# AJACETANIA R

Publicación de la Asociación de Empresas de La Jacetania

Nº 34 • Primavera - 2024

## Las viviendas turísticas transforman el mapa de alojamientos de la Jacetania



Las viviendas de uso turístico (VUT) en España aumentaron un 9,2% en el último año, con un total de 351.389 apartamentos, una cifra que no para de crecer mes a mes. Según el Instituto Nacional de Estadística, las viviendas turísticas representan en la actualidad el 1,33% del total de viviendas en nuestro país, frente al 1,21% de hace un año. Según GuestReady, empresa de gestión de apartamentos turísticos, el alquiler turístico supone unos 25.000 puestos de trabajo directos y unos ingresos de 2.089 millones de euros para los propietarios. Por comunidades autónomas, Andalucía lidera el número de apartamentos turísticos con 82.454 y un crecimiento del 17,5%. Aragón, por el contrario, está lejos de las primeras posiciones, pero la provincia de Huesca es una excepción y supera a otros territorios como Navarra, La Rioja, Extremadura o Guipúzcoa.

Las viviendas de uso turístico se han convertido en el factor más disruptivo del sector hotelero del país. Su irrupción en el mercado de alojamientos ha supuesto un cambio radical en los hábitos de consumo de los turistas y un desafío para las empresas que desde hace años operan en este nicho de negocio. Como pasó antes en otras industrias como la de la música, el cine, el transporte o el comercio minorista, las transformaciones causadas por la aparición de una nueva competencia no prevista son sistémicas y nada volverá a ser como antes. No queda más remedio que adaptarse. Según los cálculos de GuestReady, este nuevo modelo representa un tercio de la capacidad alojativa del país, acogiendo a 9,12 millones de turistas extranjeros durante 2023.

Airbnb, la empresa estadounidense impulsora de esta profunda transformación del sector, declaró en 2022 unos ingresos en todo el mundo de 8.400 millones de dólares y 1.890 millones de beneficios. Las cifras ilustran la dimensión del negocio y su capacidad para convertirse en un fenómeno global en apenas unos años. Lo que en principio surgió como una forma de economía colaborativa, de la que se alababa principalmente su función de dinamización social, ha derivado en un elemento de distorsión del mercado inmobiliario y un factor relevante en los procesos de gentrificación de los centros de muchas ciudades del país.

Hay muchas variables que explican el crecimiento exponencial de las viviendas de uso turístico. Pero como explicaba recientemente el experto en urbanismo Pablo Martínez, "no hace falta ser un gran economista para darse cuenta de que en determinadas circunstancias es más rentable alquilar un piso por días que por años". Esta evidencia está teniendo un efecto pernicio-

so en las zonas en las que el mercado del alquiler está más tensionado: cada vez son mayores las dificultades a las que se enfrentan muchos ciudadanos para poder vivir y trabajar en el lugar en el que desean. El Pirineo, sin alcanzar la gravedad de muchas zonas del litoral español, empieza a mostrar síntomas preocupantes.

¿Qué hacer para conciliar el legítimo derecho de los propietarios de VUT (Viviendas de uso turístico) a hacer negocio con sus viviendas, con los intereses de los empresarios de hotelería y la necesidad de encontrar desde las administraciones públicas soluciones a los problemas de alquiler y acceso a una vivienda? Este es el gran desafío que explica el momento actual, marcado por el crecimiento imparable de las viviendas vacacionales y los intentos de los ayuntamientos y gobiernos autonómicos por establecer marcos regulatorios que protejan los intereses de todas las partes implicadas y afectadas.

El periodista Jorge Dioni López, autor de "La España de las piscinas" denunciaba hace unos meses que "hemos convertido nuestras ciudades en productos que se han puesto en el mercado, porque las ciudades han aceptado que la industria del movimiento sea su sustento principal". Este fenómeno puede ser nuevo e insólito en algunas ciudades españolas, pero en otras, como es el caso de Jaca, representa un modelo productivo tradicional que es la base de su economía desde hace décadas. Más bien la novedad, como sostiene el profesor de Derecho Administrativo en el grado de Turismo de la escuela universitaria USA, Ignacio Montojo, es que en "el auge de las viviendas turísticas se encuentra en la profesionalización de la actividad con la aparición de compañías intermediarias". Esto lo ha cambiado todo

### Los alcaldes de Castiello, Villanúa y Canfranc aseguran que el Valle del Aragón "tiene un gran futuro"

ACOMSEJA ha reunido, dentro de la ronda de encuentros políticos y empresariales que viene organizando en los últimos meses, a los alcaldes de Castiello de Jaca, Álvaro Salesa; Villanúa, Luis Terrén; y Canfranc, Fernando Sánchez, para valorar, entre otras cosas, el impacto de los cuatro millones de euros que se invertirán en el territorio durante los próximos años. Estos fondos proceden del Plan de Cohesión del Valle del Aragón, que forma parte del Programa de Sostenibilidad Turística en Destinos, promovido por el MICT.

### Los Premios ACOMSEJA al Emprendimiento, la gran fiesta del empresariado jacetano



Foto: Jaime Cosialls.

La entrega de galardones de la segunda edición de los Premios ACOMSEJA al Emprendimiento se celebró con gran éxito el pasado 31 de mayo en el Palacio de Congresos de Jaca. El acto, al que acudieron cientos de jacetanos, fue una gran fiesta del empresariado comarcal y un acontecimiento social y cultural que dio visibilidad al nuevo talento que surge en el campo de la creación en la Jacetania. El momento más emotivo de la velada fue la entrega del Premio ACOMSEJA a la trayectoria empresarial, que recibió el veterano empresario jaqués Amadeo Berqua.

## Eduardo Salanova: "La gastronomía de nuestro territorio cada vez tiene más nivel"

El chef de Canfranc, Eduardo Salanova, recibió a finales del pasado año su segunda Estrella Michelin por su trabajo al frente del restaurante Canfranc Express, que abrió sus puertas hace ahora un año. El prestigioso cocinero se muestra en la entrevista ofrecida a Jacetania AHORA (contraportada) optimista con el futuro del territorio y con las nuevas posibilidades que se pueden generar, gracias al impulso del Royal Hideaway Hotel, para atraer a un nuevo turismo que busca la calidad gastronómica y los destinos singulares.





Con materiales de primera calidad, cocinas completamente equipadas, la máxima calificación energética y edificio de consumo casi nulo, estas viviendas están diseñadas para el ahorro energético y proporcionarte una vida cómoda y sostenible.







OMERCIALIZA:

PROMUEVE:



C/ Mayor, 47 • 22700 Jaca (Huesca)

974 360 636

info@oroelcasa.com



www.brial.es





## La búsqueda del difícil equilibrio en la oferta de alojamientos turisticos

El Gobierno de Aragón aprobó a principios de 2023 un nuevo decreto para regular las viviendas de uso turístico, en un intento por poner orden en el crecimiento descontrolado de este tipo de oferta, que está ejerciendo en muchos casos, como así denuncian los afectados, una competencia desleal sobre los alojamientos turísticos tradicionales: hoteles, hostales o viviendas de turismo rural. Aunque los ayuntamientos tienen un elevado nivel de competencias para redactar sus propias normativas, es el marco regulatorio a nivel autonómico el que define claramente unas reglas de juego que no siempre son cumplidas. La experiencia demuestra, como ocurre en el caso de Jaca, que un porcentaje muy pequeño de este tipo de viviendas está inscrito en el registro oficial del Gobierno de Aragón. Esta normativa precisa, entre otros aspectos, que los titulares tendrán que presentar un certificado que acredite que la casa cumple los requisitos de seguridad y habitabilidad.

El número de viviendas de uso turístico en Aragón mantiene un importante crecimiento en los últimos años y todo indica que va a seguir esta tendencia en los próximos años. Según los últimos datos del INE, del pasado mes agosto, la Comunidad cuenta con 4.041 pisos destinados a atraer turistas y visitantes, 300 más que en verano de 2020 (teniendo en cuenta el parón del turismo que provocó la pandemia), con 21.661 plazas, 1.500 más que tres años antes. Huesca es la provincia con mayor porcentaje de toda la Comunidad Autónoma y se sitúa en el puesto 12 en el ranking nacional con 2.366 inmuebles con licencia para este fin. Pero son el Prepirineo y, especialmente el Pirineo, las zonas más tensionadas. Es difícil encontrar un municipio en el que los porcentajes de incidencia de las viviendas de uso turístico sobre el total de viviendas no sean elevados.

Bien es cierto que estos porcentajes fluctúan en función de los municipios y se relativizan si los comparamos con otras zonas del Pirineo, donde la oferta es considerablemente mayor. Por ejemplo, si observamos el Pirineo catalán veremos que el Naut Arán tiene un 14,2% de pisos turísticos y la Vall de Boí un 12,98. En el Pirineo aragonés encabeza el ranking Panticosa con un 7,58% y Sallent de Gállego con un 6,48%, cifras muy alejadas de las que registran los vecinos catalanes.

Si nos centramos en la Jacetania, Villanúa se sitúa en primer lugar con un 4,05% de pisos turísticos, seguida por Canfranc con un 3,92% y Castiello de Jaca con un 3,35%. Jaca apenas alcanza el 1,50% según los datos más recientes ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística. Llamativamente el primer puesto en la provincia de Huesca se lo lleva Alquézar, que roza el 11%, es decir, una de cada diez viviendas de esta localidad del Somontano se destina a los visitantes, siendo el 35° municipio de todo el país.

En términos absolutos, sobresalen Benasque, con 284 viviendas de uso turístico, Sallent de Gállego, con 256 y Jaca, con 246, al igual que Sabiñánigo, con 171, Panticosa, con 152, o Biescas con 128. Ya por debajo del centenar se encuentran Aínsa, con 74, Boltaña, con 33 o 29 en Broto. La capital oscense, de hecho, apenas tiene 44 pisos para turistas, junto a otras 26 en Barbastro.

