empleados

Después de casi dos años asesorando a empresas y divulgando las posibilidades del kit, ¿Cree que se están logrando (a nivel de nuestra provincia) los objetivos para los que fue creado?

Somos muy positivos con el resultado hasta el momento. En total, desde el inicio del Programa se han puesto en marcha en nuestra provincia más de 6.000 proyectos de transformación digital de los cuales más de 600 los hemos tramitado nosotros desde CEOE-CEPYME. En sus casi dos años de evolución, Kit Digital se ha convertido en el programa de ayudas a la digitalización de pymes más demandado. Su capilaridad ha sido tal que en el 70% de los municipios de nuestra provincia se ha distribuido alguna de las ayudas de Kit



Javier Polo, Gerente de Comercio y Servicios de CEOE-Cepyme Huesca y responsable del departamento del Kit Digital.

Digital. En CEOE-Cepyme (Comercio y Servicios) llevamos casi dos años recorriendo todo nuestro territorio con el objetivo de informar a las pymes y autónomos de primera mano de las ayudas de Kit Digital. Hemos visitado alrededor de 45 localidades. En todos estos eventos la suma de asistentes ha sido de más de 1.500 tanto online como presenciales. Se ha realizado también eventos enfocados a sectores concretos como el del comercio o el dedicado a entidades que asesoran a empresas y autónomos.

Qué empresas pueden beneficiarse del Kit Digital

Para poder solicitar estas soluciones digitales, es necesario reunir algunos requisitos:

- Ser autónomo, microempresa, pequeña o mediana empresa. Esto implica no sobrepasar los límites financieros, operativos y efectivos que las definen.
- Estar dado de alta con una antigüedad mínima de 2 años.
- Que la empresa no esté en crisis.
- No estar inmerso en alguna de las prohibiciones que impone la Ley General de Subvenciones, estipuladas en el artículo 13.2.
- No haber superado el límite de ayudas mínimas otorgadas por el Gobierno.
- Tener todas las obligaciones tributarias y de seguridad social al día.
- No tener una orden de recuperación pendiente por la Comisión Europea donde se haya declarado una ayuda ilegal o incompatible.

¿De qué modo puede ayudar el Kit Digital a la transformación de las pequeñas y medianas empresas?

La digitalización ha venido para quedarse. De hecho, las empresas dependen cada vez más de la tecnología. Más del 90% de la población tiene acceso a un dispositivo móvil y más de la mitad de la población cuenta con acceso a internet. Esto genera una infinidad de posibilidades que, con el bono digital, las empresas podrán aprovechar. Asimismo, mientras más oportunidades de conectar con los clientes se tenga, muchas más probabilidades de generar ventas existirán.

¿Qué es un agente digitalizador?

Los agentes digitalizadores son las empresas encargadas de aportar las soluciones digitales a las pymes y los autónomos beneficiarios del programa Kit Digital. Estos agentes son una pieza clave del programa Kit Digital, puesto que son los que se encargan de prestar los servicios digitales a los autónomos y pymes que han accedido al programa para que puedan digitalizar su negocio. Desde CEOE-CEPYME Comercio y Servicios podemos asesorarte sobre las empresas que actualmente son Agentes digitalizadores en nuestra provincia.

La burocracia y la relación con la administración supone una barrera infranqueable para muchos empresarios. ¿Qué trámites hay que realizar para conseguir el Kit?

El programa Kit Digital opera de manera aparentemente sencilla: las empresas interesadas reciben un “bono digital”, establecen un acuerdo con proveedores de servicios digitales y proceden a implementar la solución elegida. No obstante, en la práctica el proceso de validación de los trabajos realizados por los agentes digitalizadores podía volverse complejo. La revisión de los trámites de justificación de esta ayuda se demoraba meses al principio, y en los medios de comunicación se ha informado además sobre la posible existencia de disparidades en los criterios aplicados.

A ello se añadieron las dificultades para ofrecer una atención personalizada a lo largo del proceso tanto a las empresas beneficiarias como a los agentes digitalizadores. Actualmente se ha diseñado un sistema de tramitación, “cero papeles”, que agiliza el proceso usando herramientas de robotización e inteligencia artificial para que la pyme pueda solicitar la ayuda simplificando al máximo los trámites burocráticos. Además, los autónomos y empresas interesadas nos pueden pedir la ayuda a través de nuestra figura “representante voluntario” para que podamos tramitarle la solicitud. Si ésta se realiza correctamente, la ayuda se resuelve en menos de tres semanas.

