RiberaEmpresarial

Nº 85 - DICIEMBRE 2017 - Revista de la Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera

Hacia un futuro innovador

Calidad Pascual

Comprometidos con nuestra tierra

140 millones de litros al año producidos en Castilla y León.

125 ganaderías de nuestra comunidad.

225 hectáreas de cultivo de soja y 33 agricultores.

1.000 personas trabajando en nuestro Complejo de Aranda de Duero.

600 MM de litros embotellados al año.

Pascual · BEZOYA · Bi frutas · Vive soy · Mocay Caffè · THE GOODS

Sumario DICIEMBRE 2017

4 **ASEMAR** celebra el DÍA DE LA EMPRESA

7 **JEARCO** Pequeños Emprendedores arranca una nueva edición

9 **ACOA CCA** felicita la Navidad desde sus establecimientos

10 **ASEBOR** se adhiere a la campaña 'Marida mejor tu vida'

12 y 13 **ASEMAR** La Ribera se abre el mundo y exporta sus producciones

15 **AFOTUR** enseña a usar las redes sociales para promocionar empresas

18 **NOTICIAS DE EMPRESAS** Calzados Pedro cumple 120 años

22 **NOTICIAS DE EMPRESAS** Ribera del Duero cierra una vendimia corta en cantidad pero larga en calidad

RiberaEmpresarial

Edita:
Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera
Plaza San Esteban, 3
09400 Aranda de Duero
Tel. 947 51 40 45
riberaempresarial@asemar.es
www.asemar.es

Coordinación y Redacción:
Scribo Comunicación
info@scribo.es
Tel. 947 55 93 28

Diseño y Maquetación:
imart
Pza. Mayor, 12 - 2º B
09400 Aranda de Duero
Tel. 947 513 067
www.imart.es

Foto portada:
Paco Santamaría

Impresión:
Imprenta Gutiérrez Aranda S.L.
Depósito Legal: BU-416-2001

Publicidad:
ASEMAR
Tel. 947 514 045
asemar@asemar.es

Nota:
Esta revista es una publicación de distribución gratuita, las opiniones, notas y comentarios serán exclusiva responsabilidad de los firmantes o de las entidades que facilitaron los datos.
La reproducción de artículos, fotografías y dibujos, queda prohibida salvo autorización expresa por escrito.

Editorial

Celebrar que seguimos navegando

El pasado mes de octubre ASEMAR celebraba la tercera edición del Día de la Empresa. Reivindicamos nuestro día, nos lo merecemos, porque somos conscientes de que nuestro éxito no es gratuito. Detrás hay mucho esfuerzo y sufrimiento, aunque también mucha pasión. Hoy nada es seguro; la incertidumbre está en nuestras vidas y nuestro trabajo.

El primer Día de la Empresa lo dedicamos a la cooperación para avanzar en los negocios. La segunda edición, en 2016, se dedicó a la cuarta revolución industrial, a la industria 4.0 a la que tenemos que sumarnos, transformándonos digitalmente. Este año hemos abordado la globalización, porque el mercado hoy no es sólo Aranda y la Ribera, es el mundo.

Las alianzas, la cuarta revolución industrial y la globalización no son excluyentes, son complementarias y necesarias en la urgente necesidad de la transformación de las empresas hacia una nueva manera de hacer negocio, hacia el necesario cambio y hacia la necesidad de innovar y de diferenciarse para generar y defender valor.

Muchos mercados se han comprimido o han perdido valor. O nos ajustamos a la nueva realidad y nos reinventamos o tenemos que salir de nuestro mercado natural a explorar nuevos clientes fuera de nuestra zona de confort.

No estamos en una crisis económica y financiera pasajera, sino en un tsunami social y geopolítico con basculación del poder a otras partes del mundo con nuevos comportamientos sociales, nuevas maneras entender y hacer negocio que nos obliga a reinventarnos.

La internacionalización, algo que hace unos años lo veíamos solo para las multinacionales, hoy lo tenemos al alcance de nuestra mano, porque no sabemos dónde pueden estar nuestros nichos de mercado, porque nos tenemos que olvidar de que la competencia es el vecino para centrarnos en nuestro producto o servicio, diferenciarlo y ofrecerlo al mundo.

Así que hay que celebrar que seguimos navegando en "el mar de las tormentas", que estamos aquí, que nuestras empresas han resistido el duro golpe de varias crisis económicas, porque indudablemente, si seguimos aquí es porque hemos hecho las cosas bien y si hemos sobrevivido, nos hemos fortalecido.

Yolanda Bayo
Presidenta de ASEMAR

Las oportunidades de internacionalizar una empresa

Emilio Duró durante su intervención en el Día de la Empresa

Mesa redonda en el Dia de la Empresa con Roberto Rojo y representantes del ICEX, Camara de Comercio y de Economía, Industria y Competitividad

En un mundo tan globalizado como el actual la internacionalización de los productos ya no es sólo una posibilidad, sino casi una obligación, por los cambios que experimenta el mercado y por las oportunidades que se abren para una empresa.

Sin embargo, es conveniente no dar los pasos solos y conocer las ayudas que se dedican a este campo. Por ello ASEMAR y Fundación Caja de Burgos dedicaron este año el Día de la Empresa a la globalización.

Unos 200 empresarios acudieron a la mesa redonda que se organizó con la intención de hacerles tomar conciencia de las oportunidades que puede tener internacionalizar e informar de los programas que actualmente se gestionan a través de ICEX, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Burgos, Instituto de Competitividad Empresarial de Castilla y León (ICE) y CDTI, sus ventajas y su utilización como opción de crecimiento empresarial.

En ella participaron Ignacio Ruiz, director de Internacionalización de la Cámara de Comercio, Laura Velasco, jefa de sección del ICEX-Castilla y León, Emilio Iglesias, director de Acción Tecnológica Exterior del CDTI y Pablo Ruiz, responsable de la Unidad de Promoción Multilateral del ICE, así como Roberto Rojo, de Semirremolques Rojo, en representación de las empresas que mantienen una actividad exportadora regular en la Ribera del Duero.

Una carrera de fondo

Precisamente el empresario ribereño describió la internacionalización como una carrera de fondo más que de obstáculos y una inversión más dentro de las que se plantean en una empresa, “pero es reconfortante, porque da mucha estabilidad”, aseguró.

Los demás ponentes animaron a los presentes a buscar información sobre mercados y demanda de productos, líneas financieras, y no limitarse a exportar, sino a considerar la internacionalización como un plan de actuación, siendo proactivos.

Desde el ICEX se informó que sus actuaciones han estado y van a seguir en el futuro más orientadas a lograr que las empresas exporten regularmente que a incrementar la base exportadora. Su fuerte es la información que reciben a través de las 95 oficinas internacionales que tienen extendidas en distintos países. Ayudan a las empresas organizando su agenda y aportando listados de distribuidores o posibles socios.

El CDTI se presentó como un organismo que trabaja principalmente líneas de financiación para proyectos tecnológicos y que existen numerosas ayudas a la exportación en este sentido para todo tipo de empresas, sin importar su tamaño.

Pablo Ruiz explicó que desde el Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León se ofrecen subvenciones a pymes y autónomos para ayudarles con su internacionalización, que pueden llegar al 40 o 50% de la inversión y también trabajan con licitaciones internacionales o realizando estudios de viabilidad y asesoramiento, certificados, etc.

En cuanto a la Cámara de Comercio apoya con misiones comerciales, información y formación, estando muy volcados en el asesoramiento a las empresas para que aprendan a exportar.

La presidenta de ASEMAR, Yolanda Bayo, se dirigió a los empresarios asistentes para insistirles en estrategias de avances, como la mejora de la comunicación, la imagen, la tecnología, la formación, la comercialización con valor y la internacionalización. Sobre esta última destacó que ya no es un tema exclusivo de multinacionales, “porque no sabemos dónde pueden estar nuestros nichos de mercado, y no sólo son las empresas las que están cambiando, sino que las personas también”, por lo cual animó a los empresarios a centrase en su producto o servicio, “diferenciarlo y ofrecerlo al mundo”.

Programa DITEC: colaboración en formación para la digitalización de las empresas

ASEMAR colabora con Fundación Bankia en este proyecto de FP Dual

La presidenta de ASEMAR Yolanda Bayo, en la presentación del programa Ditec

ASEMAR colabora con Fundación Bankia por la Formación Dual y la Consejería de Educación de Castilla y León en el programa DITEC-Formación en Competencias Digitales y Emprendedoras, que tiene como finalidad implantar la modalidad de FP Dual en los ciclos formativos de Grado Superior en Informática y Comunicaciones.

