

LA VANGUARDIA

## Contenidos

Congresos & Convenciones (págs. 3-10)

Hoteles (págs. 11-12)

Promoción Económica (págs. 13-15)

Incentivos & Eventos (págs. 16-19)

**pymes**  
PUBLICACIONES  
Y MEDIOS ESPECIALIZADOS

Suplemento  
especial nº 17

Mayo de 2009

o  
o  
o  
o  
o

# Negocio

**PUBLI  
PRESS  
MEDIA**

Diagonal 477, 1º, 08036 - Barcelona  
Tel. 93 344 90 00 - Fax. 93 344 31 95

**pymes**  
PUBLICACIONES  
Y MEDIOS ESPECIALIZADOS

Balme, 32 3º 2º, 08007 - Barcelona  
Tel. 93 285 47 19 - info@publicacionesymedios.net

Director: Lluís Jané | Director Comunicación: Pere Bausells | Director Financiero: Josep M. Martí  
Jefe Contenidos: Xavier F. Vidal | Maquetación: Víctor Miguel, Isabel Camps  
Redacción: Raquel de Diego, Jordi Mora, Eva del Amo, Julio Moreno, Mª José González Santos  
Comunicación: Óscar Urbielando, Armina Dengra, Francesc Garcia, Marisol Alcaine  
www.publicacionesymedios.net

Pymes no comparte necesariamente las opiniones que puedan expresarse en artículos y entrevistas. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, grabada o transmitida por cualquier procedimiento sin previa autorización por escrito de Pymes

## EL SECTOR DE LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, ANTE LA CRISIS

### ASCENSIÓN DURÁN

PRESIDENTA DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE EMPRESAS ORGANIZADORAS PROFESIONALES DE CONGRESOS (OPC SPAIN)



**En una crisis** tan globalizada, nuestras empresas no tienen patente de corso. Lo que observamos es que la duración de los eventos tiende a la reducción y que los presupuestos son un poco más austeros. Se eliminan las partidas menos necesarias y se recortan aquellas que son más prescindibles. Se siguen celebrando congresos, convenciones y eventos, pero quizás, con una reducción de participantes y días, con almuerzos más discretos, y con menos abundancia en obsequios y en la parte estética de los mismos.

Ahora bien, hay algún "gurú" que asegura, incluso, que el número de eventos aumentará al tener que aumentar las empresas su esfuerzo de comunicación y

promoción para conseguir sus objetivos. Nosotros somos también optimistas y consideramos que, si bien no va a producirse un aumento significativo del mercado de reuniones, tampoco descenderá en exceso.

Para tratar de minimizar esta situación, se necesita aplicar la imaginación y la creatividad a la hora de ofrecer a los clientes soluciones a la medida de sus necesidades; calidad en el trabajo, dando el máximo de nuestro esfuerzo con profesionalidad y rigor, tal como acreditan nuestros certificados y trayectoria; y aprovechar el máximo partido de todas las nuevas tecnologías que tengamos a nuestro alcance.

Respecto a la calidad y la profesionalización del trabajo me gustaría puntualizar que esta es la mejor forma de aislar el intrusismo que, por desgracia, se sigue dando en nuestra profesión.

En este sentido, debe haber una mayor concienciación de todos los agentes que participan en un evento (clientes, proveedores, instituciones, colaboradores...), tanto de la imagen que debe proyectar una ciudad como de la riqueza que los congresos generan ella, para que todos asumamos la parte que nos toca y realicemos un trabajo impecable. Si ahora, en tiempos de debilidad económica, se contrata a empresas no profesionales para ahorrar costes, estamos contribuyendo a agravar el problema, ya que suele generar malas experiencias que nos hacen cuestionar el volver a organizar un evento. La falta de profesionalidad nos perjudica a todos. |