¿Hasta cuándo una empresa tiene plazo para solicitar el Kit?

El Gobierno extendió recientemente el plazo con el que cuentan los negocios de los tres segmentos para solicitar la ayuda de Kit Digital a través del sistema de tramitación. Los autónomos, pequeñas empresas y microempresas de menos de cincuenta empleados de cualquier tamaño tendrán ahora hasta diciembre de 2024 para tramitar su solicitud y acceder a un bono digital de 2.000, 6.000 o 12.000 euros, en función del tamaño de la empresa, que podrán emplear para digitalizar su negocio.

Manuel Solans: “El mercado inmobiliario atraviesa un periodo de muchísima demanda”

Manuel Solans fundó en 2019 Oroel Casa, una de las agencias inmobiliarias con mayor presencia en la zona. En 2004 llegó a Jaca para dirigir la delegación de Fincas Corral, un periodo, asegura, “en el que aprendí a hacer todo lo que no se debe hacer en el sector”. Al año creó Fincas Jaca, empresa en la que permaneció durante aproximadamente catorce años hasta que en 2019 abrió en el número 47 de la calle Mayor, Oroel Casa. La suya es una dilatada experiencia en el sector inmobiliario que le ha permitido conocer las épocas de bonanza y de crisis, la evolución del mercado de la vivienda, los nuevos hábitos de compra, la irrupción de internet o la influencia directa de los conflictos de carácter geopolítico. El momento actual, afirma, “es bueno, tenemos muchísima demanda, pero sin embargo poca oferta, por eso los precios están creciendo en los últimos años”.



Manuel Solans tiene una larga mirada sobre el sector inmobiliario pirenaico; a lo largo de dos décadas las ha visto de todos los colores y eso le ha permitido adquirir un profundo conocimiento sobre un mercado sometido a numerosas variables, tanto internas como exógenas. La dilatada experiencia profesional se traduce en prudencia y también en cierta tendencia a relativizar cada momento. Lo único que no varía es el atractivo de Jaca para quienes buscan una segunda residencia en el Pirineo: “la ciudad está tirando muchísimo, incluso más que en la época fuerte de principios de siglo”, señala.

Jaca, un valor seguro

Jaca fue la primera localidad del Pirineo, allá por los años 70, que apostó por el turismo y el urbanismo como motores de desarrollo económico. Desde entonces el modelo ha permanecido inalterable con distintas épocas de mayor o menor tensión inmobiliaria. El actual es de crecimiento, pero, a diferencia de otros periodos, hay una limitada oferta en contraste con una demanda que crece y que tiene diferentes perfiles.

Manuel Solans señala que “desde la pandemia hemos notado que ha crecido mucho el interés por venir a vivir aquí. Al final es la ciudad más grande y con más servicios del Pirineo, tenemos un clima excelente, el hecho de tener dos temporadas altas, invierno y verano, hace que para invertir sea más apetecible. Y no solo Jaca, sino todo el Valle del Aragón y, por supuesto, el Valle de Tena, que es mucho más caro. En la actualidad en Jaca el metro cuadrado de obra nueva está entre 3.000 y 3.400 euros y en Sallent de Gállego se está vendiendo ya entre 5.000 y 6.000 euros”.

Perfil y procedencia

¿Quién viene a Jaca? ¿Quién decide invertir en una segunda vivienda o mediante otras fórmulas de inversión inmobiliaria? El perfil no ha variado mucho en los últimos años: zaragozanos, vascos, madrileños y navarros son los que dominan el mercado y los que tienen también una conexión más estrecha con el Pirineo. En un escenario de tipos y precios altos, como el actual, debería registrarse un descenso de demanda, pero Solans señala que “el perfil del comprador de segunda residencia es alguien que o no necesita financiación, o un porcentaje relativamente pequeño del 40 o 50 %.” viene con mucho dinero al contado o con préstamos muy pequeños que suponen la financiación del 30% o 40% de precio de la vivienda”.