El programa DITEC busca proporcionar a los estudiantes formación complementaria para el desarrollo de competencias digitales y emprendedoras, altamente demandadas por las empresas y colaborar con empresas que contemplen la digitalización como parte de su estrategia y modelo de negocio.

Por lo tanto, contribuye a:

- La creación de puestos formativos, para la modalidad de FP Dual, en empresas en procesos de transformación digital.
- La formación de estudiantes en el ámbito de la digitalización, reforzando su competencia profesional y su empleabilidad.
- El fomento de la transformación digital de las empresas participantes en el proyecto.

El proyecto está dirigido a estudiantes del Grado Superior de la familia de Informática y Comunicaciones (Desarrollo de ampliaciones multiplataforma, desarrollo de aplicaciones web y administración de sistemas informáticos en red), que recibirán una formación complementaria y una formación en dual en las empresas.

En Aranda de Duero se lleva a cabo con la participación del centro educativo CIFP Santa Catalina Aranda de Duero. Las personas que cursan esta formación complementaria DITEC-Bankia adquirirán unos conocimientos que no se contemplan en los currículos de los ciclos formativos, reforzando las competencias profesionales necesarias para el ejercicio del perfil profesional que demanda el sector empresarial para su digitalización. Así se mejora la empleabilidad de los estudiantes y las empresas pueden desarrollar sus planes de digitalización.

El programa incorpora una formación complementaria de 180 horas con contenidos en emprendimiento, gestión de proyectos, lenguaje digital, experiencia de usuario, marketing digital y programación. La formación se desarrolla en alternancia entre el centro educativo y la empresa durante el curso 2017/18.

Iniciativa mixta de empleo y formación

Las empresas que quieran acoger estudiantes en esta modalidad dual firmarán un acuerdo con el centro educativo. El estudiante recibirá una retribución en forma de beca cuyo importe mínimo es el 50% del salario mínimo interprofesional, en la actualidad 353,80 euros. La incorporación de los estudiantes a las empresas se haría efectiva a partir del mes de mayo de 2018 por un período de 1.200 horas.

La Asociación de empresarios considera indispensable potenciar la FP Dual como una iniciativa mixta de empleo y formación porque persigue la cualificación profesional de los jóvenes en un régimen de alternancia de actividad laboral en una empresa y actividad formativa en un centro educativo.

Las empresas que cuentan con FP Dual reconocen que les aporta beneficios a corto y medio plazo, haciendo un balance positivo de la relación coste-beneficio y asumiéndolo organizativamente como un factor estratégico para contar con personas con un alto valor profesional, responsables y productivos.

ASEMAR se ofrece a informar y gestionar las solicitudes de aquellas empresas que estén interesadas en colaborar en este programa.

Conociendo una industria 4.0 que ya es realidad

Facilitar a las empresas el conocimiento de las tecnologías de la industria 4.0 y los cambios que va a generar su implementación es uno de los objetivos de ASEMAR, que ha organizado este año varias actividades relacionadas con este tema, la última de ellas un taller dentro del Programa de Capacitación y Apoyo a la I+D+i Empresarial "Centro@Tec" de ICE en colaboración con los Centros Tecnológicos de Castilla y León.

La implantación de la robótica y otras tecnologías a nivel avanzado aún parece un tema de futuro, pero desde los centros tecnológicos y las asociaciones empresariales se intenta concienciar a las empresas de que es ya una realidad, que se está aplicando en muchas empresas y que por lo tanto es conveniente estar informados y preparados.

Expertos en el campo de las tecnologías habilitadoras y su implantación en empresas del sector industrial participaron en la Jornada "Industria 4.0, su aplicación en el presente y futuro de la empresa", organizada por el Instituto para la Competitividad Empresarial (ICE) en colaboración con ITCL Instituto Tecnológico de Castilla y León, que forma parte de la Red de Emprendimiento e Innovación de Castilla y León.

En la jornada se explicaron las virtudes de diferentes tecnologías presentes en la estrategia de industria 4.0, mostrando también ejemplos prácticos y casos reales de aplicación, de forma que las PYMES puedan conocer las posibles tecnologías que existen para liderar su transformación digital, tanto en el momento actual como en el futuro.

La industria 4.0 fue objeto de estudio en una jornada en ASEMAR

También se les expuso cómo interaccionan los seres humanos con los robots colaborativos o "cobots" dentro de las cadenas productivas; conocieron la fabricación aditiva como pieza angular de la fábrica de la era digital y las claves de la integración de sistemas en la industria 4.0: seguridad, eficiencia, ahorro y prevención.

La directora del Departamento de Formación de ITCL, Berta Alonso, explicó a los asistentes qué es la industria 4.0 y el director territorial de ICE en Burgos, José Antonio Martín Polanco presentó el plan existente en Castilla y León. Posteriormente, con la colaboración de empresas como Sinter Ibérica Packaging, Abadia Tecnológica o Sancotec, se mostraron ejemplos de robótica colaborativa, fabricación aditiva o integración de sistemas.

Comunicación con magia en la empresa

En estos tiempos la comunicación eficaz en la empresa es una necesidad y una habilidad que abre numerosas puertas y un amplio campo de oportunidades. Por ello "Dilo con magia" fue el lema este mes de diciembre del tradicional Encuentro de Empresarios que organiza ASEMAR con sus asociados.

Hay que comunicar bien, y si puede ser con un toque de magia, mejor. Por ello ASEMAR invitó al mago Pepo Capel para que enseñara a los empresarios impactantes trucos de comunicación con magia digital.

Desde hace ya unos años el encuentro navideño de empresarios trata de ser una oportunidad para reunirse en torno a un evento lúdico pero con cierto contenido y se hace coincidir con la asamblea general anual donde la asociación expone los proyectos llevados a cabo durante el año, así como las iniciativas para 2018.

La iniciativa privada permite la continuidad del Programa Pequeños Emprendedores

La incorporación de Desarrollos Industriales Prado Marina al elenco de patrocinadores del Programa Pequeños Emprendedores que promueve la Asociación de Jóvenes Empresarios de Aranda y la Comarca, JEARCO, permitirá la participación en esta interesante iniciativa de los centros educativos de la comarca de la Ribera del Duero, como ha ocurrido en las tres ediciones anteriores.

Este programa educativo se inició en 2014 en Aranda de Duero y la comarca con la misión de desarrollar entre los escolares de la zona el espíritu emprendedor, la confianza en uno mismo, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para aprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades, valorando el esfuerzo y superación de las dificultades y adquiriendo mayor conocimiento sobre el mundo de la empresa.

El año pasado se contó con la participación de 273 alumnos de 5º y 6º de Primaria y 3º y 4º de Educación Secundaria Obligatoria de centros de Aranda de Duero y también de Peñaranda, Roa de Duero, Castrillo de la Vega, Fuentespina o Gumiel de Izán. Precisamente la inclusión de los colegios de la comarca peligraba en el curso 2017/18 al no contar con la financiación de la ADRI Ribera del Duero Burgalesa ni de SODEBUR, que sí habían estado en las ediciones anteriores aportando 1.500 euros del coste total de este programa, que asciende a 8.000 euros.

Finalmente la incorporación de Desarrollos Industriales Prado Marina, junto con las aportaciones de Caja Viva-Caja Rural, Fundación Michelin, GSK y Ayuntamiento de Aranda de Duero permitirá que el programa Pequeños Emprendedores continúe con su labor de fomentar la iniciativa emprendedora desde edades tempranas.

Taller del Emprendedor: el apoyo de los que inician su negocio

Un total de 86 personas han asistido este año a los 5 módulos del Taller del Emprendedor que organiza JEARCO con el objetivo de facilitar a cualquier emprendedor o empresario de los conocimientos necesarios para iniciar o mantener su negocio con las máximas garantías de éxito. El total de inscritos en 2017 fue de 36, de los cuales un 67% eran mujeres.

En cuanto a la tipología de asistentes, un 8% eran empresas de nueva creación interesadas en recibir asesoramiento respecto al plan de empresa, necesidades de financiación o comunicación, un 39% estaban ya constituidas y querían poner en marcha nuevas líneas de negocios, afianzar conceptos o mejorar la gestión de la empresa, y el 53% restante ha correspondido a emprendedores que están dando los pasos necesarios para poner en marcha un negocio o proyecto viable.

Impartido por expertos en gestión empresarial, el Taller del Emprendedor ha renovado este año su temario con el objeto de adaptarse a las empresas que llevan varios años en funcionamiento y pretenden reciclarse y mejorar su gestión.