### EDITORIAL

#### Ya no existe la menor duda

de que la combinación "ocio-negocio" en el seno de una empresa puede ser altamente beneficiosa para el desarrollo de muchas actividades que necesitan un plus añadido de motivación. Las antiguas fórmulas de motivación en una compañía (si es que las había) quedaron obsoletas en el momento en que el binomio, a priori antagónico, servía para aumentar la competitividad de una empresa a partir de las cualidades de su factor humano. Pero tampoco es tan extraño: toda actividad realizada por placer o por voluntad propia, o que sencillamente rompa con lo que pudiera ser la rutina diaria, será mucho más productiva que una que no tenga esos elementos. El éxito y el número de actividades que aúnan ocio y negocio en una empresa va en aumento, empezando por el outdoor training y los viajes de incentivos y continuando por los eventos y los gimnasios corporativos. Y entre ellos, múltiples fórmulas para que el trabajador adquiera nuevas habilidades, se sienta más realizado y por tanto actúe más motivado. Ni el más ingenuo pensará que el fin de ello es exclusivamente la felicidad de los trabajadores; esto es una herramienta más para un buen desarrollo del negocio que logra personas más comprometidas con la empresa. No hay nada reprobable en ello, al contrario.

Una de las actividades más extendidas en las que la combinación de ocio y negocio es más patente se encuentra en las reuniones empresariales, como los congresos y convenciones. La realidad española de este sector, que incluye un alto grado de especialización y profesionalización en sus empresas organizadoras, unas buenas infraestructuras y una envidiable oferta cultural y de ocio, hace de nuestro país uno de los más importantes en cuanto a recepción de este tipo de turismo. Un turismo, y esto se ha repetido hasta la saciedad, de calidad, que debe potenciarse más para huir de las fórmulas convencionales del "sol y playa", con perspectivas de agotamiento.

A pesar de la crisis —o quizás a causa de ella— las empresas deben seguir organizando congresos, convenciones y eventos. Porque servirán para que los equipos estén motivados —ahora es cuando más lo deben estar— y servirán para promocionar sus productos, en un momento en que el consumo está cayendo. Estas afirmaciones no son simples deseos, sino una realidad: Mientras otras actividades están sufriendo caídas de hasta el 50%, en el sector de la organización de reuniones, y a pesar de que no hay datos concretos, los especialistas estiman el descenso en sólo un 2 o 3%. Sin duda esta noticia es altamente positiva, como lo es que el sector sigue apostando (más aún si cabe) por una oferta cada vez mejor, más variada y más completa, tal y como mostramos en este suplemento especial. |



### THE CORPORATE GYM

**1 CONCEBIR**  
SU CLUB A MEDIDA

**2 EQUIPAR**  
EL GIMNASIO SEGÚN SUS NECESIDADES

**3 ANIMAR**  
EL CLUB CON LOS MEJORES PROFESIONALES

**4 GESTIONAR**  
EL DESARROLLO Y EL ÉXITO DEL GIMNASIO

GESTIÓN INTEGRAL DE  
**GIMNASIOS PARA EMPRESAS**

Tel: 93 452 19 19  
www.thecorporategym.com

## Bienestar es salir ganando

**Ticket Restaurant®**

**Ticket Guardería®**

**Ticket Informática® Direct**

**Ticket Compliments®**

**Accentiv'®**

**Ticket a la Carta®**

**BEST WORKPLACES ESPAÑA 2008**

902 256 652  
www.accorservices.es

**ACCOR Services**

LÍDERES EN SOLUCIONES DE BIENESTAR

**ENTREVISTA CON TOMÀS GIL, PRESIDENTE DE LA ASSOCIACIÓ CATALANA D'EMPRESES ORGANITZADORES PROFESSIONALS DE CONGRESSOS I REUNIONS (OPC CATALUNYA)**

## “El turismo de negocios es un gran amplificador de las excelencias de un país”

En la última década la organización de congresos, convenciones, incentivos y reuniones ha tenido un notable crecimiento económico, casi exponencial; la capital catalana se ha posicionado entre los tres primeros destinos europeos más visitados a este fin. Sin embargo, el momento económico actual y el intrusismo en la profesión han hecho estragos en los OPC, organismos acreditados en la organización integral de los eventos. Con el presidente de la OPC Catalunya nos entrevistamos.

**EL SECTOR** turístico está sufriendo también la crisis, pero Ud. asegura que ello supone una oportunidad para las empresas que organizan eventos. ¿En qué sentido?