Apartamentos en Badaguás

Este escenario se completa con una escasa oferta en Jaca, nada que ver con otras épocas en las que las grúas dominaban el paisaje urbano. En el caso de Oroel Casa, esa coyuntura se ha compensado con la comercialización de los 45 apartamentos tipo dúplex que se permutaron este verano de uso hotelero a residencial en la urbanización de Badaguás. Manuel Solans afirma que “han funcionado muy bien, se trata de apartamentos de una o dos habitaciones, con techos de madera. Los precios oscilan entre los 82.000 y los 133.000 euros, en

función de las características. Aquí se ha vendido tanto para primera como segunda residencia porque los precios son muy buenos. Creo que fue una buena decisión hacer ese cambio de calificación porque ha dinamizado el mercado y ha dado oportunidad a muchos para adquirir una vivienda a un precio muy asequible, dado como está el mercado”.

Proyectos con la promotora inmobiliaria Brial

Oroel Casa se ha embarcado en nuevos proyectos comerciales junto con la promotora inmobiliaria zaragozana Brial, que lleva casi un siglo de actividad en el sector. Brial se prepara para marcar un hito en Jaca con el lanzamiento de dos nuevas promociones inmobiliarias. La primera de ellas se ubicará en el corazón de la ciudad, en la avenida Zaragoza. La segunda promoción se levantará en el Llano de la Victoria, ofreciendo a los futuros residentes un entorno residencial de calidad. Ambas propuestas destacarán por sus viviendas de 2 y 3 dormitorios, de altas prestaciones, incorporando suelo radiante y aerotermia para garantizar la máxima eficiencia energética, por sus excelentes orientaciones y distribuciones y por sus amplias terrazas. “Estas promociones -señala Solans-, van a ayudar a dinamizar el mercado inmobiliario en Jaca y nos van a permitir ampliar nuestra oferta”.

Evolución del mercado y de las demandas de los compradores

Internet ha hecho que muchos hábitos de consumo hayan cambiado, también en el sector inmobiliario. Antes, para conocer un piso, el comprador tenía que acudir necesariamente a una agencia inmobiliaria y ahora lo puede hacer por internet, incluso esbozar un estudio de mercado en función de la zona en la que está interesado. El propietario de Oroel Casa señala que la “información se ha democratizado y aunque la gente acaba viniendo a que le atienda un profesional, lo hace con mucha más información previa que la que podían tener antes. Por eso tenemos que ofrecer otras cosas de cara a la presentación del producto, los servicios que damos... no puedes limitarte a abrir la puerta y esperar a que vengan los clientes. Eso ya no sirve. Tenemos que ofrecer servicios tanto al vendedor como al comprador”.

Home Staging, un servicio único en la Jacetania

Uno de esos servicios, que ha supuesto un salto cualitativo en la oferta de Oroel Casa, es el “Home Staging”; se trata de ofrecer al posible comprador una pauta que le permita imaginar, con la mayor fidelidad posible, cómo podría adaptarse a su vida ese nuevo espacio. Para ello, los expertos de Oroel Casa utilizan muebles de atrezzo y estudiadas técnicas para sacar el máximo partido a una vivienda y, de paso, optimizar su visibilidad.

Mercado de alquiler

El mercado de alquiler es el punto débil de todo el sector, no solo en Jaca sino en todo el Pirineo. “Sí que tenemos propietarios que alquilan el piso entre 8 y 10 meses, pero no permanentemente porque ellos también quieren disfrutarlo y se guardan unas semanas para ellos. Si se mira bien, hay alquileres de septiembre a junio o de varios meses en invierno y en verano, pero eso no sirve para el que está buscando vivienda para quedarse a vivir aquí de forma estable. Si buscas alquiler para vivienda habitual, no encuentras nada”, asegura Solans.



Empresas con historia: COPE Jaca

“COPE Jaca vive el mejor momento de su historia”

COPE Jaca cumple este año 25 años y lo quiere celebrar por todo lo alto. El empeño personal del jaqués Javier Ferrer, director entonces de COPE Aragón, fue decisivo para que la cadena episcopal decidiera abrir en 1999 una emisora en Jaca. En estos años el trabajo de los periodistas que han pasado por sus micrófonos ha contribuido a enriquecer la pluralidad y diversidad de la información local, y a dinamizar a través de numerosos eventos la vida social y cultural del territorio. La celebración de este aniversario llega, según su actual director, Pablo Barrantes, en el mejor momento de la historia de la emisora, “por la propia tendencia de crecimiento de la Cadena a nivel nacional, de la que nos beneficiamos a nivel local, y por las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para llegar a más gente”.



Paola Bandrés y Pablo Barrantes en los estudios de la emisora.