JEARWORKING EN BODEGAS DON CARLOS

El último encuentro de 2017 de los asociados de JEARCO para hacer networwing fue en Bodegas don Carlos, donde los asistentes pudieron conocer de mano de su promotor, Fernando Ortiz, las actividades principales del negocio, como su amplia oferta de catas en su bodega subterránea del siglo XV, las actividades de la vinoteca y también curiosidades sobre los vinos más demandados. Una actividad de técnicas de venta y una charla sobre las ventajas de permanecer asociados completaron la jornada.

El XVII Concurso Comarcal de Tapas, Pinchos y Banderillas se celebrará del 6 al 15 de abril

La Asociación de Hosteleros de Aranda y la Ribera, ASOHAR, ha convocado ya las bases del XVII Concurso Comarcal de Tapas, Pinchos y Banderillas, un evento gastronómico que cuenta con una gran aceptación tanto en el sector como en el público. En 2018 tendrá lugar del 6 al 15 de abril y los establecimientos que deseen participar tienen de plazo hasta el 25 de enero para realizar su inscripción.

La iniciativa surgió en el año 2002 ante la necesidad de ofrecer al sector hostelero y al público un evento gastronómico que ayudase a promocionar los productos de la zona en los establecimientos hosteleros.

Desde sus inicios los objetivos han sido principalmente la difusión de la cultura gastronómica, (reflejada en las tapas), al tiempo que se ofrecía un evento abierto a todos los establecimientos, pero involucrando también de manera directa al público, fuera local o visitante, con la posibilidad de valorar y votar las tapas presentadas al concurso.

En esta decimoséptima edición la única novedad es que el precio de las tapas será de 1,50 euros, igual que el precio de venta al público del vino promocionado.

Se mantiene el sistema de premios, con un jurado que votará la mejor tapa fría, la mejor tapa caliente y la más original, y otorgará también la Tapa de Oro a la más valorada, siendo un premio exclusivo y considerada por lo tanto como la mejor tapa del certamen.

El público decidirá con sus votaciones las mejores tapas frías, calientes, originales y también tendrá que otorgar un Premio Maridaje.

Además continuarán los siguientes premios: COLEAR Lechazo, a la tapa más votada por el jurado en esta categoría, Premio ASEBOR, a la mejor maridada con vino de la DO Ribera del Duero y Premio ACECALE, concedido por la Asociación de Celiacos de Castilla y León a la mejor tapa sin gluten.

Sodical
Instituto Financiero

C/ Jacinto Benavente, 2 · 3º · 47195 Arroyo de la Encomienda · Valladolid · Tel 983 343 811 · www.sodical.es · sodical@sodical.es

Campaña de Navidad colaborativa y solidaria

La Asociación de Comerciantes de Aranda Centro Comercial Abierto, ACOA CCA, ha contado este año con ASADEMA, un centro que acoge y ayuda a integrarse en la sociedad a personas con discapacidad en Aranda de Duero, para la imagen y decoración de los establecimientos asociados.

Los alumnos del centro se han encargado de elaborar los abetos que decoran los accesos a los distintos comercios. Realizados en madera reciclada y decorados con motivos navideños y mensajes fraternales, pretenden dar una imagen homogénea y uniforme del comercio local asociado. La iniciativa ha sido muy bien aceptada tanto por los establecimientos como por los viandantes.

Un año más las mascotas de ACOA, Acoín y Coralina, animarán las calles del centro comercial abierto repartiendo caramelos y abrazos y también se han diseñado sobres y bolsas para que los establecimientos entreguen a sus clientes, así como obsequios para premiar la fidelidad.

Otro acto tradicional de la asociación de comerciantes es el concurso de cuentos cortos de Navidad, que este año llega ya a su novena edición y está dirigido a los alumnos de los colegios de Aranda y la Ribera con edades comprendidas entre los 6 y los 12 años.

Por último, la junta directiva de ACOA ha realizado numerosas gestiones con el Ayuntamiento de Aranda para que las luces que decoran calles y plazas durante la Navidad estuvieran instaladas y funcionando en el "puente" de la Constitución, lo que así ha ocurrido, ya que el martes 5 por la tarde se produjo la inauguración de la iluminación navideña, así como la apertura de la pista de hielo en la Plaza Mayor.

Para la asociación era muy importante conseguirlo porque esos días festivos suelen ser tradicionalmente utilizados para las compras navideñas y los comercios de hecho ya ofrecen la imagen propia de estas fechas, con escaparates decorados e incluso ampliación de los horarios de apertura.

La Campaña de Navidad 2017 de ACOA persigue fomentar el consumo en la localidad, animando a realizar las compras navideñas en Aranda. "Queremos que todas las personas que realicen sus compras en Aranda de Duero se vean inmersas en un ambiente navideño lleno de optimismo, acompañado por la gran variedad, calidad y surtido de productos, así como por un trato y servicio cercano, amable y personal", señalan desde la asociación.

Un árbol de madera reciclada decora los establecimientos adheridos a ACOA

Un Black Friday cada vez más consolidado

Un total de 22 comercios de ACOA-CCA han decidido este año sumarse al Black Friday ofreciendo una serie de descuentos, ofertas y promociones el 24 de noviembre, siguiendo la tendencia que ya se ha instalado en todo el país.

En Aranda es el tercer año que la asociación promueve el Black Friday y cada vez son más los establecimientos comerciales que se deciden a participar, dada la gran atracción que tiene para el consumidor esta iniciativa importada desde Estados Unidos y originalmente limitada al ámbito de las grandes superficies y del comercio electrónico. No obstante, año tras año se va consolidando en el pequeño y mediano comercio arrancando la temporada de las compras navideñas.

ASEBOR participa en la campaña de promoción nacional del sector del vino

La Asociación de Bodegas Empresariales de la Ribera del Duero, ASEBOR, está participando activamente en la campaña de promoción del sector del vino a nivel nacional que se ha iniciado en noviembre bajo el lema "Marida mejor tu vida con vino". Se trata de la primera gran campaña a nivel nacional con publicaciones en medios offline y online. Las acciones continuarán a lo largo de 2018 y está prevista una inversión de 12 millones de euros hasta 2019.

Además de la campaña en medios, que espera alcanzar 77,6 millones de impactos entre noviembre y diciembre dirigidos al consumidor final, el pasado 14 de diciembre tuvo lugar un evento de presentación en Madrid al cual asistió la ministra de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel Tejerina. La ministra destacó los avances conseguidos en el sector vitivinícola español, destacando que hoy en día es "más competitivo, transparente y sostenible".

La campaña ha sido organizada por la Interprofesional del Vino en España para impulsar un consumo inteligente y moderado de este producto en la población de entre 25 y 45 años. Al acto de presentación han acudido representantes de todas las organizaciones del sector y miembros de la OIVE(ASAJA, COAG, UPA, Cooperativas agroalimentarias, FEV, AEVE), así como de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas.

Campaña Marida tu Vida

Por primera vez los representantes del sector del vino en España suman fuerzas para rejuvenecer la imagen de este producto agrícola entre los consumidores y despertar el gusto por la viticultura entre un público más joven. La intención es rendir homenaje a los momentos cotidianos del día, como el picoteo, el afterwork, unas tapas fuera de casa o cualquier ocasión y enriquecerlos con una copa de vino.

Varios vocales de ASEBOR forman parte del Comité de Marketing de la Interprofesional y por lo tanto han trabajado estrechamente para construir entre todos una campaña que contribuya a volver a poner de moda el vino en España, especialmente entre el público joven, así como normalizar y democratizar su consumo y acercarlo a los momentos cotidianos de los consumidores.

Todas las empresas asociadas a la FEV están llamadas a potenciar y amplificar los mensajes de la campaña a través de sus medios y canales propios.

Convenio de colaboración para la gestión de seguros agrarios

ASEBOR ha firmado un año más un convenio de colaboración para la gestión de seguros agrarios a través de la asociación con el objeto de que las bodegas asociadas obtengan importantes ventajas por tramitar el seguro de uva a través de este colectivo. Además ASEBOR ofrece el asesoramiento necesario para la contratación de estos seguros, así como apoyo en la tramitación y seguimiento de siniestros y cualquier otra incidencia que pueda surgir durante la vigencia de la póliza contratada.