Según el decreto que regula desde el año pasado las viviendas de uso turístico, los ayuntamientos tienen voz y voto a la hora de permitir o no que un piso se alquile para uso turístico mediante evaluaciones pre-



Huesca es la provincia con mayor porcentaje de apartamentos turísticos de toda la Comunidad Autónoma, y se sitúa en el puesto 12 en el ranking nacional con 2.366 inmuebles.

Jaca cuenta desde el anterior mandato con una nueva normativa que obliga al piso turístico a tener permiso de su comunidad de vecinos o una entrada independiente.

ceptivas y vinculantes. En las últimas semanas el Ayuntamiento de Biescas ha decidido no conceder licencias hasta que haya una normativa local que establezca las condiciones de actividad de este tipo de alojamientos. Jaca, por su parte, cuenta desde el anterior mandato con una nueva normativa que obliga al piso turístico a tener permiso de su comunidad de vecinos o una entrada independiente. El ayuntamiento ha dado una moratoria que expirará en mayo de 2025 para que las viviendas se adapten a dicha normativa.

El impacto que las viviendas de uso turístico ha tenido en el sector de la hotelería y, sobre todo, en el mercado del alquiler ha abierto un encendido debate sobre qué deben hacer las administraciones para establecer un marco regulatorio que satisfaga los intereses de todas las partes implicadas y, sobre todo, si debe intervenir en las zonas más tensionadas para que el acceso a una vivienda de renta no sea una misión imposible para miles de ciudadanos. De fondo, está el fenómeno de la gentrificación del centro de muchas ciudades, que está provocando una quiebra en el tejido social y económico de muchas de ellas.

Muchos ayuntamientos españoles están restringiendo la concesión de licencias a los apartamentos turísticos. Baleares, que fue pionero en poner coto a este modelo de alojamientos, es el único territorio español donde han caido los registros en el último año. Pero el problema no es solo que el mercado de alquiler está experimentando una profunda transformación, que está generando serios problemas de accesibilidad a la vivienda residencial, sino que cada vez proliferan más los pisos vacacionales que operan sin ningún tipo de registro legal. Las administraciones públicas (comunidades autónomas, con competencias en turismo y ayuntamientos, con competencias urbanísticas) tienen ante sí un gran desafío para evitar este tipo de actividad ilegal.

El Gobierno anunció hace algunos meses la creación de un grupo interministerial para estudiar posibles soluciones al alquiler vacacional, porque entiende que está perjudicando el ya de por sí grave problema de acceso a la vivienda residencial en buena parte de España. Por su parte, el sector inmobiliario sostiene que la ley de vivienda aprobada el pasado año, es un elemento clave en el fenómeno de los apartamentos turísticos porque, aseguran, ha forzado a muchos caseros a abandonar el mercado convencional, porque les genera inseguridad jurídica, y explorar otras opciones como el alquiller temporal.



## La lacra de los pisos ilegales

El registro oficial de viviendas de uso turístico que gestiona el Gobierno de Aragón tiene constancia de más de 300 apartamentos operativos en el municipio de Jaca. Es un dato que no refleja la situación actual del sector. El Ayuntamiento de Jaca calcula que en realidad son más del doble y superan los 700, una cifra que probablemente siga subiendo en los próximos meses. El propio alcalde de Jaca, Carlos Serrano, reconocía recientemente que uno de los objetivos de su corporación es poner freno a este escenario de ilegalidad en el que se encuentran muchos propietarios.

Este tipo de viviendas, que operan al margen de cualquier registro y que no pagan impuestos por su actividad, supone una competencia desleal no solo para los hoteles, hostales y otro tipo de alojamientos regulados, sino para las propias VUT que sí que desarrollan su actividad de acuerdo con la normativa vigente del Gobierno de Aragón.

Lo cierto es que el mercado de alojamientos en la comarca, especialmente en Jaca, se ha tensado en los últimos años a partir de diversas distorsiones en el sector. A principios de este año, por ejemplo, fue clausurado un hostal en Jaca que desde hacía ocho años operaba sin licencia. El local se publicitaba en plataformas digitales para captar clientes. La Policía Nacional calculó entonces que en ocho años habría alojado a más de 700 personas. La inevitable pregunta que surge ante estos hechos es si existen otros muchos negocios que operan en la clandestinidad, alterando gravemente el mercado de alojamientos de la zona.

La preocupación del Ayuntamiento, como la de los propios empresarios del sector, es cómo detectar a esos propietarios. Lucía Guillén, concejal de Fomento y Turismo del Ayuntamiento de Jaca, explica que en Semana Santa la Policía Local realizó varias inspecciones para detectar si había viviendas de uso turístico que no realizaban el registro de clientes, un trámite que tienen la obligación de hacer todos los alojamientos (hoteles, hostales, viviendas de turismo rural, VUT...) que tienen una actividad legal. "Nosotros no estamos por prohibir las viviendas de uso turístico sino por incrementar los controles para que nadie opere fuera de la legalidad", señala.

Desde la patronal turística Exceltur aseguraban hace unas semanas que el crecimiento de los pisos turísticos

"sigue desbocado", con cerca de 60.000 plazas más en el primer trimestre respecto a hace un año, hasta sumar un total de 286.000 plazas de uso turístico, "la mayoría de ellas, ilegales", señalan en Exceltur, un 25% más que hace un año.

Pedro Marco, de INTURMARK Hoteles señala que las VUT "no son estrictamente competencia directa de las plazas hoteleras, pero son una competencia desleal frente a las VUT que cumplen la reglamentación y pagan sus impuestos, ejerciendo una fuerte presión sobre el volumen de vivienda de alquiler residencial, del que cada día hay menos oferta". El empresario jaqués va más allá y apunta a que como consecuencia de la "escasa oferta de vivienda en un alquiler fuertemente regulado, tenemos en Jaca un incremento de precios que complica mucho el acceso a la vivienda, especialmente a los más jóvenes". Esto, según Marco, "no solo dificulta la atracción y retención del talento, sino que además provoca que nuestros hijos se van a estudiar fuera y muchos ya no vuelven. Es otra causa más para que formemos parte de la España vaciada".

El director de Estudios de la patronal Exceltur, Oscar Perelli, denunció recientemente que este crecimiento de viviendas turísticas "es absolutamente insostenible" y está derivando en una gran afluencia, pero la repercusión en gasto es mucho menor. Los datos que aporta revelan que mientras que un cliente de un hotel gasta de media 247 euros al día, el de una vivienda de alquiler turístico solo alcanza los 131 euros. Sin duda, estamos frente a un juego de perspectivas que ofrece diferentes matices en función de quién realiza el análisis.

A finales del pasado año la empresa Sol y Nieve Gestión Inmobiliaria, que se sitúa en Sabiñánigo y trabaja en los valles de Broto, Tena y Aragón, inauguró el edificio denominado "Torre del Reloj" en la plaza de la Cadena, el primer inmueble de nueva planta que se construye en Jaca para ser destinado exclusivamente a viviendas de uso turístico. Según sus promotores, se trata de un edificio moderno y sostenible, que cuenta con 20 apartamentos con capacidad para 87 personas. Además, dispone de 37 plazas de garaje, 22 trasteros, piscina y un local de 300 metros cuadrados.

Javier Abadías, uno de los socios del Grupo Sol y Nieve, señala que "apostamos por Jaca porque tiene un atractivo especial, siempre está de moda, y porque observamos que carecía de este tipo de oferta de alojamientos, que va destinada principalmente a familias y clientes de la tercera edad". Abadías considera que el proyecto que han promovido "no es competencia porque no existía nada así en Jaca, más bien viene a enriquecer la oferta de la ciudad como destino turístico y creemos que ha servido también para mejorar un rincón emblemático del casco histórico de Jaca". El empresario se muestra convencido de que "es un producto que suma más que resta".

La concejal de Fomento y Turismo del Ayuntamiento de Jaca defiende las viviendas de uso turístico "como un factor de desarrollo de la economía y porque creemos que pueden ser una alternativa y complemento a la oferta hotelera de la ciudad". La edil asegura que "tenemos margen de crecimiento y también la necesidad de incrementar nuestra capacidad de alojamientos". Desde que accedieron al Ayuntamiento hace ahora un año han defendido "la importancia de facilitar la actividad de la iniciativa privada para mejorar la oferta de alojamientos de la ciudad, siempre que lo haga en igualdad de condiciones con el resto de las empresas o propietarios que operan en el sector".



Pedro Marco INTURMARK Hoteles

"El problema de las VUT es la proliferación de oferta fuera de la regulación. De nada sirve poner una norma muy exigente, si más del 80% de la oferta no la cumple. Son una competencia desleal frente a las VUT que cumplen la reglamentación, ejerciendo una fuerte presión sobre el volumen de vivienda de alquiler residencial".



Javier Abadías Grupo Sol y Nieve

"Nuestro nuevo edificio de apartamentos turísticos es algo que complementa la oferta de alojamientos que ya tiene Jaca; se trata de un producto destinado fundamentalmente a familias y clientes de la tercera edad que no se suelen alojar en hoteles. No es una competencia, sino que mejora el destino turístico".



Lucía Guillén Concejal de Fomento y Turismo. Ayto. Jaca

"Nosotros apostamos por no prohibir las Viviendas de uso Turístico sino por mejorar los controles para evitar que haya apartamentos ilegales, que desde nuestro punto de vista es el mayor problema. Creemos que hay espacio para todos porque enriquecen la oferta de alojamientos, pero siempre desde la legalidad".