COPE Jaca inició sus emisiones a mediados de 1999, con las voces de Javier Izaguirre y Ana Segura como tarjeta de presentación, en un local situado en los bajos del Gran Hotel. Eran los años en los que Jaca pugnaba por ser sede de los Juegos Olímpicos de Invierno de 2010 y se experimentaba un nuevo boom urbanístico que iba a transformar profundamente la fisonomía y extensión de la ciudad. En esas circunstancias la nueva emisora llegaba para aportar a la información local y comarcal un nuevo punto de vista, nuevas voces, nuevas opiniones y también todo el arsenal de figuras nacionales de la cadena.

Desde entonces COPE Jaca se ha consolidado como un referente de la información local y ha logrado cubrir un espacio en el que lo social ha prevalecido sobre lo político a la hora de enfocar la programación. Por sus micrófonos han pasado numerosos periodistas que han dejado su impronta y su particular mirada a la actualidad. Todos ellos han construido la historia de una emisora que desde 2014 dirige Pablo Barrantes. Antes, en 2010, llegó Paola Bandrés. Ambos componen el equipo de COPE Jaca que va a celebrar el 25 aniversario. “Tenemos mucha ilusión y muchas ganas de compartir con los jacetanos esta fecha redonda. Queremos traer a alguna de las estrellas de la emisora para que haga su programa en directo desde aquí y, por supuesto, un concierto de Cadena 100”, señala Barrantes.

Y es que no se entiende la presencia de COPE en nuestra comarca sin su emisora musical, cuya señal llegó a la Jacetania en 2009. Como explica su director, “se ha convertido en el hilo musical de Jaca en estos años y estamos orgullosos de la alegría que muchas veces proporciona una alternativa como ésta a la información diaria y al día a día”. Paola Bandrés apunta en este sentido que “Cadena 100 es una radio muy femenina, fue

pionera y abarca tramos de edad muy amplios. Es la única emisora musical que hay en esta zona. Se escucha en todos los sitios”.

El 25 aniversario de COPE Jaca llega, a juicio de su director, en el mejor momento de su historia porque “la Cadena vive una etapa muy dulce y esta inercia la experimentamos también nosotros. COPE se ha asentado como la segunda cadena de España, mirando de tú a tú a la primera, e incluso varios de sus programas liderando sus franjas horarias, como Carlos Herrera en las mañanas o el deporte con Paco González y Manolo Lama”. Esta tendencia de crecimiento a nivel nacional se ha apuntalado en lo local con la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas que permiten trascender del territorio. “Ahora cualquier jacetano que esté en cualquier rincón del mundo puede sintonizar con lo que sucede a diario en su ciudad a través de nuestro streaming. Tenemos 6.000 pinchazos únicos mensuales en COPE Jaca e incluso en la Cadena les sorprende estas cifras tan altas”, afirma Pablo Barrantes.

Es muy seguido el programa de Juan Carlos Moreno que todos los viernes dedica a patrimonio e historia de Jaca, lo que viene a confirmar esa percepción que tienen Pablo y Paola de que el oyente tiene más interés por los temas sociales que por los políticos. “Yo creo que también importa la línea de contenidos y la forma de contar las cosas. Una forma más cercana, menos estática, menos protocolaria y sobre todo enfocada en temas sociales y humanos. Intentamos dejar la política a un lado y poner el acento en entrevistas a asociaciones y colectivos. La COPE como cadena ha hecho un gran esfuerzo en los últimos años para poner el foco en este tipo de temas y nosotros a nivel local creo que también lo hemos conseguido”, sostiene Paola Bandrés.

Hay un diagnóstico común a la hora de analizar los gustos de los oyentes y también la relación de estos con la actualidad y con el enfoque de los temas. En una sociedad cada vez más polarizada, la radio local juega a veces un papel de descompresor de tensiones porque lo doméstico ejerce de elemento disuasorio en mitad de la crispación nacional. Bandrés lo tiene claro: “Hay vida más allá de la política. Al oyente le interesa más que se hable de temas sociales. Y por eso nosotros preferimos dar voz a la gente, no a los mismos de siempre. Es además la manera que tenemos de aprender a contextualizar las cosas y es como al final sacas la máxima información. Para mí es importante que la gente sepa que la radio es una herramienta más para mostrar sus inquietudes, quejas y opiniones.”.