Catalunya y concretamente la ciudad de Barcelona han figurado entre los tres destinos europeos más importantes como lugar de eventos. De esta manera, han aparecido multitud de empresas —fundamentalmente procedentes del sector de la comunicación y la publicidad— que se han incorporado entusiasmadas a este mercado. La realidad es que al no ser empresas especializadas en este sector turístico, al contar con poca o casi ninguna infraestructura y solvencia financiera y, sobre todo, por no tener vocación y formación adecuadas, han hecho un daño importante a

nuestro mercado, desatendiendo eventos de cuyos negativos resultados se ha resentido la imagen de ciudad y todos los agentes del sector.

En la actual crisis económica, estas empresas no pueden hacer frente ni por estructura ni por capacidad financiera a la organización de eventos de referencia, por lo que sólo algunas pocas podrán liderar este mercado con total solvencia, entre ellas, los OPCs de nuestra asociación.

¿Cómo lo aprovecha la OPC?

Las empresas asociadas a OPC Catalunya están en un buen momento, pese a la crisis. Por una parte, las empresas y sociedades médicas necesitan asegurar los resultados de sus eventos. No pueden correr el riesgo de que un evento se cancele por mala gestión o por insol-



**“El congresista o asistente a una feria es el turista por el que todo destino suspira”**

vencia del organizador. De esta manera, la garantía de las empresas asociadas es una oportunidad para recuperar multitud de clientes y eventos que habían caído en las manos de las agencias de comunicación e imagen.

Por otra parte, los OPCs tienen el conocimiento, la capacidad financiera y la infraestructura necesaria para conseguir una gestión eficiente (más calidad y mejores resultados con menos coste) de los eventos contratados. Los OPCs cuidamos nuestro negocio y continuamente invertimos en I+D+i y formación. Hoy en día contar con pla-

taformas online de gestión de inscripciones, red de colaboradores y/u oficinas nacionales o internacionales, etc. es una necesidad para el buen fin del evento.

Siendo Catalunya el segundo destino del turismo internacional, ¿puede el país estar tranquilo a pesar de los problemas en las estructuras que lo han nutrido hasta la fecha?

En el mercado uno nunca puede estar tranquilo. Barcelona ha perdido varios eventos importantes y cada vez cuesta más ganar candidaturas internacionales. Creo que en los últimos años hemos vivido un poco de rentas. Es necesario reinventarse continuamente y dar valor a las nuevas infraestructuras como el AVE o la nueva Terminal del aeropuerto de Barcelona. Pienso que el éxito del negocio de congresos y reuniones en Catalunya y Barcelona fue debido a un gran acuerdo entre todas las partes interesadas del sector (OPCs, agencias, instituciones feriales, hoteles, Administraciones Públicas, etc.). Debido a que algunos de los diferentes agentes del mercado han querido hacer la guerra por su cuenta, el mercado catalán de eventos y la oferta de Barcelona como destino ha empezado a debilitarse. El tema de los precios de los hoteles ha sido noticia constante en los medios de comunicación en los últimos años.

El turismo de negocios supone una riqueza económica para el país, ¿pero qué otros aspectos mejora?

Ya es conocido por todos que el turismo de negocios aporta más ingresos por persona que el Turismo de sol y playa o que el vacacional en general. No me extenderé. Sin embargo, quizás es menos conocido o comentado que el turismo de negocios o de reuniones, por sus particularidades, es un gran amplificador de las excelencias de un país en cuanto a que el congresista tipo es de un poder adquisitivo y cultura medio-altos; por lo que es el mejor medio de difusión de la oferta turística del destino. El congresista o asistente a una feria es el turista por el que todo destino suspira: tiene capacidad de gasto, curiosidad por la cultura y la gastronomía y, en general, prescribe continuamente y repite el lugar de visita... siempre y cuando quede satisfecho.

¿Cuáles son los efectos tanto para el propio sector como para los clientes el intrusismo que sufren los organizadores de eventos?