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





#### Sergio Bernués. Consultor, conferenciante, formador y autor.

## "Hay que adaptarse constantemente a los hábitos de los consumidores"

El oscense Sergio Bernués lleva más de veinte años trabajando en el ámbito de la consultoría y en la formación especializada en la gestión de la experiencia del cliente y la motivación de equipos de trabajo. Es también especialista en marketing. A lo largo de su trayectoria ha trabajado en diversos sectores y compañías, lo que le permite tener una visión global del entorno de las organizaciones. Esto es especialmente relevante en un momento como el actual, en el que la transformación digital ha situado a muchas empresas ante una encrucijada. Habló de ello en Jaca en las primeras Jornadas de Empresa y Emprendimiento organizadas por el Ayuntamiento de Jaca con la colaboración de ACOMSEJA. Su perfil se aleja del clásico charlatán que se parapeta en el humor, del gurú de temporada o de la inflada retórica de los manuales de autoayuda. Habla de aspectos tangibles de la vida de la empresa y ofrece respuestas concretas a los problemas cotidianos del emprendedor. Directo y sencillo.

Usted lleva más de 20 años ayudando a organizaciones, y a las personas que las forman, a cambiar y crecer. ¿Cuáles son los primeros síntomas que determinan que una empresa necesita cambiar para crecer?

Una empresa necesita cambiar en el momento que no aprende tan rápido como el entorno que la envuelve. Indicadores como la caída en las ventas, desmotivación de su gente, resistencia al cambio por parte del equipo o la falta de innovación en nuestros productos... son llamadas de atención a tener en cuenta. En estos tiempos inciertos es muy importante adecuarse constantemente a los hábitos de los consumidores y adoptar las nuevas herramientas tecnológicas para poder afrontar con éxito los desafíos que nos plantea el mercado.

Por su experiencia asesorando a empresas, ¿cuáles son los principales errores que comete un empresario en la relación con su equipo?

Algunos errores comunes incluyen una comunicación ineficaz, falta de reconocimiento y motivación, no delegar responsabilidades adecuadamente, y no proporcionar oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional y personal. Además, no involucrar al equipo en la toma de decisiones puede llevar a una falta de compromiso y motivación. Gestionar personas es proporcionarles las herramientas necesarias para que crezcan, profesional y personalmente, y motivarlas en la dirección adecuada.

En su famoso libro "El penalti de Panenka" subraya la importancia del marketing en las empresas para ser competitivas y sobrevivir. Sin embargo, apenas un 20% lo tienen claro...

Existe todavía mucho desconocimiento de lo que supone el marketing para la Pyme. El marketing es una miscelánea de ciencia, arte y sentido común. Una disciplina integrada por un conjunto de procesos y acciones orientadas a identificar necesidades y deseos de posibles Clientes, con objeto de influir en la percepción que tengan los mismos de una empresa, institución, producto, persona... y posibilitar el intercambio de valor entre las partes. El marketing actual debe construir experiencias que conecten con la mente, el corazón y el alma de los Clientes.

¿Cuántas veces se ha encontrado con empresarios que no son capaces de admitir que no van por el camino adecuado?

Me encuentro frecuentemente con empresarios que, debido a su apego a prácticas tradicionales ("Siempre se ha hecho así") o a su resistencia al cambio, no son



"Una empresa necesita cambiar en el momento que no aprende tan rápido como el entorno que la envuelve".

capaces de admitir que necesitan ajustar sus estrategias y modos de actuación a los nuevos tiempos. Esto es especialmente común en empresas que han tenido éxito en el pasado y no reconocen que el entorno y las demandas del mercado han cambiado. Por otro lado, la falta de visión estratégica y el hecho de centrarse única y exclusivamente en el día a día hace que, en ocasiones, vayan en la dirección equivocada alejados de las demandas de los Clientes.

Ha señalado en varias ocasiones que la empatía y el valor deberían ser son los principales valores de una empresa. ¿Ocurre así en la mayoría de las empresas con las que usted ha trabajado?

Añadiría la confianza. El objetivo de cualquier organización, independientemente del sector en el que opere, es conocer y comprender a las personas que interactúan con la compañía (EMPATÍA), y sus formas de vincularse con el mundo que les rodea, con objeto de generar relaciones de CONFIANZA y proporcionarles VALOR en cada una de sus transacciones con la organización. Desgraciadamente no siempre se tiene claro.

¿Serán compatibles la empatía y el trato directo con el cliente con la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial se debe complementar con la empatía y todo lo que nos hace humanos. Primero la empatía y luego la tecnología. La IA puede manejar tareas repetitivas y analizar grandes volúmenes de datos, ayudarnos en los diagnósticos..., permitiendo a las personas centrarse en interacciones más humanas y empáticas que realmente serán las que aporten la diferencia en el futuro.

Defiende que las empresas tienen que contribuir activamente al desarrollo social, económico y medioambiental del ecosistema en el que se encuentran. ¿Se pueden alinear estos objetivos con la búsqueda del beneficio económico?

Definitivamente, es posible. Las empresas que integran la responsabilidad social corporativa en su estrategia, además de devolver al entorno lo que este les proporciona, mejoran su reputación, atraen y retienen talento, y logran una mayor lealtad de los clientes, lo que a largo plazo se traduce en beneficios económicos. Un enfoque equilibrado y sostenible es beneficioso para todos los involucrados.

¿Qué momento considera que atraviesa el ecosistema empresarial en la provincia de Huesca?

El ecosistema empresarial en Huesca se enfrenta a desafíos significativos, como las cuestiones demográficas, que reducen la disponibilidad de mano de obra. Los problemas de infraestructuras y conectividad. La diversificación económica, bastante concentrada en sectores como la agricultura y el turismo. El acceso a financiación y apoyo para las pymes. La innovación y la adopción de nuevas tecnologías. El pequeño tamaño de la mayoría de sus empresas dificulta su competitividad.

En estos tiempos de cambio, es esencial apostar por programas de captación y retención de talento, el fomento de la formación y el aprendizaje adecuados a la nueva coyuntura, el desarrollo de sectores emergentes, la colaboración y las redes empresariales eficientes, y las políticas de apoyo empresarial y simplificación de trámites administrativos.

» Restaurante « LA CADIERA Cocina Km.O del Pirineo

Domingo Miral, 19 974 355 559 Jaca

#### **Opinión**

## Existe la innovación en la Hostelería

En el año 2020 la hostelería contrató 1.444 personas, el 41,70% de los contratos en el ranking de ocupaciones más demandadas en la comarca de la Jacetania, repartido en un 70 / 30% entre camareros y cocineros respectivamente (según los datos del INE). Supone el sector económico que más contratos realiza.

Sin embargo, estamos hartos de escuchar ese mantra de que la hostelería es un sector de bajo valor añadido, para gente que no sabe hacer nada, ya que requiere poca formación... el que no sabía qué hacer, montaba un bar (y luego se arruinaba para sorpresa de nadie).

Pero todo esto ha cambiado y no me refiero a los fuegos artificiales de Masterchef, o las complejas elaboraciones inspiradas en el Bulli, cocina molecular, alimentos asiáticos exóticos, o futuristas robots para sustituir el trabajo de los camareros, o máquinas expendedoras de pizzas sin ningún humano detrás.

Todos recordamos cómo tradicionalmente los camareros nos tomaban nota con ese boli que aporreaban contra el muslo, mientras "recitaban" de memoria los platos del menú del día, como en un monólogo de Leo Harlem

Ahora cada vez hay más establecimientos con una carta digital a la que se accede a través de su web, o un

código QR, con una amplia descripción de cada plato, o incluso espectaculares fotos y vídeos en Instagram.

En muchos de estos establecimientos se toma la comanda en un dispositivo digital, que transmite la señal a la cocina, donde se imprime o se muestra en una pantalla digital. Además, esa "comandera" permite que los camareros "marchen" los platos desde el salón y desde cocina les avisen cuándo están preparados, evitando innecesarios viajes a cocina, permitiendo que los camareros permanezcan más tiempo atendiendo a sus clientes.



Las reservas ya se pueden realizar a través de medios digitales, bien sea por la web, por una app del móvil, o incluso con un asistente virtual telefónico (IA), que toma la reserva, en lugar de un contestador donde deias un mensaie.

En la elaboración de los platos cada vez se dispone de más equipos programables que permiten largas cocciones a baja temperatura, o garantizan una mejor conservación de los alimentos, por poner solo un par de ejemplos. El diseño de cartas, recetas, escandallos, la gestión de compras, almacenes, gestión de mermas y un largo etcétera de gestiones que cada día son más complejas para la mejora de la productividad y que permiten ofrecer una adecuada relación calidad - precio.

Pero, sobre todo la empatía, o esa hospitalidad... esa sonrisa también es valor añadido. Es más, es imprescindible, es la base de un sector cada día más complejo, cada día más competitivo, cada día más incomprendido.

La hostelería es una pieza clave para la oferta turística, ya no solo como complemento que enriquece la experiencia, sino también para crear empleo y fijar población en Jaca y en toda la Comarca.

> Pedro Marco INTURMARK Hoteles

## Medios de transporte: Apostando por la mitigación y la adaptación

El Gobierno de Aragón acaba de anunciar que destina 22 millones de euros para un medio de transporte que tendrá 2,44 km de largo. Unirá una empresa privada con otra empresa privada. Transportará 2.400 de sus clientes a la hora y se podrá utilizar también en verano. Estamos hablando de la telecabina que unirá Candanchú con Astún, parte del famoso Plan Pirineos.

A mí me surgen muchas dudas. Empezando con la inversión pública para una infraestructura privada, seguida por el futuro tan incierto de dichas empresas privadas dadas las últimas temporadas invernales tan malas, y pasando por la capacidad sobredimensionada y la nula necesidad de conectar Astún y Candanchú durante el verano. Sin olvidar el previsible sobrecoste que una obra de estas características en alta montaña va a tener, salta a la vista que hay una opción mucho mejor para mitigar los efectos del cambio climático y para adaptar la economía de montaña a ello: el autobús eléctrico.

Los autobuses eléctricos de última generación valen 500.000€ - Astún y Candanchú están unidos por una carretera que ya existe, y 22 millones de euros comprarían 44 autobuses.