Luego está la importancia de la radio local como altavoz de las inquietudes y problemas de los lugares pequeños, de aquellos ámbitos que quedan sometidos a la tiranía de la actualidad nacional. Las emisoras locales son la última oportunidad para que las noticias pequeñas adquieran otra dimensión y, por lo tanto, otra trascendencia. Pablo Barrantes recuerda lo decisiva que fue la aportación de las emisoras locales de Jaca para que el Primer Viernes de Mayo fuera declarado Fiesta de Interés Nacional. “Uno de los requisitos para su declaración-recuerda-, era que hubiera tenido impactos en medios nacionales. Lo hicimos nosotros y el resto de los medios locales durante muchos años. En COPE fue noticia, por ejemplo, con Carlos Herrera, La Linterna o con Cristina López Schlichting el fin de semana”.

Al final, como defiende Paola Bandrés, “las emisoras locales somos las que podemos activar los mecanismos para que algunas noticias de ámbito local puedan tener relevancia a nivel nacional. Por eso yo siempre voy a defender la importancia y la necesidad de los medios locales y el trabajo del periodista en el medio rural, que es una tarea difícilísima por la falta de medios materiales y humanos”.

En el momento de un aniversario tan importante, Pablo y Paola miran al pasado y recuperan algunos de los momentos que han marcado su trayectoria profesional en COPE Jaca. Para ella la experiencia de la pandemia tuvo un elemento traumático que se manifestó con el paso del tiempo, cuando la información diaria ya no era una lista dramática y fría de pérdidas humanas. Para él, momentos como el veinticinco aniversario de la tragedia de Biescas: “me tocó documentarme porque yo era muy joven cuando ocurrió. Y se te helaba la sangre. Hablar con familiares de víctimas tantos años después fue difícil porque a mí, que venía del periodismo deportivo, nunca me había tocado nada igual”.

Por el contrario, hay momentos inolvidables como la retransmisión en directo del himno del Primer Viernes de Mayo. En ello coinciden ambos, no así en la noticia que esperan dar algún día en los micrófonos de COPE Jaca. Pablo quiere contar que Jaca es sede de los Juegos Olímpicos; Paola que se ha reabierto el Canfranc. Tiempo tienen para que los deseos se transformen en noticia.



Sorteamos
un **pack único**
con **entrada doble**
a estas **experiencias** en
la **Comarca de la Jacetania**
por **San Valentín**

El sorteo se realiza a través
de nuestro Instagram [@muydejaca](#)














Noticias Muy de Jaca

Comprar en la Jacetania en Navidad tuvo premio

Cristina Dumall, que realizó su consumición en Bodegas Langa; y Bárbara Lobón, que hizo sus compras en la tienda de ropa Modime.la, lograron los dos premios principales de 500 euros que ACOMSEJA sorteó como acción principal de su tradicional campaña de Navidad. Esas dos papeletas fueron escogidas al azar entre las cerca de 25.000 que rebosaban la urna dispuesta para el sorteo de los premios. Belén Luque, directora del Museo Diocesano de Jaca y nombrada el pasado año "Hija predilecta de Jaca", fue la "mano inocente" encargada de otorgar la buena fortuna a los premiados.

Además de los dos premios principales, la Asociación de Empresas de la Jacetania sorteó este año, por primera vez, cinco premios de 200 euros cada uno con el objetivo de ampliar las opciones de quienes consumieron esta Navidad en los establecimientos asociados. "Es la misma cantidad que otros años, pero más distribuida para responder al slogan que hemos promovido durante las recientes fechas navideñas: Repartirlo es nuestro mejor regalo", explicó Dani Cruz, director comercial de la Asociación.

Susana Ortega, Xavier Sagala, que estuvo en el Mesón Serrablo; Eduardo Seral, que consumió en carnicería Périz; Teresa Zas, que compró pizzas en Ital-Chef; y Esther Marín, que hizo uso de los servicios de Peluquería Rasgos, han consumido cada uno 200 euros en

cualquiera de los establecimientos asociados a ACOMSEJA. El sorteo se realizó en la sede de ACOMSEJA y fue retransmitido en directo por Radio Jaca-SER Pirineos.

Daniel Cruz, director comercial de ACOMSEJA, destacó el gran nivel de participación registrado en la campaña navideña. "Este año hemos repartido cerca de 50.000 papeletas y hemos recogido alrededor de 25.000, lo que indica el alto grado de participación, por un lado, y el buen comportamiento que, en general, ha tenido la campaña navideña entre nuestros asociados, sobre todo en los sectores de hostelería y comercio".