Como he comentado, los efectos son devastadores. Los grandes OPCs son los que compiten en colaboración con los conventions bureaus en las candidaturas de los grandes eventos internacionales. Pero también necesitan el día a día para mantener la estructura y poder tener una continuidad. En este sentido, las empresas intrusas (pequeñas y medianas compañías cuyo core-business no es la organización de eventos sino la comunicación, el marketing o la imagen), regalando los servicios de secretaría, se han hecho con un nicho de mercado. A la larga, esto ha perjudicado a los OPCs que necesitan estos eventos para la continuidad del negocio. Asimismo, la falta de servicio, de calidad y de vocación de estas empresas intrusas han perjudicado a un sector empresarial que estaba en crecimiento y, precisamente, en un momento de máxima competencia internacional y crisis económica. Es muy importante tener recursos, formación, conocimiento e interés por pertenecer y trabajar en un segmento del mercado como el del turismo de negocios y ninguna de estas empresas tienen estas características. No hay OPC de nuestra asociación que haya sido llamado a última hora para poder reflotar o salvar algún evento organizado por una empresa de este tipo en los últimos cinco años. La desgracia es que no siempre podemos. |

**ENTREVISTA CON JOSÉ SALINAS, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PALACIOS DE CONGRESOS**



## “Las reuniones empresariales son importantes siempre”

El calendario congresual previsto para 2009 para los recintos asociados a la APCE puede mantenerse prácticamente en su totalidad

El turismo de reuniones es un mercado planificado a medio y largo plazo, lo que le permite que sea menos sensible a momentos difíciles como el que se vive actualmente. Es por ello que José Salinas, máximo responsable de la Asociación Española de Palacios de Congresos, augura para 2009 un descenso de la facturación total, pero no del número de reuniones a celebrar.

**LA PARTICIPACIÓN** congresual en 2008 superó la cifra del año anterior. ¿Qué perspectivas esperan de cara a 2009? ¿En qué grado afectará la crisis?

El calendario congresual previsto para 2009 para los recintos asociados a la APCE puede mantenerse prácticamente en su totalidad en lo que a congresos se refiere. La coyuntura económica tiene mayor incidencia en los eventos de carácter corporativo y jornadas de menor envergadura que habitualmente se promovían gracias a patrocinios.

En todo caso, más que en una drástica disminución del número de congresos o eventos corporativos, lo que se está observando es una reducción en su duración o en los servicios complementarios, que son necesarios, o un menor número de asistentes inscritos.

Algunos especialistas opinan que en momentos de crisis en cuando más necesarios son los congresos, tanto de cara al exterior (como promoción) como internamente (con convenciones, como motivación para los empleados). ¿Cuál es su opinión al respecto?

Las reuniones, tanto los congresos como las convenciones, son importantes siempre. En ellas se presentan las investigaciones o los últimos avances de cada disciplina, se tratan temas de actualidad o se reúne a los clientes, proveedores o empleados de una compañía para mostrar su estrategia de futuro. Pueden variar los contenidos de las reuniones, pero no la importancia de celebrarlas.

¿Cuál es la importancia de Catalunya en el tejido congresual español? Catalunya cuenta con cinco recintos miembros de la Asociación, tres de ellos en la ciudad de Barcelona, otro en Tarragona y otro más en Girona, el cual se ha incorporado a APCE en el pasado ejercicio.

Los recintos de la capital son los que más aportación hacen por ser una ciudad muy bien conectada internacionalmente, una gran infraestructura hotelera y por tener una capacidad para celebrar eventos numerosos. Gracias a ello suele situarse en los primeros puestos de las estadísticas internacionales por el número de reuniones celebradas. Por tanto su importancia es fundamental para el turismo de reuniones nacional, pero también lo es Madrid, Valencia, Sevilla o Bilbao. |

### CIFRAS

Según el último análisis realizado por la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) sobre el número de eventos y asistentes acogidos durante el último año en los 37 centros a los que representa, se han registrado un total de más de 6.100 actos a los que han acudido más de 4.400.000 asistentes, lo cual representa un impacto económico de casi 1.800 millones de euros para nuestro país. Estas cifras suponen aproximadamente el 40% de las reuniones que se celebran en España.

# Salou, una buena opción para el ocio y el negocio

*El municipio, más allá de sus playas, es un lugar preparado para el turismo de incentivos*

Salou lidera la oferta para la organización de congresos y la realización de todo tipo de actividades culturales y promocionales, con un centro de reuniones de trabajos de primer orden en un entorno sorprendentemente favorable y relajante a pocos minutos de la playa.