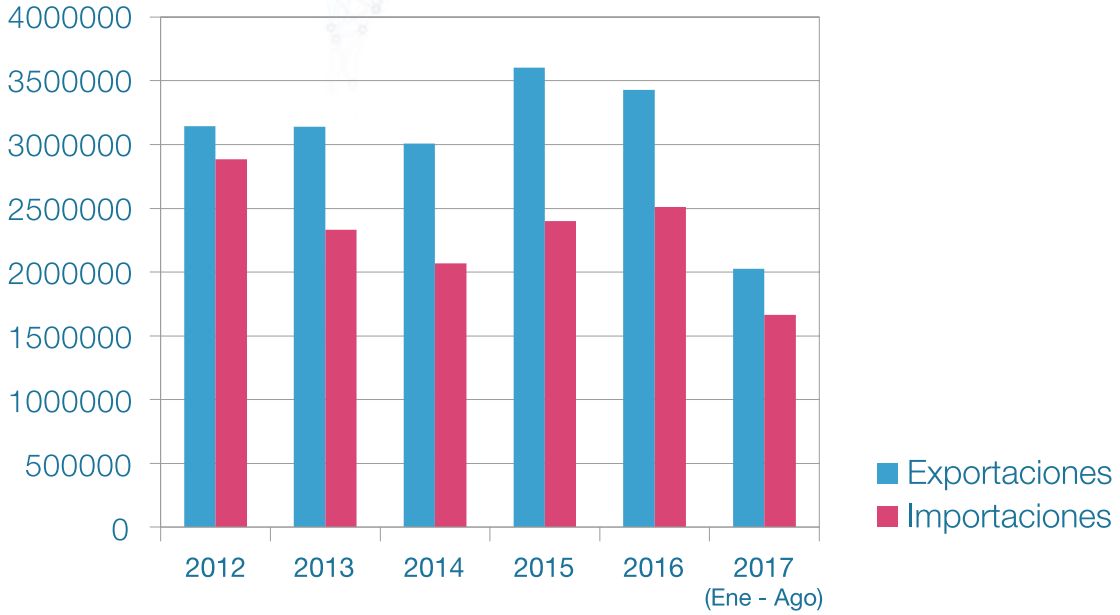
Entre las principales novedades del Plan 2017 está el mantenimiento de la bonificación del 5% para nuevos asegurados y para los que no han contratado el seguro en los últimos tres años. Igualmente se revisan al alza los precios de aseguramiento de determinadas denominaciones de origen (el Tempranillo en Ribera a 0,80 €/kg) y se actualiza la base de datos de rendimientos asegurables y niveles de riesgo individualizado.

El plazo de contratación finaliza el 20 de diciembre. Existe una subvención de la Junta de Castilla y León que cubre el 10% del coste del seguro.

Dependemos mucho del clima y de la tierra. Pero sobre todo, dependemos de nosotros mismos.
CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN
RIBERA DEL DUERO
www.riberadelduero.es
Riberadelduero
DORibera
El origen de una gran idea

Abiertos al mundo

Balance comercial de la provincia de Burgos (2012-2017)



Superar las fronteras del propio país. Buscar nuevos mercados más allá del ámbito más cercano. En una palabra, internacionalizar. La importancia de la exportación de la producción de una empresa ha quedado de manifiesto después de la última crisis económica sufrida.

Es por ello que la Asociación de Empresarios de Aranda y la Ribera (ASEMAR) optó por dedicar la última edición del Día de la Empresa precisamente a la internacionalización.

Bajo el título 'Hacia la globalización', la jornada permitió acercarse a los programas de internacionalización de España exportación e inversiones, la Cámara de Comercio e Industria de Burgos, el Instituto de Competitividad Empresarial de Castilla y León y el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad.

Y es que, como se encargó de destacar Yolanda Bayo, presidenta de ASEMAR, durante la introducción a la jornada, "no sabemos dónde puede estar nuestro nicho de mercado. El mercado es el mundo".

Pero, ¿cuál es realmente la capacidad exportadora de la Ribera del Duero? No es una pregunta sencilla de contestar puesto que a día de hoy no existen datos a nivel comarcal y cualquier referencia es de ámbito provincial. Sí que se puede, sin embargo, extrapolar algunos parámetros que permitan hacerse una idea de la capacidad exportadora de las empresas ribereñas.

Hay que destacar, en primer lugar, que en 2016, en la provincia de Burgos, se contabilizaban 1.226 empresas que realizaban operaciones fuera de las fronteras nacionales. De ellas, sin embargo, apenas 435 lo hacían de forma regular, es decir, han exportado durante, al menos cuatro años seguidos.

El valor de lo exportado durante el último ejercicio se acerca a los 3.500 millones de euros. De esta cantidad, el 98% fue operado por las 435 empresas que exportan de forma regular, dependiendo apenas un dos por ciento de aquellas firmas que lo hacen esporádicamente.

Estas cifras sitúan a Burgos como la segunda provincia castellanoleonesa con mayor capacidad exportadora, sólo por detrás de Valladolid. Los 3.430 millones de euros generados por la venta en el comercio exterior suponen algo más de un 21% del montante regional.

Además, destacó Ignacio Ruiz, representante de la Cámara de Comercio en la cita, es significativo que Burgos, a pesar de ocupar el puesto 36 nacional en cuanto a población, asciende hasta el lugar 22 en términos de comercio exterior.

La Ribera también exporta

¿Cómo puede traducirse esto a términos ribereños? Uno de los escasos datos que se conocen es que de los trámites exportadores que se llevan a cabo en la Cámara de Comercio e Industria de Burgos, el 30% son promovidos por empresas enclavadas en la Ribera del Duero.

Aunque probablemente sea muy aventurado, de esto podría deducirse que casi 370 empresas ribereñas han internacionalizado su producción en el último año y, de ellas, 130, lo han realizado de manera regular.

De la misma manera, también puede tenerse en cuenta que en 2016, 223 empresas exportaron vino. Y no hay más que tener en cuenta la importancia que este sector tiene en la zona sur de la provincia de Burgos para hacerse una idea de que entre ellas habrá numerosas ribereñas.

En cuanto a los principales productos exportados por las firmas enclavadas en la Ribera del Duero burgalesa, según los datos facilitados por ICEX España Exportación e Inversiones, entre los 10 principales sectores exportados se encuentras las producciones farmaquímicas, los equipos componentes y accesorios de automóviles y, por encima de todo, el colectivo que más productos mueve es el de la agroalimentación.

Destaca en la comarca la farmacéutica GSK, que en 2015 reconocía una capacidad elaboradora de 176 millones de unidades, destinadas en su totalidad a la exportación. De la misma manera, la factoría arandina de Michelin, con la posibilidad de producir 145.000 toneladas de las que apenas un diez por ciento se queda en el mercado nacional, mientras que del 90 por ciento restante, las dos terceras partes se quedan en Europa repartiéndose lo demás por el resto del mundo.

Calidad Pascual señala que, aunque la mayoría de sus ventas tienen lugar en territorio nacional, están trabajando para reforzar su posición internacional. Actualmente tiene tres mercados estables, Filipinas, Angola y Guinea Ecuatorial, que se llevan la mayoría del volumen de negocio internacional, pero también mantienen operaciones comerciales en 68 países. El volumen de negocio en el exterior de Calidad Pascual ascendió a 19 millones de euros en 2016.

En cuanto a las bodegas de la DO Ribera del Duero, exportaron 10,2 millones de litros de vino en 2016, lo que supone un 15% de la producción total de ese año, un incremento de 3 puntos con respecto a 2015. En 2017 sólo hay datos hasta agosto (5,3 millones de litros).

Apuesta por la exportación

La jornada 'Hacia la globalizacion', promovida por ASEMAR puso de manifiesta la apuesta de todas las instituciones económicas presentes por la internacionalización de las empresas ribereñas. "Las empresas que han aguantado la crisis, en buena parte ha sido porque tenían presencia en el exterior", señaló uno de los participantes en la mesa redonda.

Por eso, para ellos, se destacó como fundamental no acomodarse cuando se obtienen buenos resultados en el mercado nacional. Es entonces cuando hay que intentar internacionalizarse.

Para ello, se cuenta con diversos programas para facilitar la expansión de las empresas en mercados internacionales.

En este sentido, desde ICEX se destaca que para ponerlos en marcha es necesario responder a las siguientes cuestiones: cómo empezar a exportar; cómo impulsar las exportaciones; cómo implantarse en el exterior; cómo obtener financiación para los proyectos; cómo mejorar el conocimiento sobre mercados extranjeros. Para obtener respuestas remiten a la red de oficinas existente en toda España.

Aprender, formar y divulgar

La Asociación de Sumilleres de Aranda y la Ribera, ASAR, finaliza un año intenso de actividades, que comenzó con la organización del Concurso Regional de Sumilleres en el mes de marzo y ha finalizado este trimestre con nuevas catas, viajes y convenios que contribuyen a dinamizar al colectivo y a sus miembros.