Cristina Dumall (derecha) ganadora de uno de los premios de 500 €



Jaquearte: artes plásticas y comercio

ACOMSEJA y El ateneo jaqués van a poner en marcha durante el mes de abril la primera edición de Jaquearte, una iniciativa cultural en la que van a participar veintitrés artistas vinculados con el Pirineo, cada uno de los cuales expondrá una obra propia en el escaparate de un comercio de Jaca. La idea es aunar la gran labor que hace el pequeño comercio local con la potencia comunicativa, divulgativa y creadora de identidad que tiene el arte.

Cada artista pondrá una obra en el escaparate de un comercio local y otra en el interior, para generar un estímulo de acceso al establecimiento. De este modo se creará una ruta artística en el casco histórico de Jaca que creará una dinámica complementaria entre artes plásticas y comercio. Continente y contenido se relacionarán de manera orgánica.

Con ello se quiere favorecer la comunicación, apoyo y conocimiento mutuo entre los valores locales, potenciar el consumo local, enriquecer y desarrollar de forma creativa la ciudad y crear un atractivo más para el turismo justo después del final de la temporada de esquí. El proyecto nace con vocación de ser un encuentro de carácter anual.

Nuevo impulso para la Olla Jacetana



La Comarca de La Jacetania y ACOMSEJA en Fitur.

Veintitrés restaurantes de la Jacetania (Jaca, Echo, Ansó, Siresa, Canfranc, Villanúa, Castiello, Borau, Larués y Santa Cruz de la Serós) han renovado su compromiso con la Olla Jacetana, la iniciativa puesta

en marcha con gran éxito por ACOMSEJA en 2018. Con una pandemia de por medio y una constante evolución de las tendencias gastronómicas, la Olla encontró pronto y ha logrado mantener un hueco destacado en la carta de numerosos restaurantes jacetanos. Los boliches autóctonos de la comarca y la creación de una vajilla exclusiva, diseñada y elaborada por Miguel Castejón, alfarero de "Embarrarte", en Santa Cruz de la Serós; convirtieron aquel plato tradicional de la cocina pirenaica, una cocina de supervivencia, en un elemento más de la identidad cultural de la montaña.

Así se mostró en la última edición de FITUR, a la que acudió la Comarca de la Jacetania en compañía de ACOMSEJA para dar nuevamente visibilidad a esta delicia compuesta por boliches, costilla de cerdo y verdura. "Prueba la Jacetania" fue el nombre que se dio a una jornada en la que participaron también Isabel Luzón, de la Junta Directiva de la Asociación; y el cocinero Joaquín Moreno, del restaurante El Molino de Larués. Cuando se creó la Olla Jacetana hace seis años se pretendía crear un plato referente de este territorio que sirviera, además, de vínculo entre los restaurantes. Se objetivo se ha logrado sobradamente y ahora se quiere iniciar una etapa de consolidación.



Obra de Mishi, artista que participará en Jaquearte.

 **MAPFRE**

C/ Valle de Astún, 7 (Junto a Pza. Biscós)

Jaca

974 36 37 98

marband@mapfre.com



Périz
CARNICERÍA - CHARCUTERÍA

**Artisanos
carniceros**

Productos del Pirineo
de primera calidad

Solicita tu tarjeta Carnes Périz
Entrarás en sorteos,
descuentos, regalos...



Cabrito, ternasco,
cerdo y ternera
de la comarca

Aragón, 5 • JACA Tel. 974 361 399 / Fax 974 357 134
www.carnesperiz.com • carnesperiz@carnesperiz.com



☎ 627 801 884

☎ 974 480 777

Rehabilitación de edificios • Proyectos y decoración
Reformas integrales vivienda
Mantenimiento comunidades • Servicio limpieza



CUMPLE
TUS SUEÑOS
REHABILITACION
EXTERIOR

c/ Serrablo nº 17 SABIÑÁNIGO • Avda. Jacetania, 24 JACA

www.reformasmuthi.es
www.construccionsmuthi.es



LA JACETANIA • ALTO GALLEGO • SOBRARBE

VALLES DEL PIRINEO

INMOBILIARIA

Te ayudamos a encontrar y reformar tu hogar ideal



Avda. Jacetania, 24 • Jaca • 974 564 271 / 696 705 644
www.vallesdelpirineo.com • info@vallesdelpirineo.com



