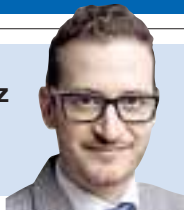


En el insólito encuentro que mantuvo don Quijote con su idealizada Dulcinea, descubrió que su amada desprendía «un olor a ajos crudos, que me encalabrino y atosigó el alma». Una frase con tanta carga semántica difícilmente puede ser olvidada. El habitual optimismo patrio suele sesgar la realidad, que casi nunca es como la soñamos y muchas veces tiene ese tufillo a ajo del que se mofaba don Miguel de Cervantes. Algo similar ocurre con nuestro nivel de deuda pública que, tras alcanzar los 1,095 billones de euros el pasado mes de marzo, pulverizó el umbral psicológico del 100% del

Más o menos

JORGE
Torres Quílez
ECONOMISTA
Y ESCRITOR



España huele a ajos crudos

Producto Interior Bruto (PIB) de España.

A pesar de que este nivel de pasivo se mantiene en cotas nunca vistas en un siglo, sustentado por el déficit público, las ramificaciones del seísmo inmobiliario, el rescate bancario y los diferentes mecanismos de financiación como el FLA (Fondo de Liquidez Autonómico) o el plan de pago a proveedores, el gasto en intereses se sitúa en mínimos históricos por el papel intervencionista del Banco Central Europeo (BCE), que hoy mantiene alejado el intenso hedor a ajo.

Las condiciones óptimas de mercado, auspiciadas por unas emisiones de deuda a corto con

¿Qué sucederá cuando el BCE normalice su política monetaria y vuelvan las alzas de tipos?

tipos negativos, frecuentes inyecciones de liquidez y la política expansiva del BCE, nos distancian de una temible realidad: debemos todo lo que producimos. Aun así, con este viento soplando a favor y una situación financiera bajo aparente control, el año pasado, el conjunto de la Administración Pública destinó 33.122 millones a pagar intereses de la deuda, un 3,1% del PIB. De cada 100 euros gastados, siete

se destinaron a abonar el coste del ingente endeudamiento. ¿Qué sucederá cuando el BCE normalice su política monetaria y se reanuden las alzas de tipos?

El sobrecoste financiero que habrá que afrontar, complicará el cumplimiento del objetivo de déficit público, estrangulando la sostenibilidad de las finanzas públicas y comprometerá el crecimiento con una previsible corrección, dejando a España en una situación de vulnerabilidad ante hipotéticos shocks económicos. Y será entonces, y solo entonces, cuando el aroma a ajo invada todas las arterias de la sociedad y «nos atosigue el alma». ≡

Empresas con crédito

PATROCINADO POR:



SERVICIO ESPECIAL

Campeones del termoadhesivo

La aragonesa Aneyron diseña y produce aplicaciones para personalizar prendas deportivas

J. HERAS PASTOR
jheras@aragon.elperiodico.com
ZARAGOZA

Detrás de los escudos y logotipos de patrocinadores que lucen las camisetas de equipos de fútbol de Primera y Segunda División como el Real Zaragoza, el Sevilla Fútbol Club, el Athletic Club o el Real Sporting de Gijón, está el trabajo e ingenio de una empresa aragonesa. Se trata de Aneyron Promociones, especializada en la fabricación de aplicaciones termoadhesivas para el sector textil que permiten la personalización de prendas deportivas, laborales y de moda.

Fundada hace 12 años, pero con más de 30 años de experiencia en el negocio textil, esta empresa familiar ha logrado situarse como un refe-

rente en el sector a nivel nacional, donde es proveedor de prestigiosas marcas y clubs de fútbol, y tiene cada vez mayor presencia internacional.

En sus inicios, no tenían relevancia los complementos ni las aplicaciones, que se reducían básicamente a serigrafía directa o bordados. Posteriormente, comenzaron a introducirse técnicas de aplicación por calor como el vinilo, el *plastisol* y el *flock*. La incorporación de productos específicos, especialmente la calidad *Bertex*, permitió a Aneyron introducirse en el segmento laboral y de moda. Actualmente, la compañía trabaja con más de 13 aplicacio-

nes termoadhesivas, pero dos de ellas (*Flock Satín* y *Satín 3D*) las fabrica y ofrece en exclusiva a nivel internacional gracias a las patentes logradas.

En los últimos cinco años, la firma zaragozana ha experimentado una positiva evolución de sus ventas, con un incremento anual del 14% de media de facturación. Para el 2016, el crecimiento previsto es un porcentaje similar. El 17% de la facturación procede del mercado internacional, donde es cada vez más conocida gracias en buena medida a su participación en ferias profesionales como ISPO en Múnich o Fespa.

Las equipaciones de clubes de Primera y Segunda División lucen logos fabricados por esta empresa

clubes de Primera y Segunda División, así como la tienda oficial del FC Barcelona. Su segundo mercado es el laboral, con un 35% de su producción, en el que trabaja con empresas como El Corte Inglés y organismos oficiales. Y en la moda, que representa el 4%, ha sido proveedor de cadenas como Mango, Desigual, Guess o Valentino.

«El hecho de fabricar de manera integral el producto nos permite establecer una comunicación ágil y directa con el cliente», afirma el director gerente y propietario de Aneyron Promociones, Víctor Pinilla. El equipo de diseño de la empresa desarrolla los modelos que el cliente tie-

Por segmento, el 68% de su cifra de negocio viene del mundo deportivo, donde cuentan con importantes contratos y licencias con



► El equipo humano que compone la plantilla de Aneyron, a las puertas de la fábrica situada en Cadrete.

Víctor Pinilla

UN EXPERTO DEL TEXTIL DEPORTIVO

Tras más de 20 años de vinculación con el sector textil deportivo, el empresario Víctor Pinilla puso en marcha hace 12 años la firma Aneyron, con la que se ha centrado en la personalización de prendas. Pinilla atesora un gran conocimiento de este sector de complementos textiles. No en vano, formó parte de una empresa familiar que se dedicaba a la producción de camisetas deportivas. Y fue uno de los impulsores y fundadores de la marca Bemiser.



► Algunas de las aplicaciones que fabrica Aneyron.

ne en mente, con un sistema de producción que se adapta a cualquier tipo de encargo. «La profesionalidad, la calidad y la atención directa al cliente son nuestras señas de identidad», destaca.

La clave de la innovación

La plantilla de Aneyron se compone de 23 empleados y varios agentes comerciales internacionales. Asimismo, también externaliza determinadas actividades del proceso de fabricación que subcontrata a tres empresas (*outsourcing*). Su centro de producción está en Cadrete, donde dispone de unas instalaciones de 1.700 metros cuadrados.

Todos los productos del catálogo de Aneyron están certificados y testados en laboratorios especializados. El pasado año, obtuvo el sello RSL a través de Bureau

Veritas, que le permite trabajar con Nike. Y recientemente se ha dotado de un departamento de marketing. Además de la inquietud por mejorar las calidades que fabrica desde su origen, Aneyron se plantea como objetivo principal el desarrollo de nuevos productos y proyectos, aunque no es algo fácil debido a la constante evolución de los tejidos. Recientemente, la compañía ha incorporado una nueva aplicación destinada a tejidos sensibles a la temperatura como el *softshell* o el polipropileno, entre otros. Se trata de *Bertex Baja Fusión*, que permite planchar a temperaturas entre 115 y 120 grados.

La empresa tiene previsto incorporar nueva maquinaria y tecnología a corto plazo, así como ampliar su plantilla. ≡