Evidentemente comprar 44 autobuses sólo para transportar esquiadores una distancia de 2.4km durante 4 meses del año sería ridículo. Pero no sería nada ridículo plantear una red de transporte público con autobuses lanzaderas entre las estaciones de esquí y los pueblos de pie de valle que además podría prestar un servicio a toda la Comarca de la Jacetania durante todo el año. Invertir 11 millones de euros en adquirir unos cuantos vehículos, construir viviendas para el personal y establecer la infraestructura complementaria para poner la red en marcha dejaría los otros 11 millones de euros restantes del presupuesto de la telecabina para establecer un servicio parecido en la vecina Comarca del Alto Gallego. En Benasque hay 19 millones para la telecabina a Cerler; esa cantidad podría financiar una red de transporte público en las Comarcas del Sobrarbe v de La Ribagorza.

Imaginemos por un momento las oportunidades turísticas, económicas, laborales, deportivas, educacionales, de integración, emancipación, conciliación, ocio y de relaciones personales que una red de transporte público frecuente, sostenible y de bajo coste ofrecería a las personas que vivimos en el Pirineo. Pensemos

también en los beneficios; que en este caso se miden en "menos": miles de Kg menos de CO2, menos ruido, menos tráfico, menos atascos, menos gasto en vehículos privados, menos desgaste de las carreteras, menos afectación a los hábitats más sensibles (los de alta montaña) y una larga lista de etcéteras.

Si fuera decisión de los habitantes del Pirineo, ¿qué elegiríamos? ¿Tener antes de 2030 una red de cientos de kilómetros de transporte público limpio, barato, renovable, flexible y sostenible desde Navarra hasta la frontera con Cataluña, sin renunciar a transportar esquiadores, o 4,45 km de telecabina?

Y una última cosa. Los autobuses tienen ruedas, la telecabina no. Si no hay nieve, los autobuses irán a otro sitio a cumplir otra función. Los autobuses mitigan los efectos del cambio climático y se adaptan a ello, la telecabina no. La telecabina será otro monumento al inmovilismo de Aragón y de sus políticos.

¡Canal Roya Parque Natural!

Peter Rich



## Los Premios ACOMSEJA celebran el emprendimiento y el talento jacetano

ACOMSEJA celebró el pasado 31 de mayo en el Palacio de Congresos de Jaca la gala de entrega de galardones de la segunda edición de los Premios ACOMSEJA al Emprendimiento. Fue una celebración del talento jacetano, que sirvió para dar visibilidad a numerosos proyectos empresariales del territorio. La gala, presentada por el periodista Pablo Barrantes, mezcló la parte institucional con el entretenimiento, con la actuación de Tito Julio González, los actores del elEventario, Dani Sancho y Mirian Julian, y Claudia Baín.



El momento más emotivo de la gala fue la entrega del Premio a la Trayectoria, que recibió el empresario jacetano Amadeo Bergua de de manos del alcalde de Jaca, Carlos Serrano. Este momento fue precedido de la proyección de un video que recorría la trayectoria personal y profesional de Bergua. Lucas Abad, de Intersport Rent, fue galardonado con el Premio al proyecto empresarial más innovador. La Trufa de San Babil recibió el Premio al fomento del producto Km0, mientras que la startup Dersu, fundada por Borja Delgado, se lle-

vó el Premio a la transición digital. La empresa AROK Sport fue reconocida con el Premio al mejor posicionamiento de marca y Cabrero e Hijos con el Premio a la sostenibilidad. La Junta Directiva de ACOMSEJA decidió conceder el Premio de Honor de esta segunda edición a las estaciones de esquí de Astún y Candanchú, por su contribución al desarrollo de la economía del territorio. Finalmente, Antonio Palacios, de la pastelería La Imperial, y Amelia Giménez, de calzados Capri, recibieron sendos homenajes al haber accedido a la

jubilación. La gala tuvo momentos de intensidad, belleza, energía y humor. Fue un evento ágil y dinámico en el que se sucedieron sin apenas transiciones los espectáculos de música, danza y teatro, las proyecciones audiovisuales y las intervenciones de las autoridades, que respondieron a las preguntas del periodista de COPE Jaca, Pablo Barrantes. La reivindicación del asociacionismo y las celebraciones por el 18 aniversario de la fundación de ACOMSEJA estuvieron presentes a lo largo de toda la noche.



Amadeo Bergua y Carlos Serrano.



Álvaro de Luna, Stephan Pantoja, Jesús Santacruz y Olvido Moratinos



Pablo Barrantes conversa con Marian Bandrés.



Amelia Gimenéz y Marian Bandrés



Marian Bandrés y Antonio Palacios



Alejandro Carbonell, Gastón González Pablo Pantoja y Isabel Luzón.



Borja Delgado y Juani Rubio.



Paco Coduras, Begoña Berges, Inma Lafita, Javier Coduras y Mª Mar Berges.



Lucas Abad y Luis Poch.



Luis Cabrero, Carlos Trobajo y Joaquín Moreno.



#### **CONVERSACIONES. Luis Terrén, Álvaro Salesa y Fernando Sánchez**

## "El Valle del Aragón tiene un gran futuro"

El pasado mes de marzo se presentó en Villanúa el Plan de Cohesión del Valle del Aragón, que forma parte del Programa de Sostenibilidad Turística en Destinos, promovido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y financiado a través de los fondos Next Generation de la Unión Europea. Los cuatro millones que se van a invertir en los seis municipios del valle durante los próximos dos años suponen el inicio de una nueva etapa en la historia del territorio, habitualmente marginado en materia turística por parte de las administraciones públicas. Así lo observan los alcaldes de Castiello de Jaca, Álvaro Salesa; Villanúa, Luis Terrén; y Canfranc, Fernando Sánchez, que se reunieron por iniciativa de ACOMSEJA para hablar del impacto que pueden tener estas inversiones en el desarrollo futuro del valle y los retos a los que se enfrenta para ser competitivo en un mercado cada vez más complejo. Los tres ediles, todos con larga trayectoria política en sus respectivos ayuntamientos, se muestran optimistas y convencidos de las posibilidades del territorio.

¿Consideran que se abre una nueva ventana de oportunidades para el valle con las nuevas inversiones en materia turística que se van a realizar dentro del Plan de Cohesión Territorial del Valle del Aragón?

#### Luis Terrén

Yo creo que sí. Es una oportunidad para el Valle del Aragón de ponerse al día porque hemos sido un territorio que siempre ha ido a remolque en cuestión de inversiones públicas. Las que vamos a recibir ahora nos van a permitir reactivarnos porque además van a llegar a todo el valle, desde Astún hasta Jaca, Borau y Aisa. Es una oportunidad de refrescar un valle que estaba un poco parado, y a ello hay que sumar la unión de Candanchú y Astún. Se trata de un espaldarazo importante que tenemos que saber aprovechar.

#### Álvaro Salesa

Me parece un momento importante para nuestro territorio por la inversión que supone este plan porque, como dice Luis, nos va a permitir renovar un destino turístico como es el Valle del Aragón que necesita nuevos proyectos y nuevas ideas. Tenemos que aportar propuestas novedosas porque competencia hay mucha y hay que ser muy originales para atraer a la gente. Lo importante de este Plan es que todos los proyectos que se van a desarrollar en los seis municipios del valle se complementan, lo cual nos va a permitir crear un territorio con un destino turístico importante.

#### Fernando Sánchez

Tenemos un valle muy diverso con muchos atractivos. Pero yo me voy a centrar en el tema de la movilidad, que creo que es clave. Tenemos un valle corto y perdemos calidad con tanto vehículo en la carretera porque es muy fácil llegar aquí y todavía lo va a ser más cuando se terminen las autovías. El tener un autobús público reforzado con una frecuencia mayor va a dar facilidades al visitante porque no olvidemos que cada vez más gente, sobre todo la más joven, no tiene vehículo y esa facilidad que le vamos a dar creo que va a ser un hecho diferencial, tanto con este Plan como lo que va a suponer el ferrocarril y también ese proyecto de tren turístico en el que estamos trabajando.

¿Creen que estos proyectos turísticos integrados en el Plan de Cohesión Territorial del Valle del Aragón son complementarios a la unión de las estaciones de esquí de Astún y Candanchú?

#### Luis Terrén

Yo creo que es imprescindible que todos los proyectos vayan adelante. Nuestro valle no se entiende sin nieve y en este sector sí que tenemos un déficit importante de inversión. Esta unión va a suponer una actualización de nuestro sector, pero está claro que nuestro territorio necesita tanto la nieve como estos proyectos que van a cubrir nuestra oferta turística durante el resto del año.

#### Álvaro Salesa

El complemento final a todos estos proyectos tiene que ser necesariamente la unión de Astún y Candanchú. En todos los valles en los que hay nieve se marca la diferencia respecto a los que no tienen estaciones, y aunque son evidentes los efectos del cambio climático la nieve no se va a terminar de hoy para mañana. La nieve es un elemento fundamental de la economía de nuestro valle que se va a ver complementado con estos proyectos que pueden llenar ese espacio de tiempo en el que no hay nieve. Y quería volver por

un momento a lo que ha dicho antes Fernando, porque estoy de acuerdo en que el autobús eléctrico y el ferrocarril nos van a permitir proyectarnos todavía más como un destino turístico de calidad y sostenibilidad. Yo confío mucho en el ferrocarril.

#### Fernando Sánchez

Yo siempre he defendido la nieve, es nuestra seña de identidad. Es cierto que con la nieve había gente que vivía de esos cuatro o cinco meses todo el año, pero es evidente que ahora eso no es posible. Está claro que con el cambio climático las temporadas se están acortando, por lo tanto, el conjunto de esos otros proyectos va a complementar a la actividad de la nieve, pero también, bajo mi criterio, las estaciones de esquí tienen que realizar inversiones en infraestructuras que sean reutilizables durante todo el año, no solo en invierno. Tienen que convertirse en estaciones de montaña.

¿Ha perdido una década el Valle del Aragón en comparación con su vecino Valle de Tena? ¿Por qué da la sensación de que la iniciativa privada aquí no tiene ni la audacia ni la ambición que sí que muestra en el Alto Gállego?