Mantenimiento de jardines
Abrillantado de suelos
Limpiezas de piscinas
Comunidades • Zonas verdes
Cristales • Garajes
Riegos • Podas
Diseño y construcción
de jardines

Pol. La Victoria. c/ Río Isuela, 4 JACA

615 324 350

☎ Para más información
+34 974 57 95 57

📱 Síguenos en redes
@campingelarrebol



UNA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA
PARA PALADARES EXIGENTES

- Amplios espacios para grupos
- Celebraciones y eventos privados
- Menú mediodía y carta para cenas
- Rincón con juegos para peques
- Completísima selección de vinos
- Vistas panorámicas a Oroel

El amor se cocina a fuego lento y se devora en un instante.
¡VEN A COMER AUNQUE NO TE ALOJES CON NOSOTROS!

Visita nuestra página web
www.campingelarrebol.com

María Jesús Lorente, presidenta de CEPYME Aragón

“El asociacionismo contribuye al desarrollo económico y social”

María Jesús Lorente se convirtió en 2022 en la primera mujer que preside CEPYME Aragón (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa) después de una larga trayectoria profesional vinculada al mundo asociativo en el campo empresarial. Licenciada en derecho y con formación en el ámbito de los recursos humanos y riesgos laborales, en 1996 fundó Bioknestic, un grupo empresarial formado por empresas en la vanguardia del sector de la biotecnología y la industria eléctrica. En la actualidad, es su consejera delegada. Desde 2017 es profesora adjunta en la Universidad de Zaragoza. En esta entrevista defiende la necesidad del asociacionismo entre las pymes aragonesas para afrontar los desafíos de futuro con mayores garantías de éxito.

¿Cuál sería el perfil tipo del pequeño y mediano empresario aragonés?

El tejido empresarial en Aragón se caracteriza por una elevada presencia de pequeñas y medianas empresas, especialmente microempresas y autónomos sin asalariados. Las pymes son el motor de la economía aragonesa y representan el 99% del total de empresas en la región. Aragón cuenta con más de 89.000 pymes, de ellas el 40% son autónomos, de ahí el eslogan que utilizamos en la Confederación: “Mejores Pymes, Mejor Sociedad”.

Uno de los principales problemas identificados entre las pymes y microempresas es la dificultad para retener el talento que surge en Aragón. Por el tamaño de nuestras pequeñas y medianas empresas ¿nos tenemos que resignar a esa fuga de talento a otras comunidades?

Los factores que más valoran los empleados para quedarse en una empresa son el reconocimiento, las oportunidades de crecimiento, el ambiente laboral, la flexibilidad y la conciliación. Estos aspectos pueden compensar la posible diferencia salarial o de prestigio que ofrezcan otras empresas más grandes o ubicadas en zonas más dinámicas. Por tanto, las pymes y microempresas pueden retener el talento si ofrecen a sus empleados un trato justo, una formación continua, una cultura empresarial positiva, una adaptación a sus necesidades y expectativas, y una participación en el proyecto.

¿El tamaño importa? Hay una idea cada vez más extendida de que el futuro lo afrontarán mejor las empresas de mayor tamaño y músculo económico...

El pequeño tamaño de nuestras pymes explicaría la baja productividad que tenemos en nuestro país, sólo el 0,16% del tejido empresarial son grandes empresas y es en las pequeñas, en las microempresas, donde esos recursos y esa capacidad para afrontar los desafíos constantes son mínimos. Nuestra productividad, como digo, está por debajo de la media europea y solamente cuando se empieza a crecer observamos que se tiene más recorrido. Las pymes, por ejemplo, de 20 trabajadores estarían en esa línea, son capaces de evolucionar más y mejor y pueden afrontar con mejores recursos todos los desafíos que se plantean. La realidad sigue siendo tozuda y en Aragón: el 95% del tejido empresarial está formado por pequeñas empresas. Las que tienen entre 1 y 9 trabajadores son las que mayores dificultades tienen para subsistir.

¿Qué opinión tiene de la decisión del gobierno, junto con los sindicatos, de subir un 5% el Salario Mínimo Interprofesional?

