

Si una persona adquiriese superpoderes ¿los utilizaría de forma altruista? ¿Sería solidario o comerciaría con ellos? ¿Qué haríamos si tuviéramos la cualidad de anticipar el peligro gracias a un sentido arácnido o escalar edificios sin artilugios, solo con manos y pies, debido a nuestra fuerza y agilidad extraordinaria? ¿O una inteligencia prodigiosa?

Peter Parker y Ezekiel Sims reúnen todas estas cualidades. Poder prever la existencia de cualquier riesgo empresarial, con la consecuente posibilidad de neutralizarlo, no tendría precio. Las empresas de seguridad o

Más o menos

JUAN ROYO
ECONOMISTA



Poder y responsabilidad

los clubs deportivos de élite se nos disputarían. No habría campaña de marketing que se nos resistiera.

Ezekiel Sims (el personaje ficticio de apoyo en el comic *The Amazing Spider-Man*, creado en el 2001 por **J. Michael Straczynski** y **John Romita Jr.**) se lucró (lícitamente) con estos poderes y creó un imperio financiero.

Peter Parker, en cambio, se transformó en Spiderman para utilizar sus poderes en beneficio del conjunto de la sociedad. Con total altruismo y discreción. Por eso lleva una máscara. No quiere elogios. Su conciencia es su única recompensa. De hecho, son crónicos los problemas económi-

Los villanos actuales se aprovechan de tarjetas negras mientras estafan con activos de alto riesgo

cos de nuestro *friendly neighborhood* que padece tanto él como su adorable tía May.

En *Negocios familiares* (la novela gráfica escrita el año pasado por **3**, Mark Waid, James Robinson, Gabriele Dell'Oto y **Werther Dell'Edra**), la compañía eléctrica le llega a cortar la luz de su apartamento por impago. Pero ni en esas circunstancias se ve tentado a usar sus poderes en beneficio propio.

Un gran poder conlleva una gran responsabilidad. **Stan Lee**, cocreador del universo Spiderman, dictó sentencia en el legendario número 15 de la revista *Amazing Fantasy* de 1962, en la primera aparición del *trepamuros* en un cómic. Justo lo contrario que otros malvados personajes de triste actualidad.

Estos villanos se aprovechan de tarjetas negras y opacas con las que pagaban vicios ahora revelados, mientras se apropiaban de casas de incautos y estafaban con activos financieros de alto riesgo a personas sin cultura financiera. Wilson Fisk, enemigo de Spiderman, estaría orgulloso de ellos. ≡

Empresas con crédito

PATROCINADO POR:



SERVICIO ESPECIAL

Los reyes del caucho

La recuperación del automóvil, el sector exterior y la tecnología impulsan a Miju

R. B. L.
rbarcelo@aragon.elperiodico.com
ZARAGOZA

Juntas de radiador, manguitos, piezas aislantes para carrocerías y chasis, membranas y juntas de motor. Todo ello se elabora con caucho, un material relativamente desconocido pero muy presente en la vida cotidiana. Desde la perspectiva empresarial, Aragón aglutina unas 25 compañías ligadas a la transformación del caucho, una actividad que da empleo a unas 500 personas en la comunidad (21.000 en toda España) y que factura casi 40 millones de euros. Y, en este pequeño universo, Miju se ha convertido, tras más de 55 años de experiencia en el sector, en su máximo exponente industrial en Aragón.

La firma industrial, ubicada en el polígono Malpica de Zaragoza, está especializada en la fabricación de piezas de caucho, caucho metal y caucho tejido y termoplástico, para lo que utiliza como sistemas de producción la compresión, la inyección, la transferencia y la extrusión. Para ello, se nutre de materias primas que adquiere a multinacionales de Alemania, Japón, Francia, Brasil o Estados Unidos, aunque también intenta contratar con los proveedores locales principalmente.

Pero el verdadero nicho de negocio de la compañía es la fabricación de componentes pa-

ra la industria del automóvil (el 80% del total). Miju, que tiene unas 30 personas en plantilla, prevé crear empleo durante este 2015 «esperanzador», gracias a su fuerte proyección internacional y después de superar «momentos difíciles y muchas adversidades» durante la crisis económica, apunta el gerente de la compañía, Arístides Maurel, que recalca que la capacidad de adaptación en todas las áreas se ha convertido, a raíz de la crisis, en «parte de nuestra filosofía de empresa».

Pero los malos tiempos quedaron atrás y «la crisis que afectaba al sector del automóvil se ha su-

perado», asegura el directivo, que augura «nuevos proyectos y un repunte de las ventas». Así, el crecimiento de Miju podría rondar el 10%

este año frente a unas expectativas del 3% en el conjunto del sector.

La apuesta de la empresa por la internacionalización ha sido decisiva para hacer posible un cambio de ciclo, ya que la compañía (100% de capital aragonés) exporta sus productos desde hace 40 años a mercados de los cinco continentes. Aunque su actividad principal en el exterior está focalizada en Europa (Alemania, Austria, Reino Unido, Dinamarca, Polonia, Suiza, Italia, Portugal y Holanda entre otros países) ha conseguido abrir mercados en África (Marruecos, Túnez, Argel y Sudáfrica), América (Brasil, Argentina, Venezuela, Estados

La compañía, que tiene una plantilla de 30 personas, prevé realizar nuevas contrataciones



► La planta de Miju está ubicada en el polígono de Malpica, en Zaragoza.

Diversificación en el exterior

EXPERIENCIA Y FUTURO

La empresa, que nació en 1960 y cuyo capital es 100% aragonés, prevé este año crecer alrededor del 10% frente al 3% del sector gracias a su diversificación en mercados de los cinco continentes. La compañía ya cuenta con una planta productiva en India, que se suma a la que la firma ya tenía en Alemania.

Unidos y México) y en Asia (India, Japón y Turquía). De hecho, la compañía aragonesa ya cuenta con una planta productiva en India, que se suma a la que la firma ya tenía en Alemania.

Apuesta tecnológica

La otra baza que quiere explotar Miju es la apuesta por las nuevas tecnologías, a través de la visión artificial, los montajes automatizados y los sistemas de detección, que «nos están permitiendo el acceso a nuevos proyectos de gran valor añadido», señala Maurel. En este sentido, Miju ha sido elegido proveedor único para la fabricación de tubos de caucho para la filial española de una importante multinacional europea. Además, la compañía tiene previsto realizar avances con nuevos materiales espumados y con el uso de nanopartículas.

«Creemos que la mejora tecnológica y la innovación son las bases para asegurar un creci-

miento continuado y estable», indica el responsable de la empresa que subraya la colaboración que la compañía mantiene con la Fundación AiTIIP, el Instituto Tecnológico de Aragón (ITA), el Consorcio Nacional del Caucho, el cluster de la Automoción de Aragón (CAAR) y la Federación de Empresas Químicas y de Plásticos (Feqpa).

Pero la competencia es cada vez mayor en un sector tan globalizado como el de la automoción. De hecho, una de las ventajas que quiere exprimir esta firma aragonesa es la de aportar al cliente la flexibilidad que no pueden ofrecer las grandes empresas multinacionales.

Otro de sus potenciales es su prudencia financiera gracias a su «buena capitalización y a una planificación seria y ágil», apunta Maurel, que cree importante «adecuar los objetivos y necesidades con una financiación equilibrada». ≡