**El hecho** de que Salou disponga de un equipamiento como es el Palacio de Convenciones y Congresos supone la culminación de un reto histórico y un paso adelante en la dotación de espacios preparados para acoger y celebrar grandes eventos sociales, culturales y profesionales. El Palacio de Congresos conforma, junto con los espacios funcionales y complementarios que integra, un equipamiento polivalente de primer orden en un entorno que acoge la mayor infraestructura turística y oferta de ocio de la Costa Daurada. En este aspecto se consolida, pues, una combinación perfecta para posicionar Salou como destino para el turismo de convenciones e incentivos, que busca lugares bien comunicados, de fácil acceso y que se adapte a sus necesidades.

## Oferta complementaria

Salou presenta la posibilidad de disfrutar de diferentes actividades náuticas tuteladas a través de la Estación Náutica, una central de reservas de entretenimiento y alojamiento que ofrece una gran diversidad de actividades complementarias, perfectamente coordinadas y hechas a medida del cliente: windsurf, vela, catamarán, piragüismo, esquí náutico, esquí bus, parasailing, motonáutica, submarinismo, cruceros. Además, en el municipio hay distribuidas diferentes zonas verdes, adaptadas para practicar deportes como fútbol, patines, básquet o petanca, entre otros. Salou se abre al mercado con una nueva oferta compuesta por tres campos de golf que se encuentran dentro del Resort PortAventura, un complejo que reúne

## EL PALACIO DE CONGRESOS

El Palacio de Congresos es la pieza principal del complejo con una capacidad para 600 congresistas. Dispone, además, de dos pequeños auditorios y de dos salas con capacidad de adaptación según las necesidades. El complejo presenta una zona para la preparación de catering y diversas áreas que se pueden habilitar como salas de exposiciones. Todo el palacio está rodeado de jardines, árboles y zona de parking.

<b>SALA PRINCIPAL AUDITORIO</b>	540 m <sup>2</sup>	580 pers.	Acceso discapacitados (en sala y escenario). Acceso rodado (en escenario). Pantalla incluida de 6 m. x 4,5 m.
<b>VESTÍBULO SALA</b>	271 m <sup>2</sup>	150 pers.	Acceso discapacitados Zona de exposición Zona de "catering"
<b>VESTÍBULO CONEXIÓN</b>	510 m <sup>2</sup>	200 pers.	Acceso discapacitados Zona de exposición Zona de "catering"
<b>SALA AUDICIÓN XAVIER TURULL (ESCUELA DE MÚSICA)</b>	138 m <sup>2</sup>	150 pers.	Auditorio. Acceso discapacitados (en sala) Consta de un piano de media cola en el escenario
<b>SALA COSTA DAURADA (CENTRO CÍVICO)</b>	91 m <sup>2</sup>	90 pers.	Auditorio Acceso discapacitados (en sala) Pantalla incluida de 1,80 m. x 1,80 m.
<b>SALA EUROPA (1)</b>	362 m <sup>2</sup>	350 pers.	Acceso discapacitados Sala diáfana multifuncional
<b>SALA MEDITERRÀNIA (2)</b>	124 m <sup>2</sup>	140 pers.	Acceso discapacitados Sala diáfana multifuncional Pantalla incluida de 1,80 m. x 1,80 m.

el Parque temático PortAventura, Caribe Aquatic Park donde disfrutar de las atracciones de agua más excitantes, y cuatro hoteles temáticos. PortAventura dispone de una oferta de diversión sin límites durante 24h al día y para toda la familia. De esta manera, el municipio se posiciona como uno de los espacios más lujosos a nivel deportivo, complementándose con la ciudad para disfrutar del tiempo de ocio todo el año. **I**

*Ultramar Express Event Management y el Patronato de Turismo de Salou promocionarán la ciudad como destino de turismo profesional*

[www.isalou.info](http://www.isalou.info)

# Terrassa se posiciona en el mapa del turismo de reuniones

*La ciudad ofrece un amplio catálogo de servicios, equipamientos comerciales y actividades para congresos, jornadas y ferias*

Terrassa es actualmente la cuarta ciudad de Catalunya, con casi 210.000 habitantes, y por ello puede ofrecer a los visitantes un rico patrimonio cultural y artístico, legado de su historia. Situada al pie del Parc Natural Sant Llorenç del Munt y l'Obac, a 20 minutos de Barcelona, cuenta con una red excelente de comunicaciones que facilitan el acceso desde cualquier punto de Europa. Todos estos recursos, junto con la existencia de espacios e infraestructuras para la celebración de congresos y seminarios, así como la amplia oferta de actividades "after the meeting", la colocan como un destino de negocios e intercambios profesionales.