No me parece que se esté abriendo el debate en el mejor momento y el hecho de tomar decisiones fuera del Diálogo Social no ayuda. He de decir que una subida del SMI implica un aumento directo de los costes laborales para las empresas, para las pymes y los autónomos, que a menudo operan con márgenes muy estre-



chos. Además, las pymes suelen tener menos capacidad para automatizar o externalizar tareas, lo que significa que dependen en gran medida de la mano de obra local. No sabemos si esta subida puede suponer o no la contratación de nuevo personal. El aumento del SMI puede afectar a la sostenibilidad de las pymes. Pese a ello, no todo es negativo; es importante destacar que una subida del SMI también puede tener efectos positivos para las pymes. Un salario más alto puede mejorar la motivación y la productividad de los empleados, lo que a su vez puede beneficiar a la empresa.

La conflictividad social en Aragón ha sido tradicionalmente muy baja. Se ha alabado siempre la capacidad de diálogo de nuestros agentes sociales. ¿Podemos seguir presumiendo de esa paz social como un activo de nuestra Comunidad?

Me gusta que me preguntes por la paz social. ¿Sabías que Aragón es la única Comunidad que tiene de forma ininterrumpida un pacto de diálogo social desde hace 39 años? Aragón ha sido históricamente una región con una baja conflictividad social, gracias al diálogo y la colaboración entre los diferentes actores sociales. Sin embargo, he de explicar que la paz social no puede darse por sentada, sino que requiere de un esfuerzo constante y de una adaptación a los nuevos retos y demandas de la sociedad. El diálogo social para la sociedad es como la salud para las personas, solo se valora cuando se pierde.

En más de una ocasión ha hablado de la importancia del asociacionismo como medio para fortalecer el tejido empresarial. ¿Considera que hay en el empresariado aragonés conciencia sobre la importancia de estar unidos?

Totalmente la hay porque además se necesita. Soy una mujer convencida de que facilitar, cooperar y colaborar entre unos y otros solo lleva al éxito. El asociacionismo es una herramienta clave para el fortalecimiento del tejido empresarial, ya que permite a las empresas compartir experiencias, recursos, conocimientos, oportunidades y retos, y defender sus intereses comunes ante las administraciones públicas y otros agentes sociales. El asociacionismo contribuye al desarrollo económico, social y territorial de Aragón, fomenta la innovación, la competitividad, la responsabilidad social y la cooperación entre las empresas y con otros sectores de la sociedad.

En el Pirineo aragonés las pequeñas y medianas empresas tienen un perfil muy diferente al que puede encontrarse en Zaragoza. ¿Cómo se observa desde CEPYME la realidad de un sector empresarial tan dependiente del turismo y el sector servicios?

Tienen un perfil propio, sin duda. Tiene líneas transversales del sector turismo que cumple patrones propios. Hay muchas veces, cuando damos los datos del paro y los sectores, que pienso en las empresas del Pirineo. En nuestra Comunidad tiene altos índices de estacionalidad y eso hace que el empleo no sea estable. Es un hándicap al que nos enfrentamos y con el que al menos debemos contar. En CEPYME hemos observado además que la pandemia llevó a una situación límite a muchos sectores y en el caso del turismo de nieve no nos podemos olvidar de que además dependemos del cielo. La realidad es esa, se requiere de mucha estrategia empresarial y diseño de productos para afrontar el día a día.

Usted ha sido la primera mujer en presidir CEPYME Aragón. ¿Sigue habiendo un techo de cristal que impide a las mujeres alcanzar puestos de liderazgo y responsabilidad en el ámbito empresarial?

Claro que sí. Pero me gustaría aprovechar esta pregunta para darle la vuelta a la cuestión y argumentar sobre el famoso “techo de cristal”. Si lo pensamos ¿en qué objetivos de mérito y capacidad se basa el famoso techo? En ninguno, muchas de las noticias se basan en estereotipos, prejuicios y normas culturales que asignan expectativas diferentes a hombres y mujeres, y que pueden ser modificados con educación, sensibilización y concienciación.

Creo que el “techo de cristal” no es una barrera insalvable, sino que se puede superar con medidas legislativas, políticas públicas, acciones positivas y buenas prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades, la conciliación, la corresponsabilidad, el liderazgo femenino y la participación de las mujeres en los espacios de poder y decisión.

Dra. Patricia de Siqueira



MEDICINA ESTÉTICA

Belleza,

BIENESTAR Y SALUD

patriciadesequeira.es



Clínica Dra. Patricia de Siqueira • Regimiento Galicia 11 • Jaca

974 264 751 • 611 692 680

Pide cita por whatsapp