De hecho, ASAR ha firmado un convenio de colaboración con la Escuela de Enología San Gabriel para desarrollar actividades de interés común orientadas a los alumnos y profesionales de la sumillería. El acuerdo pretende ser un punto de encuentro y conocimiento mutuo que también permita mejorar la difusión de las acciones que desarrollen ambas entidades y que sean de interés tanto para los sumilleres que ejercen su profesión en Aranda y la Ribera, como para los alumnos de la Escuela.

Una de las primeras acciones conjuntas fue la participación en la cata Ópera Prima de la Ribera del Duero que tuvo lugar en Peñafiel, donde se cataron los primeros vinos de la añada 2017 de distintas bodegas de la denominación de origen.

Este trimestre la asociación organizó también en su sede una cata de ron que resultó muy interesante por la variedad de procedencias, así como el tiempo de envejecimiento y participó en una jornada en el Fórum Evolución en Burgos con catas diversas (aceites y espumosos), formación sobre carnes y embutidos, degustaciones y un taller de coctelería.

El presidente de ASAR, a la izquierda, con el director de San Gabriel, a la derecha

Miembros de la asociación, en la Cata Opera Prima Ribera del Duero

Una jornada analiza el uso de las redes sociales para la promoción turística

El empleo de las redes sociales como un nuevo y eficaz medio de comunicación es cada vez más frecuente. Una realidad que no ha pasado desapercibida a los responsables de la Asociación para el Fomento del Turismo Ribereño (AFOTUR), que ha dedicado la octava edición de sus Jornadas de Turismo, precisamente, a los 'Pasos clave para trabajar en redes y turismo'.

La periodista Patricia Regidor, CEO de la agencia Pintan Copas Comunicación y Álvaro Cerrada, de Yalocatoyo SL han sido los encargados de explicar qué y cómo comunicar, cómo crear contenidos de éxito en redes sociales en el sector del turismo y, más concretamente, del enoturismo.

También han explicado algunas herramientas cuya utilización mejoran la efectividad en el uso de las redes sociales, como el análisis de las estadísticas de Facebook, la programación de mensajes en esta red o cómo promocionar un post para llegar a quien realmente se envían los mensajes.

Tras toda una mañana de trabajo en las aulas de Cultural Caja de Burgos, las conclusiones de la jornada fueron claras:

- Hay que tener en cuenta que las redes sociales, desde la más popular, Facebook, hasta otras menos frecuentadas, son el espejo de la empresa a la que corresponde el perfil. Es por ello fundamental interactuar y cuidar a sus seguidores.

- No todo vale. Hay que cuidar los contenidos. Empezando con la forma, la redacción, la ortografía… Las redes sociales son un medio de comunicación distendido, pero no informal. Hay que emplear un lenguaje sencillo pero profesional y poner cuidado también con las fotos y los vídeos, no compartir alegremente imágenes conseguidas de internet, porque pueden tener derechos. Mejor citar siempre la fuente. Se puede recurrir a recursos como fotos en 360º, infografías, vídeos de elaboración propia… Y ¡mucho cuidado con abusar de iconos, exclamaciones y #hastag!

- Hay que buscar el elemento diferenciador de la empresa, de la propuesta turística que promocionamos. Se pueden ofrecer datos históricos o de filosofía de la empresa, ayuda a humanizarla de cara a los destinatarios. También es necesario conocer a la competencia del titular del perfil. No hay que tener miedo a interactuar con ellas. De la misma manera, es interesante crear relación con los agentes con los que trabajamos.

- No centrarse solo en cuestiones relacionadas con la empresa o propuesta turística a difundir. Es mejor hablar también del entorno, la historia, la gente, los clientes.

- Hay que planificar, preguntarse cuáles son los objetivos de la empresa, saber a quién se va a dirigir. Hay que conocer la cifra de seguidores que maneja cada red social, ayudará a decidir cuál se ajusta más a las necesidades de la empresa. Es fundamental para ello también hacer uso de las herramientas de valoración que proporcionan las propias redes sociales y las estadísticas.

En definitiva, el uso de las redes sociales para la promoción de una empresa o evento turístico es fundamental. Aunque siempre deben primar dos características por encima de todo; ser honestos y ser profesionales.

Mica y Norteña reciben el Premio a la Innovación de FAE

Dos empresas arandinas, Cerveza Mica y Norteña de Aplicaciones y Obras SL han sido galardonadas con los Premios FAE Innovación 2017, que reconocen proyectos de I+D+i de pymes y micropymes de la provincia de Burgos.

En la séptima edición de esta convocatoria, destinada a promover la innovación en el tejido empresarial burgalés, concurrieron un total de 23 proyectos, de los que el jurado, formado por FAE, Fundación Caja de Burgos (patrocinadora de los premios), Instituto Tecnológico de Castilla y León y Universidad de Burgos, ha destacado cuatro.

Entre ellos se encontraba Norteña, empresa del sector de la construcción especializada en impermeabilizaciones para cubiertas, que ha sido seleccionada por un proyecto referido a la mejora de gestión interna y de información a clientes.

Pasión del Duero SL, más conocida como Cerveza Mica, se dedica a la fabricación de cerveza artesana y ha sido seleccionada por un proyecto de incorporación de materias primas locales de la Ribera del Duero a la bebida tradicional.

Ambas empresas pertenecen a JEARCO, Asociación de Jóvenes Emprendedores de Aranda y la Comarca.

Los dos premiados, con la directiva de JEARCO, la alcaldesa de Aranda y el diputaod Ángel Guerra

Empresas locales desarrollan iniciativas de I+D+i

El Colegio San Gabriel Ciudad de la Educación ha puesto en marcha un centro de I+D+i para facilitar a las empresas el desarrollo de iniciativas de investigación y desarrollo, ofreciendo herramientas "a la carta", para que el tamaño del negocio no sea un obstáculo. El centro cuenta ya con una importante cartera de clientes, entre ellos varias empresas locales.

La multinacional farmacéutica Glaxo SmithKline (GSK), está llevando a cabo proyectos tecnológicos inéditos en materia de investigación, desarrollo e innovación, según ha confirmado el director del colegio gabrielista, Enrique García. En concreto ha iniciado el desarrollo de un interesante proyecto de realidad aumentada y fábrica virtual, preparándose para los cambios que va a suponer la llegada de la industria 4.0.

También figuran entre los clientes del nuevo centro la multinacional francesa Michelin y Leche Pascual y en breve van a iniciar con otras dos empresas locales, Vidriera Arandina e IMESA, unos proyectos que el director del complejo educativo ha calificado como "muy interesantes".

Enrique García ha destacado que el centro no está orientado únicamente a las grandes empresas, pues pretende dar soporte de oficina técnica asimismo a las pequeñas y medianas, con la intención de ofrecer las mejores soluciones a los distintos proyectos, buscando una solución óptima a los distintos problemas que plantean las empresas y ofreciendo herramientas para cada una de sus necesidades.

También ofrece servicios de redacción de memorias técnicas, planos sobre maquinaria o pliegos técnicos, entre otros y asesoramiento. Otro aspecto novedoso es que los resultados de las líneas de investigación de las empresas más grandes van a ser compartidas con las más pequeñas.

La puesta en marcha del centro ha supuesto la creación de cuatro puestos de trabajo de alta cualificación, principalmente ingenieros, dos especializados en mecánica, uno en electrónica y otro en informática, aunque puntualmente se llevarán a cabo contrataciones temporales para ayudar a desarrollar los diferentes proyectos.

EMPRESA

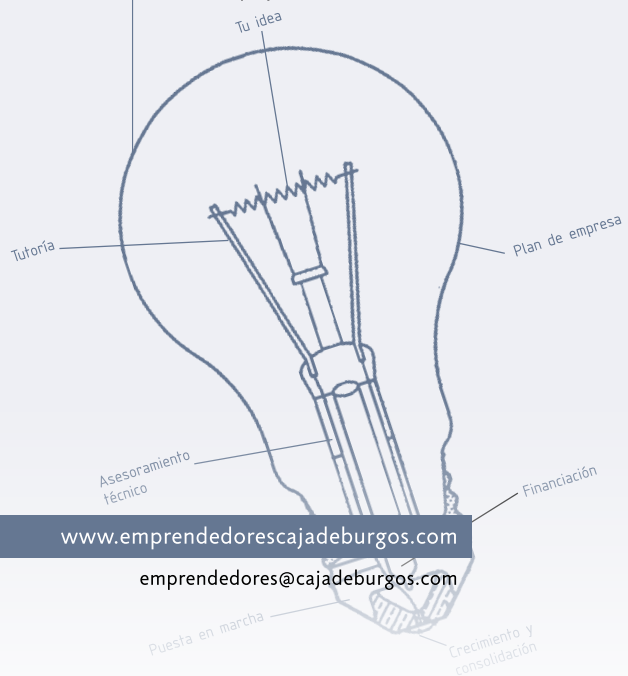
¿Tienes una idea innovadora?
¿Necesitas consolidar tu empresa?