**Terrassa acoge** a lo largo de todo el año numerosos encuentros de personas, entidades, asociaciones o colectivos: jornadas, foros, congresos, eventos deportivos, culturales, etc. En todas estas actividades participa o colabora activamente el Ayuntamiento de Terrassa, a través de su programa de Turismo de Reuniones, que ofrece a los organizadores un servicio de consultas gratuito para orientarles a encontrar el mejor espacio o servicio para su evento. Así, El Servei de Turisme edita y pone a disposición del público material promocional de la ciudad en distintos idiomas; rutas turísticas, mapas,

así como objetos promocionales de calidad y diseño, inspirados en el paisaje o los edificios emblemáticos como regalo de empresa, objetos de coleccionismo, basados en la tradicional artesanía vinculada a los elementos de la ciudad como carta de presentación a los visitantes.

## Lugares emblemáticos

El rico patrimonio de la ciudad permite realizar un viaje por la historia catalana, comenzando por el conjunto monumental de las Iglesias de Sant Pere/Museu de Terrassa, donde gozar de un recorrido artístico y arquitectónico por el arte



prerrománico, románico y gótico. En la misma zona, el Parc de Vallparadis atraviesa la ciudad de norte a sur, y recientemente ha sido escenario de descubrimientos paleontológicos. La visita a la Terrassa medieval se puede completar con la Torre del Palau/Museu de Terrassa, uno de los pocos elementos que quedan del antiguo Castell Palau, fechado a partir del siglo XII. El Castell Cartoixa de Vallparadis/ Museu de Terrassa es un edificio originario del siglo XII, convertido en cartuja en los siglos XIV-XV. Por otro lado, Terrassa es sede importante del modernismo catalán, que impregnó todos los ámbitos de la sociedad, impulsado por la burguesía textil de entonces. La Casa Alegre de Sagrera (1911), el Mercat de la Independència (1903-1906), la Masia Freixa (1905-1910) o el Vapor Aymerich, Amat i Jover (miNACTEC) son ejemplos de ello, y donde se puede experimentar con todos los sentidos el Modernismo y su tiempo.

## Deportes y espectáculos

De forma habitual se celebran en Terrassa competiciones nacionales e internacionales de hoc-

key, acompañadas de actividades paralelas. Las nuevas instalaciones del Real Club de Golf El Prat, en Terrassa, se han convertido ya en un importante atractivo para los visitantes, con equipamientos de alta calidad. En cuanto a la oferta cultural, es de destacar que Terrassa es la sede de uno de los festivales de jazz de mayor tradición y calidad en España y el sur de Europa, que atrae a espectadores de todo el mundo cada primavera. Otras actividades culturales como la muestra de teatro en la calle, la muestra multicultural, la cultura tradicional, las exhibiciones "castelleres", las temporadas estables de danza, música y teatro, comportan un importante calendario de encuentros a lo largo del año. Por otro lado, otras actividades en la naturaleza, como las excursiones por el Parc Natural de Sant Llorenç del Munt y l'Obac, Itinerari en BTT por Terrassa y Matadepera "Volta a les fonts", "El Parc tot l'any", en el Parc de Vallparadis. **I**

**Oficina de Turisme de Terrassa:** 93 739 70 19  
[www.visitaterrassa.cat](http://www.visitaterrassa.cat) - [turisme@terrassa.cat](mailto:turisme@terrassa.cat)



# Versatilidad y vanguardia para congresos y eventos

*El Auditori Palau de Congressos de Girona se ha consolidado, tres años después de su inauguración, como un equipamiento moderno, versátil y funcional*

Generador de nuevas propuestas para el turismo de negocios y diseñado como auditorio y palacio de congresos, este equipamiento representa la nueva generación de centros de congresos del siglo XXI. Se trata de un espectacular edificio que ocupa una superficie de 10.000 m<sup>2</sup> en el extremo oeste del Parc de la Devesa, un espacio protegido con más de 2.000 plátanos centenarios, en la confluencia del río Güell y el Ter, y con magníficas vistas al Parc de les Ribes del Ter.