#### Luis Terrén

Es un tema complicado. Yo creo que todo tiene su influencia. Estoy seguro de que cuando se creó ARA-MON, si las inversiones tan fuertes que recibió Formigal entonces hubieran llegado también a nuestro valle se habría generado un destino similar al que ahora es el Valle de Tena. Esa inversión pública habría incentivado la inversión privada y habría empujado a muchos emprendedores a apostar por nuestro valle. Ahora vemos que el Valle de Tena es un destino turístico que cada vez va a más y que funciona muy bien, y el nuestro es la consecuencia de haber estado sin inversiones públicas en turismo durante muchísimo tiempo.

#### Álvaro Salesa

Las inversiones de ARAMON han marcado una pauta de desarrollo turístico que indudablemente ha influido en las empresas privadas que han decidido invertir en el Valle de Tena. Tenemos muchos ejemplos



porque las perspectivas de futuro ahí son más claras. Luego hay cosas para tener en cuenta como que el nuestro es un valle muy corto con una capitalidad que es Jaca, que asume el protagonismo del valle. No ocurre en el Valle de Tena, que tiene localidades muy importantes como Biescas, Sallent o Panticosa, que se reparten ese protagonismo y favorece que las inversiones se repartan más. Es verdad que el hotel de Canfranc está siendo un revulsivo muy importante y que Villanúa está ganando espacio con Las Güixas y El Juncaral.

#### Fernando Sánchez

Es cierto lo que dice Álvaro de la diferencia con el otro valle, el nuestro es corto y con muy pocos habitantes, y tiene Jaca que tira mucho. Mucha gente decide irse a vivir a Jaca incluso desde dentro del valle y es más difícil desarrollar proyectos en el resto del territorio. A mí no me gusta lamentarme y si hemos perdido diez años quizá eso nos ha creado una oportunidad para trabajar con más empeño a partir de ahora, sabiendo dónde se han equivocado otros. A veces ir un poco por detrás también te genera una oportunidad respecto a los que se han desarrollado más rápido. Tenemos que mirar hacia adelante siempre y centrarnos en las oportunidades que tenemos.

### ¿Cómo imagináis el Valle del Aragón dentro de 10 años?

#### Fernando Sánchez

Yo soy muy optimista, tenemos un valle con muchas posibilidades. Lo tenemos todo. Tenemos grandes oportunidades y tengo claro que no vamos a ser una zona rural deprimida de pueblos abandonados. Estoy convencido de ello. Algunos proyectos saldrán y otros no, pero tenemos que ser cuidadosos con la

gente que vive en el territorio y proteger los servicios que necesitan para vivir aquí. Y tenemos que tender con hechos y no solo con palabras a un turismo de mayor calidad, sin menospreciar a nadie. Un destino singular.

#### Álvaro Salesa

Yo estoy de acuerdo con Fernando en que hay que ser optimistas. Tenemos un patrimonio natural único, los Pirineos son la cordillera de referencia en España. Las autovías, tardarán más o tardarán menos, pero en pocos años estarán terminadas. Y luego hay un factor muy importante, el ferrocarril. En su momento marcó una dirección para este valle y creo que ahora puede marcar nuevamente un punto de inflexión que va a ser muy importante para nosotros. La reapertura del ferrocarril, en la que yo creo, puede situar a nuestro valle en otra dimensión.

#### Fernando Sánchez

Yo resumo lo dicho en mi anterior respuesta: Veo el futuro con el ferrocarril abierto pasando a Francia.

#### Álvaro Salesa

No creo tampoco que vayamos a perder población ni tampoco a crecer mucho, lo importante es mantener lo que tenemos porque está claro que es muy difícil que la gente quiera vivir en los pueblos.

#### Luis Terrén

Villanúa lleva una línea de crecimiento muy constante desde hace tiempo y, respecto al valle, yo creo que en los próximos diez años va a ir a mejor. Lo tengo claro y me gustaría que fuera un valle moderno y bien comunicado, que la gente se llevara la impresión de que lo tenemos bien organizado, con un transporte público de calidad y sostenible, y digitalizado.





Fernando Sánchez Alcalde de Canfranc desde 2003 "Veo el futuro con el ferrocarril abierto

pasando a Francia"



Álvaro Salesa Alcalde de Castiello de Jaca desde 2007

"La reapertura del ferrocarril puede situar a nuestro valle en otra dimensión"



Luis Terrén Alcalde de Villanúa desde 2007 "Me gustaría un valle

"Me gustaría un valle con un transporte público de calidad y sostenible, y digitalizado"



## Da el paso a la digitalización de una manera fácil y con beneficios para tu negocio

Aunque cada **programa de fidelización** puede producir diferentes resultados en función de los objetivos trazados, no cabe duda de que han demostrado tener **éxito** en numerosas industrias, cada vez que han sido implementados como **modelo de expansión y crecimiento**.



## ACOMSEJA quiere más socios para ofrecer mejores servicios

En el año de celebración de su 18º aniversario, ACOMSEJA quiere seguir creciendo para afrontar proyectos más ambiciosos, ampliar la cartera de servicios que ofrece y adquirir mayor peso como colectivo para defender en mejores condiciones los intereses de los socios. En la actualidad es la única asociación empresarial de la comarca y una de las entidades con mayor representatividad territorial. Aglutina a la mayoría de sectores económicos de la comarca.



Para ello desarrolla desde el mes de abril una campaña de captación de nuevos socios a través de diversos medios de comunicación (radio, prensa escrita y digital) y en redes sociales. La estrategia de comunicación de esta campaña está basada en los testimonios de los propios socios, pues son ellos quienes mejor pueden explicar su experiencia dentro de la Asociación, la importancia de la unidad para trabajar en el interés común y las ventajas de las que disfrutan como miembros de ACOMSEJA.

Las ideas fuerza de la campaña son claras: ACOMSEJA es la voz de todos los empresarios y empresarias de la Jacetania; Los pequeños empresarios solo tenemos futuro si nos unimos; Compartir experiencias con otros asociados es fundamental para seguir creciendo y El comercio es clave en la economía de Jaca; trabajemos juntos para seguir siendo importantes.

La campaña es también una llamada a reforzar la importancia del asociaciacionismo para la pequeña y mediana empresa en un momento en el que los desafios son cada vez más grandes y el futuro también más incierto. Como señalaba la presidenta de ACOMSEJA, Miriam Bandrés en el editorial del último número de Jacetania AHORA, el periódico de la Asociación, «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».

ACOMSEJA considera que existen numerosas razones, ventajas y beneficios para integrarse en la asociación.

Éstas son algunas de ellas:

- Formarás parte de una de las asociaciones con más influencia de la Jacetania
- Acceso permanente a formación, asesoramiento e información sobre subvenciones
- Tus reivindicaciones e inquietudes tendrán
   más assa anto los administraciones
- más eco ante las administraciones
   Mejorará tu reputación empresarial y
- tu negocio ganará en visibilidad
   Te beneficiarás de la intensa actividad
  que genera ACOMSEJA durante todo el año y
  de su repercusión en los medios de comunicación
- Te aprovecharás de la plataforma "Muy de Jaca" y su impacto en Redes Sociales
- Abrirás nuevas oportunidades de negocio y entrarás en contacto con potenciales clientes

— Editorial ——

### El asociacionismo como elemento transformador de las sociedades

Vivimos tiempos convulsos en los que la polarización está acabando con los puentes que tradicionalmente servían de conexión entre los individuos que constituyen una sociedad. El sentido colectivo operaba por encima de las ideas y las ideologías individuales, y aunque estas pertenecen legítimamente a la naturaleza humana, no operaban como factor de bloqueo o distorsión, sino como garantía de rica diversidad. No estoy segura de que eso siga siendo así; lo vemos a diario en nuestra clase política, incapaz de alcanzar grandes consensos que beneficien a la ciudadanía, y lo vemos también a otra escala en nuestros pueblos y ciudades, donde el interés general se pierde en la retórica de los debates interminables y, por lo tanto, estériles.

Estamos en el centro de una gran encrucijada sin saber bien hacia dónde nos dirigimos; solo tenemos certezas sobre lo que hemos dejado atrás. Y esto nos conduce a la melancolía y a cierta parálisis que se manifiesta de muchas maneras. Rencor hacia un presente que no acabamos ni de entender ni de aceptar, nostalgia por los años pasados, temor por un futuro que no distinguimos, pereza ante la envergadura de los cambios que tenemos que afrontar y desasosiego por la rapidez con la que evoluciona el mundo y nuestros negocios.

Estoy convencida de que parte de ese trémulo caminar hacia el futuro será menos hostil si lo hacemos en compañía, no en soledad. Como decía recientemente la reputada publicista Silvia Pérez, "el asociacionismo es la única manera de lograr cambios permanentes" y también de que estos cambios sean sólidos, duraderos y beneficiosos para el interés colectivo. En un mundo cada vez más globalizado, los grandes serán más grandes y los pequeños se harán más pequeños

en la misma proporción, limitando el terreno de juego a espacios irrelevantes, invisibles. Solo podremos ocupar más territorio si crecemos; es decir, si nos unimos y trabajamos juntos.

Vengo observando desde hace tiempo que esa incertidumbre hacia el futuro de la que hablamos suele mudarse en cierto cinismo, en lugar de servir de estímulo para explorar nuevos caminos, plantear nuevos proyectos, revisar con honestidad nuestros modelos de negocio y evolucionar de acuerdo con lo que el mercado nos demanda a los empresarios. En este mismo número de Jacetania AHORA el consultor, conferenciante, formador y autor oscense, Sergio Bernués, afirma en una entrevista que "una empresa necesita cambiar en el momento que no aprende tan rápido como el entorno que la envuelve". Y esto supone que nos tenemos que adaptar constantemente a los hábitos de los consumidores".