EMPRENDEDORES
CAJADEBURGOS

¿Qué es? **Emprendedores** es un programa de la Fundación Caja de Burgos cuyo objetivo es la creación de empresas innovadoras y consolidación de las existentes a través de nuevos proyectos de crecimiento, en el ámbito de Burgos y provincia. **Emprendedores** brinda herramientas útiles, y un grupo de profesionales del mundo empresarial y expertos tecnólogos, desde la maduración de la idea o proyecto hasta su creación, consolidación y puesta en marcha. Además ofrece financiación a las mejores iniciativas.

Desde la puesta en marcha de **Emprendedores** hemos atendido más de **200 consultas**, ayudando en la **creación de 30 empresas** y en la **consolidación de otras 10.** **Tu proyecto puede ser el próximo.** INFÓRMATE

¿A quién va dirigido? A emprendedores con proyectos innovadores y a pymes de reciente creación con nuevos proyectos de crecimiento.



www.emprendedorescajadeburgos.com

emprendedores@cajadeburgos.com

¿Eres una pyme industrial?
¿Tienes potencial de crecimiento?

CRECER
CAJADEBURGOS

Impulso para empresas proactivas

¿Qué es? **CRECER** es un programa puesto en marcha por la Fundación Caja de Burgos que nace con el objetivo de apoyar a las pequeñas empresas de Burgos con potencial de crecimiento para que alcancen una mayor escala y lleguen a ser empresas de tamaño mediano.

¿Qué busca? La Fundación Caja de Burgos tiene como objetivo fortalecer el tejido empresarial de Burgos a la vez que incrementar el porcentaje de población activa en situación de empleo.

¿Qué ofrece?

- Asesoramiento en la definición, implantación y seguimiento de un Plan Estratégico.
- Acompañamiento y experiencia en la ejecución de los planes de acción a desarrollar.
- Cofinanciación de los planes de acción de las empresas participantes a través de una línea de préstamos participativos.

Queremos ayudar a que tu empresa alcance su máximo potencial INFÓRMATE

www.cajadeburgos.com/crecer

crecer@cajadeburgos.com

Información y contacto en:
C/ Vitoria, 4
Edificio Avenida, Of. 503
09004 Burgos
Tfno. 947 252 224

www.cajadeburgos.com

CAJADEBURGOS FUNDACIÓN

Calzados Pedro, 120 años a pie de calle

María del Mar Herrera, Isabel Escudero y Elías Díez se encuentran ahora al frente de la zapatería

Calzados Pedro y su plantilla en 1949

En los años 20 del siglo pasado, Calzados Berzosa lucía así

Una reforma permitió abrir la tienda a la calle a través de los escaparates

Cuatro generaciones de la familia Berzosa se han sucedido en la gestión de este céntrico comercio que abrió sus puertas en 1897

Si la experiencia es un grado, Calzados Pedro acumula al menos la misma graduación que los vinos de la Ribera del Duero. No en vano, atesora 120 años de trayectoria en los que este tradicional comercio arandino se ha convertido en mudo testigo de la historia de la capital ribereña desde el emplazamiento que ocupa desde su fundación, en el número 2 de la céntrica calle Ronda.

Fue Segundo Berzosa, el bisabuelo del actual responsable de la tienda, Elías Díez, el que decidió soltar amarras de su progenitor, zapatero remendón, y establecerse por su cuenta. Corría el año 1897, como atestiguan los documentos que conserva Elías. Era el nacimiento de un negocio cercano a convertirse en decano del comercio arandino.

"Es más antiguo Cesáreo Esteban. Y hay algún otro que más o menos tendrá la misma edad. Pero vamos, sí que es uno de los más antiguos de Aranda", asegura Elías Díez.

Eran épocas de calzado a medida. No fue hasta 1920 cuando los pares fabricados en serie empezaron a intercalarse con las elaboraciones realizadas bajo pedido. Y hasta los años 60, la confección artesana siguió encontrando un hueco en Calzados Pedro.

También en ese momento, la tienda se abrió al exterior y las paredes macizas cubiertas de pares de zapatos dejaron sitio a los amplios escaparates que hoy conserva.

Desde entonces, la evolución ha sido mucho más frenética, como la vida misma. Su abuelo, Pedro Berzosa, cedió el testigo a su hija, Gloria Berzosa. Hasta que el fallecimiento de esta en el año 2000 supuso que asumiera por completo la gestión su hijo, Elías.

Son numerosos los recuerdos que se guardan de este siglo largo de historia. Añosas fotografías en blanco y negro que permiten hacerse una idea de cómo era el establecimiento original, retratos de la plantilla que evidencian la organización interior de la tienda o las cartillas de racionamiento que regulaban en la posguerra el acceso a la piel y las suelas de los zapatos.

Hoy en día, todo pasa mucho más deprisa. Sin perder la esencia de comercio tradicional, las nuevas tecnologías se han incorporado como canales de venta y es posible acceder a sus productos a través de plataformas online como Modalia. "Estamos sopesando entrar también en Amazon o El Corte Inglés. Pero habrá que estudiarlo y será a partir de enero", señala el responsable de la zapatería.

Tantos años a pie de calle han dado lugar a innumerables anécdotas. Como la ocasión en que un camión se hundió justo al lado de la tienda, probablemente al ceder una bodega subterránea cercana, o cuando un coche se empotró contra su escaparate. O la vorágine de los sábados de mercadillo en la plaza Mayor, con insólitas consecuencias, como que una madre primeriza se olvidara a su bebé en la zapatería, extrañas peticiones, como unos zapatos blancos para poder amortajar íntegramente en ese color a un joven fallecido, o las ocasiones en que han querido devolver unos zapatos ya usados o de varias temporadas anteriores.

Historias que aún no se sabe si seguirá engordando una quinta generación de Berzosa. Lo que sí se tiene claro es que el comercio tradicional mantiene valores que no se encuentran en los nuevos sistemas comerciales, como la atención personalizada, el asesoramiento al cliente, el servicio postventa, el apoyo a causas sociales… "Y sobre todo, la vida que da a las ciudades", destaca Elías Díez.

El CEI de Milagros cuelga el cartel de completo

El Centro de Empresas e Innovación (CEI) Ribera del Duero, enclavado en el Polígono Alto de Milagros, colgó en octubre el cartel de completo. Un total de siete proyectos empresariales han ocupado sus tres naves, sus cuatro despachos y su sala de coworking.

Firmas de logística y transportes, centros de formación o especialistas en restauración y difusión de patrimonio comparten espacio con viticultores y bodegas elaboradoras adscritas a la DO Ribera del Duero.

Estas son las empresas que crecen al calor del CEI Ribera del Duero.

ALTOS DEL ENEBRO.

'Bodega boutique' con una producción limitada de botellas. El entorno que rodea a su viñedo, situado a cerca de 1.000 metros de altitud, y el suelo tan complejo son los factores clave para caracterizar sus vinos. La empresa está formada por un equipo joven pero con una amplia experiencia a sus espaldas.

BODEGAS Y VIÑEDOS ROBERIK.

Elabora su vino Abés a partir de uva proveniente de viñedos viejos situados en la zona de Quemada, Baños de Valdearados y La Horra.

DiO2.

Academia y centro de formación online-en vivo, especializado en el ámbito científico-técnico que aúna lo mejor de la enseñanza presencial y online. Gracias al desarrollo de su herramienta VIWOOS, el contacto cercano y directo entre alumno y profesor es una realidad. Imparte, entre otras materias, matemáticas, física, química, electrónica, programación, robótica o electricidad desde ESO hasta profesionales.

MARÍA BURGOS, VITICULTORA.

Con viñedos entre Santa Cruz de la Salceda y Castillejo de Robledo, desde el CEI maneja los diferentes programas de gestión de campo mientras espera crear su propia bodega.

CUADRANTE, VIRTUALIZACIÓN, RESTAURACIÓN Y DIFUSIÓN DE PATRIMONIO CONSTRUIDO.

Estudio de Arquitectura dedicado principalmente al conocimiento, intervención, mantenimiento y difusión de edificaciones históricas, con especial interés por las construcciones religiosas rurales. También se dedican a la divulgación de sus conocimientos mediante cursos sobre nuevas tecnologías aplicadas al patrimonio construido.