**El Auditori** Palau de Congressos de Girona está construido justo al lado de las instalaciones de la Fira de Girona, la cual dispone de un espacio limpio de exposición de 7.815 m<sup>2</sup>. Ambos equipamientos están conectados mediante una pasarela para su utilización simultánea y complementaria. Por todo ello, el conjunto resulta ideal para la celebración de todo tipo de reuniones, congresos, convenciones,

ENTREVISTA CON RAMON BARNUSELL, DIRECTOR DEL AUDITORI PALAU DE CONGRESSOS DE GIRONA

## “El Auditori ha permitido situar a Girona como un destino muy interesante para el turismo de negocios”

En colaboración con el Girona Convention Bureau, el Patronat de Turisme de la ciudad y los establecimientos hoteleros y gastronómicos, el Auditori Palau de Congressos de Girona deviene un lugar idóneo para los visitantes que buscan unir trabajo y diversión.

**“Girona destaca por su larga tradición cultural y el Auditori ofrece una programación musical de calidad”**

**¿CUÁL CREE** que es el valor añadido para la ciudad que ofrece el Auditori Palau de Congressos?

Por su privilegiada situación y sus características únicas, las comarcas de Girona tienen un importante peso dentro del sector turístico. El Auditori Palau de Congressos de Girona ha permitido situar además a la ciudad y su entorno como un destino muy interesante a tener en cuenta en el mundo del turismo de negocios. Está claro que su funcionamiento representa un importante dinamizador de la economía local por la actividad que generan los congresistas en el sector de hostelería, ocio, turismo...

**“Por su privilegiada situación y sus características únicas, las comarcas de Girona tienen un importante peso dentro del sector turístico”**

**-El edificio tiene un doble uso: musical y congresual. ¿Cómo beneficia esta característica al turismo de negocios?**

Girona destaca por su larga tradición cultural y el Auditori ofrece una programación musical de calidad. Este hecho permite a muchos de los participantes en eventos la posibilidad



de asistir a un concierto después de una jornada de trabajo.

**-¿Cuál es el trabajo conjunto con organismos de turismo para la organización integral de un evento?**

El Palau de Congressos colabora activamente con el Girona Convention Bureau, el Ayuntamiento, el Patronat de Turisme y las empresas OPC para conseguir que cada evento sea todo un éxito. |

**AUDITORI PALAU DE CONGRESSOS DE GIRONA**

[www.gironacongressos.org](http://www.gironacongressos.org)  
[info@gironacongressos.org](mailto:info@gironacongressos.org)

### UNA SITUACIÓN PRIVILEGIADA

Girona disfruta de una situación estratégica, enormemente potenciada en los últimos años. Se encuentra a 30 km de uno de los principales polos turísticos de Catalunya, la Costa Brava, a dos horas escasas de los Pirineos, y a 60 minutos en coche de Barcelona. La ciudad dispone de una extraordinaria red de comunicaciones que la sitúan cerca de los principales ejes viarios (AP7, NII, futura estación de TGV, aeropuerto internacional Girona-Costa Brava) que conectan España con el resto de Europa. Además, ofrece rincones de gran belleza: el Barri Vell con su judería, una de las mejores conservadas de Europa, las casas del Onyar, la muralla, los Baños Árabes, la catedral con la nave gótica más ancha del mundo y una intensa vida cultural y comercial. También destaca la gastronomía de la zona, una de las más reputadas a nivel internacional. El Auditori Palau de Congressos de Girona se encuentra a diez minutos escasos a pie del centro, cerca de alojamientos y restaurantes de todas las categorías, zona comercial, locales para tomar una copa, cines y un largo etcétera, sin olvidar el propio Auditorio, que ofrece una programación de música de calidad cada temporada.

ferias y exposiciones. El Auditori está dotado de las más avanzadas instalaciones, iluminación natural en la mayoría de las salas y sistema de oscurecimiento automatizado. En la planta baja, las tres salas tienen una capacidad para 1.230, 400 y 180 personas respectivamente, lo que permite reunir a más de 1.800 personas simultáneamente, además de un espectacular hall de 1.005 m<sup>2</sup>, muy aconsejable como sala de exposiciones. En las plantas superiores, los numerosos espacios también disponen de una amplia versatilidad y todos los equipamientos necesarios para que los eventos se puedan desarrollar con las máximas garantías: iluminación espectacular, acústica variable, megafonía, micrófonos inalámbricos, aire acondicionado-calefacción, tomas de voz y datos, intercomunicación de audio con el resto de las salas, audio y vídeo, servicio de catering, red inalámbrica (Wi-Fi y 3G) y cabinas de traducción simultánea, entre otros servicios.