¿Pero cómo lo hacemos? ¿Cómo conciliamos las exigencias cotidianas de nuestras pequeñas empresas con el hercúleo esfuerzo de reinventarnos o, simplemente, de auditarnos? ¿De dónde sacamos el tiempo, la energía y el conocimiento para determinar hacia dónde tenemos que enfocar nuestros negocios? ¿Qué conocimientos tenemos que adquirir? ¿A qué puertas tenemos que llamar? ¿Quién nos puede asesorar? ¿Y quién también nos puede manipular?

La soledad en la que en muchas ocasiones gestionamos nuestros negocios es nuestro peor enemigo, pero no lo sabemos porque nos hemos acostumbrado a ella en la misma medida en que hemos asimilado a lo largo de los años otros hábitos y costumbres. Forma parte del paisaje de nuestra vida y de nuestros establecimientos, como si fuera otra estantería. En consecuencia, perdemos perspectiva y también capacidad para actualizarnos y hacer análisis más contrastados sobre la realidad que vivimos, la economía, el mercado laboral o las normativas que regulan nuestros sectores de negocio.

La única manera de romper con esa inercia, o la más eficaz, cercana y accesible, es compartir nuestras inquietudes y experiencias con otros. Fomentar un sentimiento colectivo, que es especialmente posible en lugares pequeños como Jaca y los municipios de la comarca, en los que el trato personal, la cercanía y la confianza tejen redes sociales mucho más fuertes y resistentes. El asociacionismo, el sentido de pertenencia a un colectivo no solo es una herramienta de refuerzo social sino una manera de vivir, de entender la importancia de la comunidad para construir de manera consciente un futuro mejor.

Somos vecinos, vivimos en el mismo espacio, compartimos la misma educación sentimental y emocional, la misma memoria colectiva, nos afectan generalmente como ciudadanos los mismos problemas, convivimos en las calles y terrazas, vibramos en nuestras celebraciones y tenemos un sentimiento común de orgullo por lo propio del que hacemos gala siempre que visitamos otros lugares. ¿Por qué no convertimos todo este caudal en una energia transformadora que nos prepare mejor para el futuro? ¿Por qué no trabajamos juntos? ¿Por qué no nos asociamos?

Marian Bandrés Presidenta de ACOMSEJA

## Coworking Pirineos: un espacio para generar y compartir proyectos

Luis Sanclemente es arquitecto técnico desde hace quince años y conoce bien los desafíos a los que se enfrentan a diario los trabajadores autónomos, especialmente en el gremio de la construcción. Sabe bien que la soledad es uno de los principales problemas del trabajo por cuenta propia, y la falta de posibilidades para compartir inquietudes, ideas y proyectos con otros emprendedores. Por eso se ha decidido a poner en marcha en la calle Pirineos de Jaca el espacio de coworking Pirineos, que aspira a convertirse no solo en un lugar de encuentro de profesionales autónomos sino también en un ecosistema de generación de ideas, colaboraciones, cursos de formación y proyectos comunes. En el futuro a medio plazo Sanclemente quiere que éste sea un polo de generación de economía, desarrollo y oportunidades para los emprendedores de la zona, en especial para los que empiezan.



Luis Sanclemente ha inaugurado recientemente el Coworking Pirineos, un espacio multifuncional de 100 metros cuadrados con todos los servicios que necesita un emprendedor para desarrollar su trabajo de oficina. La gran novedad respecto a otros espacios de coworking convencionales es que la oferta de servicios incluye además otro amplio local de 120 metros cuadrados enfrente del primero, el Comaking Space, que está en proceso de homologación para poder albergar cursos formativos y también como espacio de desarrollo de nuevos proyectos para profesionales.

Como explica el propio Sanclemente, "primero adquirí estos dos locales para cubrir mis necesidades profesionales, pero pronto vi que el espacio se podía aprovechar para otras muchas cosas. Pensé entonces que sería interesante compartirlo con emprendedores que están empezando, que tienen necesidades de espacio, y construir a partir de ahí sinergias, crear ayudas y colaboraciones y que finalmente sea más que un espacio de coworking".

El proyecto acaba de empezar a rodar, pero su promotor tiene muy claros los objetivos y, sobre todo, la manera de alcanzarlos. Coworking Pirineos es una ambiciosa propuesta profesional que, sin duda, responde a las necesidades de espacio de muchos emprendedores de la zona. Pero quiere servir para intentar también paliar uno de los grandes problemas a los que se enfrentan muchos gremios de la comarca, en especial en el sector de la construcción y derivados: la falta de mano de obra formada.

#### El espacio Taller o Comaking Space

Sanclemente apunta que "estamos en un momento en el que el sector de la construcción tiene una gran demanda de mano de obra que no se ve cubierta. Las empresas de la comarca tienen grandes problemas para contratar a gente, incluso aunque no esté formada. O damos una formación cercana, o mucha gente seguirá siendo reacia a formarse si tiene que irse fuera, por eso es importante descentralizar determinados cursos y llevarlos a donde está la demanda de mano de obra. Ha desaparecido el aprendiz y eso ha creado graves problemas en el sector. Tenemos que buscar fórmulas para incorporar cada año entre 8 y 10 personas al mercado laboral de la zona después de recibir su formación

Coworking Pirineos está en la actualidad en el proceso de homologación del espacio taller "para poder dar cursos formativos del INAEM, certificados de profesionalidad, que nos permitirán tener formaciones de todos los ámbitos, aunque relacionados principalmente con el mundo de la construcción, sector en el que hay una gran demanda", sostiene Sanclemente. En este sentido aña-

de que "tenemos previstos ya diferentes tipos de cursos como de carretillero o almacén. El taller lo concebimos como un espacio completamente multifuncional porque también estamos contemplando otro tipo de actividades como un taller de grafiti, talla de madera con Isidoro Raigón, cursos homologados de soldadura, placas solares, electricidad, fontanería... todo lo que se nos pueda ocurrir que no sea cubierto en la actualidad por la oferta pública educativa. Este espacio puede ser para ellos su punto de partida para comenzar su proyecto de emprendimiento".

#### **El Coworking**

El Coworking Pirineos ofrece ocho plazas fijas de trabajo y dos flexibles, además de una sala de reuniones privada y un espacio para cursos y eventos con capacidad para 16 personas. Es un espacio de trabajo pero también de dinamización en el que los emprendedores pueden tener la oportunidad de compartir ideas y proyectos. No se trata solo de trabajar en un mismo lugar con otros profesionales sino de buscar espacios de colaboración y crecimiento mutuo. "La idea es que pensemos que estamos junto a gente que nos puede ayudar o con la que podemos colaborar, con la que podemos generar oportunidades y compartir objetivos", defiende Sanclemente.

#### ¿Qué ofrece?

La filosofía de Coworking Pirineos es que cada uno pague por lo que necesita: existen desde tarifas de uso de una hora, un día, bonos de semana, quincenales, mensuales y puestos fijos. Se ha establecido una Tarifa FULL (24/7) de 150 euros al mes (mínimo 3 meses) que da acceso al espacio durante los 365 días del año mediante una aplicación. Existe una tarifa de media jornada, Tarifa FLEX, de 100 euros al mes, para profesionales que combinan su emprendimiento con otros trabajos o que están empezando y tienen unas necesidades concretas. Ambas tarifas incluyen además del puesto, fotocopiadora, servicio de correspondencia, sala de reuniones y zona de relax de acceso ilimitado.

Los profesionales, sobre todo pequeños autónomos, pueden recibir también su correspondencia o envíos, pueden domiciliar su empresa en la dirección postal del Coworking, si la quieren diferenciar de la personal, y contar con los servicios de apoyo de la secretaria que gestiona el espacio. Además, no hay que olvidar que el autónomo se puede desgravar la factura del alquiller de coworking. Según Luis Sanclemente, "se trata de tener los mismos servicios que demandaría un profesional si se instalara por su cuenta, pero a un coste mucho más razonable y accesible, en especial para un autónomo que está empezando. Desde la calefacción hasta la limpieza pasando por el café o la sala de reuniones. Tienen la posibilidad de pagar solo por lo que necesitan y cuando lo necesitan".

Cuando acabe de habilitarse el conocido como Comaking Space, se alquilarán los espacios (que se distribuirán en boxes), tanto a nivel privado como público para quienes, por ejemplo, tengan una operación de carpintería, pintura o metal. Para este servicio también se ha creado una carta de tarifas por box de 8 euros la primera hora y 5 las siguientes. El alquiler de la sala de reuniones cuesta 10 euros la hora y 60 euros un día completo; y el alquiler de la sala de conferencias se ha valorado en 15 euros la hora y 125 euros la jornada completa.

#### Red hispanofrancesa de coworkings: Cowopi

Otros de los proyectos a medio plazo en los que está trabajando Luis Sanclemente es en la creación de una red transfronteriza de espacios de coworking con Bedous, Oloron y Pau. La idea es alcanzar un convenio entre varias empresas de ambos lados de la cordillera de tal modo que permita acceder a los clientes a todos los espacios en función de sus necesidades. "Vemos que hay mucha gente de Francia que quiere pasar a trabajar a este lado de la frontera en determinados momentos del año. Queremos que con esta red pueda tener acceso independientemente de dónde pague habitualmente su coworking. Siempre ha habido mucha relación entre ambos lados de la frontera y queremos compartir proyectos, formación y eventos comunes. Creemos que esto puede impulsar las relaciones comerciales entre España y Francia", señala Luis Sanclemente.

Coworking Pirineos. Calle de los Pirineos, 13, bajo · Jaca · coworkingpirineos@gmail.com · 650 028 903





#### **Empresas con historia: Restaurante La Cadiera**

## La Cadiera: genética montañesa

El 25 de junio de 1992 a las 8 de la tarde el restaurante La Cadiera abrió sus puertas en el número 19 de la calle Domingo Miral de Jaca. No había intencionalidad en la elección del día, pero es inevitable, más de tres décadas después, observar cierto determinismo en esa fecha si se atiende a la trayectoria que ha llevado el negocio regentado por Fran Ponce y Ana Betrán. La defensa de la cultura montañesa, la divulgación de sus tradiciones y el férreo compromiso con la gastronomía del país han convertido a La Cadiera en un referente indispensable de la cocina jacetana y en un espacio de encuentro construido a partir de la personalidad, las convicciones y las inquietudes de sus propietarios.

