

## Nombramiento

## Cambios en el equipo directivo de Elefante Azul

ALBERT VALVERDE,  
NUEVO DIRECTOR DE  
CENTROS PROPIOS  
Y FRANQUIADAS

La cadena de centros de lavado de vehículos Elefante Azul, ha nombrado a Albert Valverde nuevo director de Centros Propios y Franquiados para España.

## La frase

«Hay que dar respuesta a la crisis que atraviesa la ganadería, con medidas excepcionales para inyectar liquidez en el sector»

## Rosa Aguilar

MINISTRA DE MEDIO  
AMBIENTE Y MEDIO-  
RURAL Y MARINO

## Nuevos negocios

## Würth inaugura un Autoservicio en Zaragoza

Würth España, la marca líder mundial en la distribución directa de artículos para profesionales, celebra esta semana en Zaragoza la inauguración de un establecimiento de autoservicio. El establecimiento se encuentra en el polígono industrial Alcalde Caballero. Würth se dedica a la distribución directa de herramientas y productos de la marca a profesional es en

cuadrados en sectores tales como talleres de automoción, vehículo industrial, metal, instaladores, mantenimiento, madera, agricultura y construcción. El establecimiento de Zaragoza es además la delegación de la compañía en Aragón. La tienda cuenta con unas 4.000 referencias de artículos del catálogo de Würth, dentro de una amplia y variada selección.



## Opinión

JULIO  
Sánchez ChólizDEPARTAMENTO DE  
ANÁLISIS ECONÓMICO DE  
LA UNIV. DE ZARAGOZA

## El regadío

Quién debe pagar los costes de la modernización del regadío? De acuerdo con la Ley de Aguas y la DM de la UE deben ser los regantes, porque ellos se benefician. Pero veamos la racionalidad de este criterio a la luz de los datos.

En el regadío modernizado de la CGRAA el coste de regar está alrededor de los de 850 euros por hectárea; tarifas, cánones y pagos a las comunidades de base no llegan al 15%, pero los costes anuales de la modernización superan el 40% y con la energía el 60%. Si los agricultores no quieren abandonar, tienen que hacer dobles cosechas y cultivos más exigentes en agua (alfalfa, maíz,...), incrementando las demandas de esta a pesar de la modernización. Sólo si los costes se repartieran, podría reducirse la demanda de agua y todos ganaríamos.

Por otra parte, si miramos al destino del agua, llegamos a la misma conclusión. De los 26.000

Lo racional es que los regantes paguen solo una parte de los costes de modernización

litros/día/habitante que tienen los productos de Huesca, su agua virtual, más de 18.000 litros es el agua de los productos exportados por Huesca, y todos nos beneficiamos de la exportación. Unos 2.000 litros son de productos finales de la industria agroalimentaria, unos 1.500 litros es el agua virtual de hoteles y restaurantes, y poco más de más de 1.000 litros es el agua de los productos agrarios, que van directamente a los consumidores. Si todos nos beneficiamos de estos productos, ¿por qué no repartir los costes?

En este contexto, tiene sentido y es racional que los regantes paguen sólo una parte de los costes de modernización, suficiente para que tengan incentivos a ahorrar agua, pero que no les obligue a abandonar la actividad o a consumir más. Y que otra parte la abonen, a través de tasas verdes, la industria agroalimentaria, la hostelería, las exportaciones o los consumidores. Esta política, sorprendentemente, hace que la inflación producida por los costes de la modernización sea menor, que la distorsión de precios sea más pequeña y que la cesta de productos básicos sea más barata. El reparto tiene, por tanto, claras ventajas económicas y sociales, reduce la presión medioambiental e incrementa la responsabilidad colectiva. ■

## REPORTAJE

## Aventura en el negocio

La empresa Xraids Emotion ayuda a los ejecutivos a desestresarse con excursiones en moto ≡ La mayoría de sus clientes son hombres, de mediana edad, con altos ingresos

ROSA MATAS  
eparagon@elperiodico.com  
LLEIDA

Aventura en moto. Juan Fernández Ollé ha hecho de sus grandes aficiones, las aventuras y las motos, un negocio. Como participó en varias ediciones del Dakar, algunas personas le pedían que les acompañara por el desierto. Con el tiempo, esa compañía acabó convirtiéndose en asistencia remunerada. «En un principio lo hacía sin ánimo de lucro, me lo planteaba como hacer una excursión gratis. Y al final invertí en ello con unos amigos y ahora es un negocio que no podemos parar». Esa es la historia de su empresa.

Vende hazañas a moteros. La mayoría de sus clientes son hombres, de mediana edad, con altos ingresos. Muchos son ejecutivos que quieren desestresarse corriendo en moto por el desierto en invierno o en los frescos bosques rumanos en verano. «Nuestro perfil de clientes es el de altos ejecutivos a los que les gusta la aventura y el motor, y que lo que buscan es, por el valor de su tiempo, que se lo organicen todo. Vienen, hacen y se van», resume este empresario.

Su empresa se llama Xraids emotion, tiene la sede en Les Borges Blanques (Lérida) y presume de ofrecer peripecias alternativas en los espacios abiertos de Marruecos y Rumanía, con rutas de aguas, montes y ríos en la zona de los Cárpatos que atraen a muchos clientes de Austria, Suiza y Holanda. A los españoles, les tira más una carrera clásica como el Dakar.

## «Son como niños»

Fernández recoge a sus clientes en Marraquech, adonde se encarga de llevarles su moto particular o de proporcionarles una



►► De afición a negocio ► Juan Fernández, fundador de Xraids Emotion.

## ► CAMBIO DE PERFIL

La crisis reduce el número de clientes que compran odiseas en el desierto

de la empresa. Un camión hace las veces de campamento de toda la expedición, el mismo con el que la empresa ofrece asistencia a pilotos profesionales, como José Manuel Pellicer.

La mayoría de los clientes de la firma ahora son empresarios que en estas aventuras, cuenta Fernández, «son como niños». «Al principio están tranquilos, pero luego se sueltan y en Rumanía les encanta meterse en el barro».

También alguna empresa solicita viajes como un incentivo a sus directivos, pero ponen límites a la proeza, van en 4x4. «Con la moto hay riesgos de caídas. Puedes hacer alguna excursión en moto pero no toda la ruta, las empresas lo que no quieren es que sus directivos tengan caídas, bajas».

Con 10 años en el negocio, Xraids Emotion ha instalado un taller en Rumanía, en Rasnov, entre Brasov y Brant, el castillo que inspiró Drácula a Bram Stoker. En los años de bonanza la horquilla de clientes era mayor, no había grupos de menos de 10 personas. Pero la crisis ha reducido los grupos y ahora la edad se ha desplazado a personas de entre 35 y 55 con altos cargos.

Con tranquilidad y unos 250 clientes anuales, Xraids Emotion tiene ahora la mirada puesta en los países latinoamericanos como Argentina, Chile y Perú con colaboradores locales y propuestas de moto, bicicleta o coche. Fernández explica que algunos clientes son muy atrevidos a la hora de sugerir rutas. ■