BODEGAS FRESVINO.

Joven bodega con viñedos propios ubicados en Pardilla ,Santa Cruz, Fuentelcésped y Fuentespina. Elabora vinos con metodología casi artesanal dando como resultado vinos con mucha estructura.

BFM-JEMAR LOGISTICS SL y BKW COPETRANSA S. COOP.

Empresas de transportes y logística enclavadas en el CEI de Milagros.

Además de las instalaciones individuales, el CEI dispone de una sala de formación que el Ayuntamiento pone a disposición de quien la necesite para realizar jornadas, talleres, charlas, actividades formativas. En 2017 ha acogido tres talleres organizados por SODEBUR en colaboración con la Universidad de Burgos.

Algunos de los responsables de las empresas enclavadas en CEI Ribera del Duero

El CEI también ha acogido las V Jornadas Provinciales de las TIC, organizadas por la Diputación Provincial, así como cursos destinados a agricultores y ganaderos.

Desde 2015 estas instalaciones son además la sede del despacho del Técnico de Gestión Empresarial y Emprendimiento de SODEBUR en la Ribera del Duero, dedicado a asesorar proyectos empresariales y de autoempleo.

El vidrio arquitectónico toma protagonismo

Una treintena de personas, entre ellos trabajadores del sector y profesionales de la construcción, como arquitectos y aparejadores participaron en la Jornada 'El vidrio arquitectónico', organizado por la Vidriera Arandina. El contenido de la cita fue eminentemente técnico, permitiendo acercarse a las nuevas prestaciones que ofrece el vidrio como elemento constructivo o las directrices que marca el Código Técnico de la Edificación para él. Una jornada que, según indicaron desde Vidriera Arandina, nace con voluntad de continuidad como forma de actualizar a los trabajadores de un sector en continua evolución.

Calidad Pascual, reconocida por su compromiso social

Entre otros programas, la empresa promueve hábitos de vida saludables entre los escolares arandinos

Entrega premio Reina Letizia a Tomás Pascual

El compromiso social de Calidad PASCUAL con los consumidores y con su entorno ha hecho merecedora a la alimentaria arandina de numerosos reconocimientos. Entre ellos destaca el Premio Reina Letizia 2016 de Promoción de la Inserción Laboral de Personas con Discapacidad.

Un galardón que la propia reina entregó al presidente de Calidad PASCUAL, Tomás Pascual, con el que se ha querido reconocer la labor continuada llevada a cabo para favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad en su plantilla y que se ha traducido en que, en la actualidad, más de un 2,7% de los trabajadores de PASCUAL presentan alguna diversidad funcional.

El reconocimiento a la Promoción de la actividad física y el deporte desde el sector privado, realizado por la Fundación España Activa, el Premio a la Mejor Política de Responsabilidad Social Corporativa en los V Premios Capital 2017, o el Premio a la Sostenibilidad y Medio Ambiente en los Premios Empresariales de Vocento son otros de los galardones que reconocen su labor.

Un compromiso que también se deja notar en Aranda de Duero. Calidad Pascual, a través del Instituto Tomás Pascual, y el Ayuntamiento de la villa fomentan entre los escolares arandinos la implantación de un estilo de vida saludable.

La iniciativa se enmarca dentro del programa 'Juntos por la salud infantil', que desde 2015 se desarrolla en Aranda con el objetivo de prevenir la obesidad en las edades más tempranas.

Uno de los frutos de este programa ha sido el primer Estudio de prevalencia de la obesidad y el sobrepeso infantil en Aranda de Duero. Tras analizar a más de 1.200 escolares de entre tres y 12 años, el estudio arroja que más de un tercio de este sector de población presenta obesidad o sobrepeso, una prevalencia que crece con la edad.

Esta realidad, ha explicado Rafael Casas, médico responsable del estudio, es especialmente preocupante ya que la obesidad infantil "tiende a ser persistente en la adolescencia y la vida adulta" y es origen de numerosas patologías, como diabetes tipo 2, problemas cardiovasculares y osteoarticulares, depresión o baja autoestima.

Una situación a la que se intenta poner coto con este programa, al que se espera que se incorporen nuevos colegios al mismo tiempo que se logra implicar a más actores sociales en la transmisión de estilos de vida saludables.

IMESA recibe a los miembros del Clúster de Bienes de Equipo

Asamblea del Cluster regional en IMESA

Las instalaciones de la empresa arandina IMESA se convirtieron en sede del Clúster de Bienes de Equipo en Castilla y León, una agrupación sectorial que aglutina a una treintena de firmas especializadas en la fabricación de máquinas y automatismos necesarios para la producción industrial. Además de para la reelección de Javier Hernando, representante de Antolín, como presidente del clúster, el encuentro sirvió para destacar la necesidad de posicionar al sector hacia el marco de la industria 4.0, diseñar estrategias para ayudar a las empresas de menor tamaño a acceder al mercado exterior o poner en marcha líneas de innovación y cooperación de las firmas del sector o divulgar iniciativas de I+D+i promovidas por sus socios.

GSK, premio LEAN a 'Mejor Agente de Cambio'

Equipo GSK_Lean Community

La multinacional farmacéutica GSK ha sido galardonada con el premio LEAN COMMUNITY 2017 como 'Mejor Agente de Cambio' por su modelo de cambio transformacional en el centro de producción de la compañía en Aranda de Duero. En el certamen, organizado por Renault-Nissan Consulting y en el que participaron más de 120 empresarios interesados en la cultura LEAN, se reconoció la labor de GSK Aranda como motor del cambio, que ha conseguido liderar e involucrar a la compañía con su ejemplo.

El proyecto First Line Leader, por el que GSK ha sido premiada, propone un modelo de trabajo estandarizado para las personas que lideran a los equipos de profesionales que producen mueven y analizan medicamentos. El objetivo es conseguir que inviertan la mayor parte de su tiempo en las líneas de producción, enfocados en la gestión de personas, verificación de procesos y resolución de problemas.

Los objetivos principales que se persiguen con esta iniciativa son reforzar la cultura de seguridad de GSK, detectando posibles incidencias e interviniendo en su resolución incluso antes de que sucedan; mantener el nivel de excelencia en la calidad y la gestión de personas; y mejorar la eficiencia de la planta, alineando a todas las partes involucradas.

GSK Production System

La trayectoria de la fábrica de Aranda reflejada en sus niveles de calidad, competitividad, servicio al cliente y sistemas de gestión, ha llevado a GSK a implantar en la planta un sistema estratégico de gestión de la producción llamado GPS (GSK Production System) con la ambición de conseguir Cero Accidentes, Cero Defectos y Cero Desperdicios. De esta forma, toda la organización está implicada en la consecución de los objetivos de Seguridad, Calidad, Servicio y Coste, utilizando ciclos de mejora continua

UN AUTOBÚS DE LA CIENCIA EN ARANDA

GSK ha organizado la única visita a nuestro país del Autobús de la Ciencia Ciudadana, una actividad lúdico-pedagógica para niños y adultos con el objetivo de acercar la ciencia de un modo sencillo y divertido para hacerla más atractiva e interesante. Por él pasaron más de 350 personas. Es un proyecto liderado por una red europea de universidades y organizaciones culturales, tecnológicas y científicas que quieren atraer a los ciudadanos hacia la ciencia y la innovación y mejorar la sostenibilidad medioambiental.

FORMANDO PERSONAS CON DISCAPACIDAD

GSK ha recibido el reconocimiento de la Asociación Síndrome de Down de Burgos por su compromiso con el empleo a través de la beca formativa para personas con discapacidad que se puso en marcha en 2012. Desde hace seis años GSK colabora con Fundación Adecco y la Universidad de Burgos y ello ha permitido la inserción laboral de tres personas con discapacidad en el entorno universitario.

Ribera del Duero acoge la asamblea de Consejos Reguladores

Abogan por aprovechar la baja cosecha para adecuar el precio del vinos

La Denominación de Origen Ribera del Duero ha ejercido como anfitriona de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), que eligió Peñafiel para celebrar su asamblea general de otoño.

Más de 60 representantes de casi cuarenta zonas de calidad vitivinícolas de todo el territorio nacional se dieron cita en el Museo del Vino con el objetivo de buscar fórmulas que contribuyan a la comercialización de los vinos con denominación de origen y cómo mejorar la protección normativa de las denominaciones de origen a nivel europeo e internacional.

El encuentro fue aprovechado también para solicitar a las administraciones públicas que se simplifiquen los trámites burocráticos que el sector tiene que cumplimentar hasta conseguir que su producto salga al mercado.