Dice Fran Ponce que él es el juglar que canta las creaciones y que la mano de Ana es la que realmente distingue a La Cadiera de otros restaurantes. Es una manera gráfica de ilustrar el equilibrio casi milagroso entre la sala y la cocina, que ha permitido a lo largo de las décadas forjar una personalidad propia, una atmósfera reconcible y una identidad que trasciende de lo meramente gastronómico. A La Cadiera se acude a disfrutar de la cocina tradicional de la montaña, pero también a imbuirse de un ambiente de militancia pirenaica y arraiqado sentimiento de pertenencia.

Por La Cadiera se pasa, pero es el restaurante el que acaba pasando por el cliente, que repite y se vincula al lugar como si de una militancia se tratara. Pocos restaurantes de Aragón han logrado construir un relato propio a partir de los valores y compromisos de sus propietarios, que adquieren forma en las paredes del establecimiento, en la música que suena de fondo y en los proyectos e iniciativas en los que se implican. Pero no fue fácil llegar hasta aquí, porque la frágil memoria colectiva suele dar por bueno que La Cadiera siempre estuvo ahí y siempre fue así.

"Empezamos poco a poco -cuenta Ana Betrán-, abrimos con lo fundamental y después fuimos haciendo otras cosas: abrir altillos, poner cámaras, una campana nueva, cambiar puertas... Fue un gran esfuerzo en todos los sentidos. Los inicios fueron muy duros, hacíamos jornadas de 12 y 14 horas diarias. Yo me acuerdo de algún sábado al principio en el que solo tuvimos dos cenas. No fue sencillo, aunque la gente no lo crea".

Esos comienzos marcados por cierto desasosiego y la incertidumbre ante el futuro inmediato, fueron de algún modo la consecuencia de una apuesta decidida por el cliente local, que estuvo en el origen del modelo de negocio. "La filosofía era hacer un restaurante para la gente de casa, de la Jacetania, porque es la que vive aquí durante todo el año. Si conseguíamos asentarlo con la gente del país, el visitante que viniera sería como una paga extraordinaria. La gente de Jaca enseguida nos conoció y respondió, pero había muchos fines de semana que los de aquí no salían a cenar, veías que Jaca estaba a tope y nosotros teníamos el comedor casi vaecio. Ha habido fines de semana durísimos sabiendo que otros restaurantes estaban llenos. Pero al día siguiente otra vez todo el comedor estaba lleno de gente de Jaca. Eso nos hacía tener mucha esperanza en el futuro, como así fue", recuerda Fran Ponce.

Ana y Fran trabajaban juntos en el restaurante Cobarcho cuando decidieron crear su propio negocio. "El sueño de todo camarero es tener su propio restaurante. Ana y yo trabajábamos juntos y vimos que podíamos hacer un buen binomio, ella en la cocina y yo en la sala.", explica Ponce. Ambos habían sido educados por sus respectivas madres en la tradición de la cocina pirenaica; siempre la mujer como depositaria de una cultura centenaria forjada en los fogones de la supervi-



Ana Betrán y Fran Ponce gestionan el restaurante La Cadiera desde 1992

vencia y la austeridad de la montaña. Y con esa premisa, asumida como si se tratara de una trascedente responsabilidad, convirtieron el antiguo restaurante Don Pepe en La Cadiera, elección que era también toda una declaración de principios.

Reivindicar la cultura montañesa a través de su gastronomía fue el punto de partida del restaurante, fue su base conceptual. "En mi casa siempre ha habido conserva casera. Los viajantes vienen a ofrecernos comida ya hecha (albóndigas, croquetas...) pero nosotros las seguimos haciendo a la manera tradicional, no lo concibo de otro modo y casi nadie lo hace ya así", defiende Ana Betrán. El camino ha sido largo y no precisamente sencillo, pero las fuertes convicciones ayudaron en muchos momentos a no reblar, a mantener la apuesta porque los objetivos eran claros.

Fran señala que "estábamos convencidos de que teníamos que hacer un restaurante para la gente de casa, quisimos proteger desde el primer momento a la gente del país. Es verdad que yo siempre he estado de la mano con la tradición, luchando por el aragonés, con la música. Empezaron a venir "Miércoles de Cecina", que entonces se llamaban "No semos cosa"; "Los Chotos" también nacieron aquí, hicimos el homenaje a "La Ronda de Boltaña" en 2000 y aquí ya se empezó a crear un caldo de cultivo, al que ayudaba la decoración y la apuesta por divulgar el aragonés a través de la carta bilingüe. Pronto todo eso conectó con la gente de Jaca". Y luego está el Atleti, que ocupa espacios y memorias en extraña armonía con toda la retórica pirenaica. Eso también hace especial a La Cadiera.

En 2005 se realizó una gran reforma, que coincidió con el momento en el que el negocio alcanzó su madurez y estabilidad, y de la que resultó el aspecto actual que luce el establecimiento. "El boca a boca empezó a funcionar mejor y los que tienen segunda residencia comenzaron a hacer de embajadores en sus lugares de origen, eso nos ayudó mucho porque ya no solo era el cliente de Jaca sino también el de segunda residencia" apunta Ana Betrán. Esos años coincidieron también con el boom de la construcción en Jaca, que se llevó a muchos trabajadores de la hostelería. Encontrar profesionales cualificados se convirtió en un desafío para el sector y fueron los trabajadores inmigrantes los que llegaron al rescate. "Gracias a ellos pudimos mantener una plantilla estable, algunos de ellos llevan más de 15 años con nosotros y en la actualidad el 80% de la plantilla está ya consolidada" indica Ponce.

El restaurante ha armado en estos años una secuencia de hábitos y costumbres que ha contribuido también a definir su personalidad y reforzar los lazos con sus clientes. Los viernes se cocinan platos nuevos para renovar el paladar de los comensales, casi todos ellos fieles a los manteles del restaurante desde hace años. "Los viernes suele venir mucha gente por costumbre, y hace ya tiempo pensamos que sería bueno ofrecerles cada viernes algo nuevo. Cada vez que presentamos un plato nuevo yo veo las caras de los clientes, y ese es el mejor examen. Tenemos una fidelidad absoluta y podemos decir que conocemos los gustos de casi todos ellos", asequira Fran

¿Y el futuro? Lo que está por llegar se mezcla con la memoria, cada vez más fértil, de todos los clientes que ya no están. "Muchas veces, cuando llego a casa por la noche, me pongo a pensar en todos los que se fueron, porque son, por desgracia, muchísimos. Es consecuencia de la familiaridad y del cariño con el que tratamos a la gente. Somos embajadores de la felicidad", reivindica Ponce.



## COMERCIAL AGRARIA EL LLANO

Piensos para animales de granja y compañía • Fertilizantes • Semillas Planta de hortaliza • Flores y plantas • Suministros agrícolas Medicamentos veterinarios

C/ Río Cinca, 6 Nave A3 Pol. Llano de la Victoria • JACA • 629 73 41 56 • jparcas@comercialagrariaelllano.com

#### **Noticias Muy de Jaca**

## Jaquearte convierte a Jaca en un gran museo al aire libre



La Asociación de Empresas de la Jacetania, ACOMSEJA, y el Ateneo Jaqués, en colaboración con el Museo Diocesano, organizan hasta el 15 de junio la primera edición de JAQUEARTE, la muestra de arte contemporáneo en el Pirineo. Esta propuesta de festival de arte y escaparates de Jaca nace con el objetivo de dar visibilidad al comercio jaqués, fundamental en la economía de la comarca, y al trabajo de decenas de artistas plásticos profesionales que residen en nuestro territorio. 22 creadores exponen sus obras en otros tantos establecimientos pertenecientes a la Asociación y en el Museo Diocesano.

Comercio y arte como expresión de la identidad de la Jacetania. Este es el resumen de la filosofía con la que se inauguró Jaquearte el pasado 15 de mayo, una muestra de arte contemporáneo que, en palabras de Belén Luque, directora del Museo Diocesano, convierte a Jaca en "un gran museo al aire libre". Durante un mes 22 reconocidos artistas que residen en la zona

exponen sus obras en otros tantos establecimientos comerciales de Jaca asociados a ACOMSEJA. Además, una obra de cada autor estará expuesta en el Museo Diocesano de Jaca. Se han programado también visitas guiadas, conferencias y presentaciones de libros con temáticas relacionada con el arte, la historia del comercio en Jaca y los procesos creativos.

Marian Bandrés, presidenta de ACOMSEJA, reivindica la cultura como un dinamizador "de la economía del territorio, pues también debe entenderse como un factor de generación de riqueza". La presidenta de ACOMSEJA considera que "en la actualidad Jaca tiene una grave carencia de espacios culturales, y eso nos empobrece como sociedad y limita muchas posibilidades y oportunidades de desarrollo. La asociación entiende que la cultura también forma parte de nuestro patrimonio turístico y que al fomentarlo se refuerza nuestra visibilidad y proyección en el exterior".

### "Este verano tienes todo el tiempo del mundo", la campaña de verano de ACOMSEJA



"Ven a la Jacetania a descubrir cada rincón, disfrutar de cada momento, y saborear cada experiencia", es la idea principal de la campaña de promoción que, como en anteriores veranos, ACOMSEJA va a desarrollar durante los meses de julio y agosto a través de las redes sociales de Muy de Jaca. El contenido de esta campaña es una de las grandes sorpresas del verano, pero, como en otras ocasiones, se puede avanzar que contará con la participa-

ción de conocidos jacetanos que narrarán las excelencias del territorio y la importancia del consumo local.

La campaña de verano de ACOMSEJA comenzará el 1 de julio y se prolongará hasta finales de agosto. Como es habitual, se sortearán varios premios en metálico entre los clientes que realicen sus compras o consumiciones en establecimientos asociados; dos primeros premios de 500 euros y cinco de 200 euros, de tal modo que la fortuna pueda alcanzar a más clientes. Los ganadores podrán gastar sus respectivos premios en los establecimientos ACOMSEJA que prefieran.

El fin de semana del 17 y 18 de agosto se celebrará una nueva edición de la "Fiesta del Comercio en la Calle", una de las citas imprescindibles del verano jaqués. Se trata de una de las acciones que ACOMSEJA viene desarrollando con regularidad desde su fundación en 2006. Se espera que este año participen más de 30 comercios asociados. Los establecimientos que quieran participar tendrán que inscribirse previamente a través del formulario que les será remitido desde la gerencia de la Asociación.



#### Buenas migas en las fiestas de Santa Orosia

Las fiestas de Santa Orosia y San Pedro de Jaca volverán a contar con la implicación de la Asociación de Empresas de la Jacetania, que, como viene siendo habitual, organizará el Día de las Tradiciones el 27 de junio. Uno de los momentos más esperados será el taller de migas del Pirineo dirigido a los más pequeños, que tendrá lugar en la plaza de la Catedral. Esta es una de las actividades más populares de las fiestas jaquesas y permite observar la buena maña que muchos pequeños se dan con las migas, siempre guiados por varios de los mejores cocineros de la ciudad. Habrá juegos tradicionales, cuentos, danzas y leyendas del Pirineo.



Las fiestas patronales comenzarán el domingo 23 al mediodía. Ese día, el Ayuntamiento de Jaca y ACOMSEJA van a promover una campaña para que los jacetanos salgan a almorzar a los restaurantes de la ciudad antes del pregón festivo, que este año leerá Quique Grávalos. Se trata de generar un buen ambiente en la calle y en los establecimientos de Jaca, de tal modo que sirva como preámbulo al inicio de los festejos. ACOMSEJA quiere que todos los asociados sean parte activa, cada uno en la medida de sus posibilidades, de las fiestas de Jaca.







- **©** 627 801 884
- **©** 974 480 777

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







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

www.reformasmuthi.es www.construccionesmuthi.es







Eduardo Salanova, chef del restaurante Canfranc Express.

## "Empezamos a tener un nivel gastronómico muy grande en esta zona"

Eduardo Salanova (Canfranc, 1985) cuenta que creció de espaldas a la estación de ferrocarril. A principios de los 90 era ya tan solo un patio de recreo y un fantasmagórico edificio que apenas podía retener el relumbrón del pasado. La historia tenía la materia de las leyendas y aquellos cristales rotos la naturaleza de lo decadente. Con 17 años se fue a Zaragoza a estudiar Derecho, pero regresó 21 años después con una Estrella Michelin en el pecho y el encargo de convertir el recién abierto Royal Hideaway Hotel en una referencia gastronómica a nivel mundial. En el camino había dejado los libros de leyes y se había entregado a su verdadera vocación. Estudió en la Escuela de Hostelería de Huesca, pasó por reputadas cocinas como las de Echaurren o Aponiente y en 2018 creó junto a Ana Acín Espacio N en Esquedas. Tres años después logró su primera Estrella Michelín, a la que renunció para poner en marcha el proyecto de Canfranc, del que es director Gastronómico desde mediados de 2021. Inauguraron el restaurante Canfranc Express un 20 de junio y apenas cinco meses después ya tenía otra vez su Estrella Michelín en el pecho.

### ¿Cuál es la valoración que haces de estos dos años de actividad en Canfranc?

Mi valoración es muy positiva porque el simple hecho de poner en marcha un hotel así supone un reto inmenso porque hasta ahora yo no había estado tan vinculado al mundo de la hotelería; toda mi experiencia se había basado en restaurantes gastronómicos, restaurantes tradicionales aragoneses o en varios estrellas Michelin hasta que finalmente monté Espacio N con Ana Acín y conseguimos la primera Estrella en 2021. Embarcarme ahora en una apuesta tan emocionante como Canfranc me hace sentirme muy feliz y orgulloso; si hecho la vista atrás y veo todo lo que hemos logrado en tan poco tiempo solo puedo sentirme satisfecho. Ha sido un esfuerzo inmenso, eso sí, y ha supuesto una dedicación absoluta durante el año y medio que lleva abierto el hotel, pero estoy muy feliz. Pero sobre todo estoy feliz por los años que vienen, por el enorme recorrido y posibilidades que tiene el hotel.

¿Qué ha supuesto para ti conseguir tu segunda Estrella Michelin con el proyecto de Royal Hideaway Canfranc? Creo que no hay registros en España de un restaurante que, abriendo el 20 de junio, le dieran una Estrella en esa misma temporada. Michelin, que es una empresa privada, tiene su propio reglamento interno y le guita la Estrella al restaurante que permanece cerrado durante un tiempo. Fue, por lo tanto, una apuesta trasladar a Canfranc el concepto creativo que habíamos desarrollado en Espacio N desde 2018, sabiendo que su cierre temporal conllevaba directamente la pérdida de la Estrella que ya teníamos. La apuesta era conseguir una nueva Estrella aquí pero no nos habíamos marcado plazos. A nivel profesional supuso continuar con ese objetivo de recuperar la cocina tradicional aragonesa, que es la que estamos reivindicando desde hace tantos años, y a nivel personal ha supuesto una alegría inmensa porque es lograrlo en casa. Me alegro por mí pero, sobre todo, me alegro por Canfranc.

#### ¿Qué pesa más, la estrella que luces en el pecho o trabajar dentro de este edificio tan emblemático?

Pesan por igual. El hotel exige mucha responsabilidad, ya no solo venir a comer al vagón, sino que cualquier cliente que entra al hotel ya supone un nivel de exigencia máxima porque esperas que se vaya con una experiencia inolvidable, no solo en el vagón sino en el restaurante del hotel, en el desayuno, tomando un cocktail en la biblioteca... la responsabilidad es inmensa. Mi día a día me exige una dedicación absoluta con cualquier cliente que pisa el hotel.



¿Sentís que el cliente que llega al hotel lo hace con grandes expectativas por el hecho de albergarse en un edificio que casi está en el terreno de lo mitológico?

Desde luego. Tenemos clientes que están acostumbrados a hoteles de alta gama, sobre todo extranjeros, que ya tienen interiorizado ese nivel de exigencia absoluta. Aquí esa exigencia se ve aumentada por lo que han leído sobre el hotel y Canfranc en la prensa extranjera. Luego tenemos a clientes que han hecho un gran esfuerzo económico para venir aquí, para pasar simplemente una noche en Canfranc por lo que conocen de la estación. Muchos de ellos tienen padres o abuelos que trabaiaron aquí hace muchos años.

¿Crees que tu Estrella Michelin puede servir de estímulo para otros hosteleros del valle y que tu presencia en Canfranc sea un revulsivo para el sector gastronómico? Cuando tengo días de descanso me gusta ir a comer a casas de amigos o de compañeros de trabajo. Me siento feliz de muchos niveles con los que me encuentro, desde el albergue de Villanovilla, que los quiero con locura porque son encantadores y tienen un producto increíble, al Vidocq en Formigal o Toño Rodríguez en La Era

de los Nogales en Sabiñánigo, o a Tramacastilla con Sergio Lavedán... es que empezamos a tener un nivel muy grande en esta zona y creo que se puede generar un circuito gastronómico con gran atractivo y capacidad para atraer a nuevos visitantes que buscan la calidad gastronómica. Somos un hotel de 104 habitaciones y 240 plazas, que tiene unos clientes que una noche quieren cenar aquí pero que al día siguiente te preguntan que dónde pueden comer en Jaca, por ejemplo. Se está creando un cliente que viene para estar dos o tres días en el valle y que quiere conocer más cosas del entorno.

#### ¿Qué le dirías al joven que está ahora en una Escuela de Hostelería y que probablemente ha optado por esta profesión gracias a referentes como tú o Ramón Asó de El Callizo de Aínsa?

Les diría que es un muy buen momento del sector. La hostelería ha experimentado un cambio muy grande en los últimos años, ya no estamos ante esos horarios de antes de 14 y 15 horas diarias. Muchos de nosotros como empresarios intentamos dar mucho salario emocional a nuestros trabajadores porque al final somos una familia. Este es un trabajo muy emocional y trabajamos en equipo porque sin ese equipo es imposible que el trabajo salga. A un chaval le diría que si lo ve como una vocación, que pruebe y que disfrute y que sobre todo se forme porque es lo principal. Y es muy gratificante a nivel personal porque puedes trabajar con gente de diferentes culturas, aunque no puedo ocultar que es una profesión que exige mucho esfuerzo y dedicación. Pero las satisfacciones siempre son mayores.

#### ¿Te queda tiempo para pensar en otros proyectos?

Mi proyecto ahora mismo es Canfranc. Pensar a medio plazo qué pasará en Canfranc dentro de cuatro años; diseñar el concepto creativo de lo que va a ser nuestra propuesta gastronómica. A día de hoy se podría decir que estamos en el año 0, y que estamos empezando a construir las bases de lo que va a ser la cocina que desarrollaremos durante los próximos cuatro años. Hasta ahora hemos estado rascando la punta del iceberg de esa cocina tradicional aragonesa que venimos investigando desde 2018, cuando abrimos Espacio N, pero es ahora cuando la empezamos a unir con la historia de Canfranc, la cocina de montaña de los Arañones, empezamos a estudiar y a entender la cocina que nos lleva casi hasta Pau, la región de Aquitania, del Midi-Pyrénées... estamos inmersos en un profundo trabajo de investigación para desarrollar después todo el proceso creativo que nos llevará tres o cuatro años.



patriciadesiqueira.es

Belleza, Bienestar y salub Jaca 974 264 751 • 611 692 680 Pide cita por whatsapp

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