"Somos uno de los sectores más regulados. Esto provoca que con frecuencia se tenga que solventar un mismo trámite hasta tres o cuatro veces con la misma finalidad", desde el consejo regulador a las autoridades autonómicas, nacionales y de la Unión Europea", explicó David Palacios, presidente de la DOP Navarra y de la CECRV.

Durante el encuentro de responsables de consejos reguladores también hubo tiempo para hablar de las consecuencias de las cortas cosechas recogidas este año. En este sentido, Palacios consideró que esta coyuntura debería de aprovecharse para incrementar el precio de los vinos de calidad, ya que en la actualidad no se está pagando por ellos su valor real.

El presidente del CECRV aseguró que el precio, muy inferior al de otros países, no puede considerarse el principal problema de los vinos de calidad en España. Por ello, abogó por posicionarlo en un nicho de mercado adecuado, aunque siempre sopesando bien y no haciendo las cosas "al azar y sin ningún criterio".

55 millones de kilos de uva de gran calidad

Corta en cantidad pero larga en calidad. Con esta sentencia puede resumirse la cosecha de uva de la Denominación de Origen Ribera del Duero en 2017. Una campaña que se desarrolló inusualmente pronto, entre el 8 de septiembre y el 20 de octubre, y que supuso la entrada en bodega de 55 millones de kilos de uva, casi una tercera parte que en 2016 y la cosecha más baja registrada desde 2002.

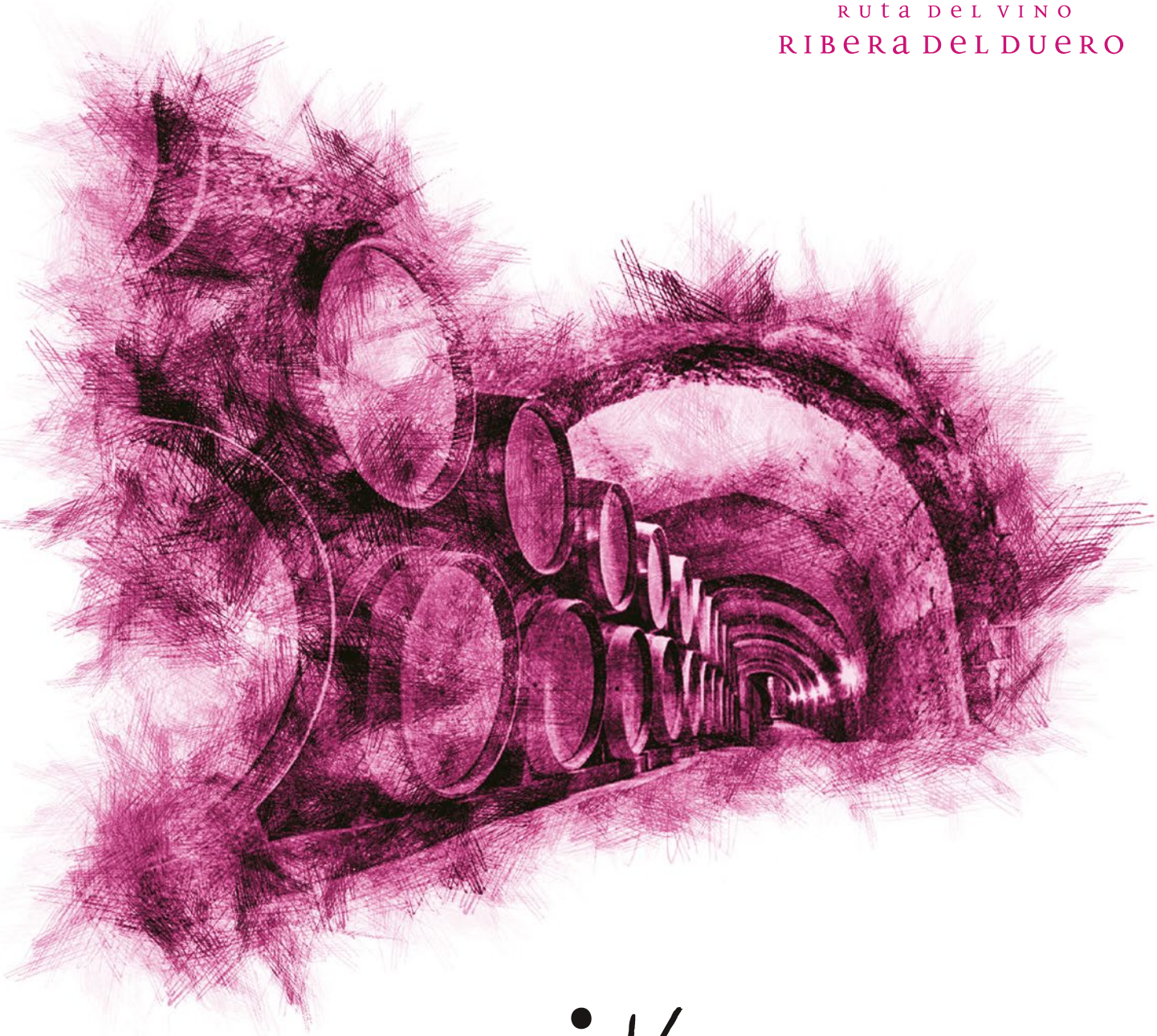
Como contrapartida, según han destacado los servicios técnicos del Consejo Regulador ribereño, se trata de una uva de excelente calidad, con una calidad inmaculada, que recuerda a la cosecha de 2005 y que permite augurar que dará lugar a grandes vinos de guarda.

Esta vendimia ha sido consecuencia de una campaña marcada por una climatología extrema, en la que destaca la helada registrada entre el 27 y el 28 de abril, cuando los termómetros estuvieron durante más de siete horas bajo cero. También ha sido significativa la sequía, ya que apenas ha caído unos 250 milímetros de lluvia, cuando en un año normal se rozan los 450.

En cualquier caso, la buena preparación y el excelente mantenimiento del viñedo ha sido determinante para garantizar una evolución favorable del ciclo de maduración de la uva.

En total, la campaña de recogida de la uva implicó a 8.224 viticultores y 315 bodegas, que han actuado en 22.530 hectáreas inscritas en la Denominación de Origen. Además, el Consejo Regulador ha habilitado a 195 veedores que han realizado el control de la uva tanto en el campo como en la entrada en la bodega.

RUTA DEL VINO
RIBERA DEL DUERO



RUTAS DEL VINO DE CASTILLA Y LEÓN

¡Ven y Ribérate!

CASTILLA Y LEÓN es vida

www.riberate.com

Junta de Castilla y León

Información exigida por la O.M. ECC/2316/2015: Cuenta Family

CaixaBank se encuentra adherido al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito previsto en el Real Decreto 16/2011, de 14 de octubre. El importe garantizado tiene como límite 100.000 € por depositante en cada entidad de crédito.

1 / 6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1 / 6 indicativo de menor riesgo y 6 / 6 de mayor riesgo.

Trae tu nómina y vive el mejor fútbol esta temporada… y la próxima

Family Fútbol

ADO

Patrocinador del Equipo Olímpico

Saca el máximo partido a tu nómina en CaixaBank: **hazte con dos temporadas de beIN CONNECT** y vive en familia el mejor fútbol nacional e internacional, en directo y a la carta, en formato HD y desde cualquier dispositivo. **Aprovecha todas las ventajas de formar parte de la gran familia del fútbol.**

1. Promoción válida hasta el 29-12-2017 o hasta agotar existencias (7.500 unidades). Para nuevas domiciliaciones de nómina con un importe mínimo de 600 €/mes, domiciliación de tres recibos y tres compras con tarjeta al trimestre, y con 12 meses de permanencia de estas condiciones y 36 meses adicionales como cliente. La promoción tiene la consideración de remuneración en especie, sujeta a ingreso a cuenta según la normativa fiscal vigente. Esta promoción consiste en una suscripción a la plataforma OTT beIN CONNECT hasta el 31-7-2019. En caso de incumplimiento, se cobrará una penalización de 240 €. No acumulable a otras promociones de domiciliación de nómina realizadas con posterioridad al 1-1-2016. No existe retribución en efectivo. 2. La cuenta tiene una tarifa de 0 €/mes, siempre que el diente tenga la nómina domiciliada en la entidad con un importe mínimo de 600 €, pague tres recibos al trimestre o realice tres pagos con tarjeta al trimestre y utilice exclusivamente los canales electrónicos para las siguientes operaciones: pago de recibos e impuestos, reintegros de efectivo, traspasos y transferencias, solicitud de talonario y consultas de posición, saldo o extracto. NRI: 2085-2017/09681