El conjunto se completa con una gran terraza con vistas al río, el lugar perfecto para celebrar cócteles y comidas de convenciones.

*El conjunto resulta ideal para la celebración de todo tipo de reuniones, congresos, convenciones, ferias y exposiciones*

### Una amplia actividad en 2008

Durante 2008, se han llevado a cabo 14 congresos, con una participación aproximada de 6.500 asistentes. Paralelamente, el Palau ha acogido unas 70 convenciones, jornadas de un día y reuniones de empresa, que han congregado alrededor de 25.000 personas. Entre los congresos más destacados, podemos subrayar el 17º Congreso de la Sociedad Española de Salud Laboral en la Administración Pública, con 800 profesionales; el XXVI Congreso de la Asociación Española de Artroscopia, que coincidió con el gran evento Girona Temps de Flors, en el que la ciudad llena sus calles y patios del centro histórico de motivos florales, y la Exposición Mundial de Figuras Históricas.

### El Fórum Gastronómico

El evento que recientemente ha puesto de manifiesto sus enormes posibilidades para acoger todo tipo de eventos ha sido el Fórum Gastronómico 2009. Celebrado del 21 al 25 de febrero, el certamen cerró sus puertas con un balance espectacular: 30.000 visitantes, 910 congresistas, 315 expositores, 30 estrellas Michelin, 150 demostraciones de cocina en directo, 250 periodistas acreditados y más de 600 alumnos de diferentes escuelas de hostelería españolas, que ocuparon los más de 12.000 m<sup>2</sup> repartidos entre las instalaciones del Auditori Palau de Congressos y la Fira de Girona. |

ENTREVISTA CON BENOIT FOUCRAS, DIRECTOR COMERCIAL DEL ÁREA DE BUSINESS &amp; EVENTS DE PORTAVENTURA

## “El PortAventura Convention Centre acogerá eventos de hasta 4.000 personas ”

3 campos de golf completan los equipamientos para eventos corporativos de este destino

A una hora en coche desde el Aeropuerto de Barcelona y a cinco minutos del Aeropuerto de Reus, además del AVE, que lo relaciona con Madrid y Barcelona directamente, PortAventura se posiciona en el negocio corporativo y asociativo con una apuesta ambiciosa: un nuevo centro de Convenciones de más de 6.000 m<sup>2</sup> que se inaugurará el próximo 1 de octubre de 2009. El PortAventura Convention Centre posicionará este destino como una referencia a nivel continental para la celebración de reuniones, convenciones y eventos empresariales.



### ¿CUÁL ES la estrategia de PortAventura con su división de Business & Events?

Con el departamento de Business & Events buscamos un claro posicionamiento en el negocio corporativo. PortAventura ha consolidado su división vacacional pero ahora queremos diversificar nuestra oferta ofreciendo la posibilidad de organizar eventos de empresa tanto a nivel nacional como internacional. Las nuevas instalacio-

nes y el equipo actual nos permiten ofrecer una solución integral a los organizadores de eventos: ahora sí podemos asegurar que cualquier tipo de evento es realizable. Uno de los grandes inputs del PortAventura Convention Centre es el hecho de poder ofrecer todo en un mismo espacio. No sólo tendremos un centro de convenciones de primer nivel sino que la oferta se complementa con toda una serie de servicios como los campos de

golf, cuatro hoteles, numerosos restaurantes, un beach club y, claro está, la oferta lúdica de los parques.

### ¿Con qué infraestructuras cuentan para la realización de reuniones empresariales?

Actualmente tenemos tres hoteles de cuatro estrellas con un total de 1.500 habitaciones. Se inaugurará próximamente un cuarto establecimiento de 500 habitaciones, por lo que dispondremos de un total de 2.000 habita-

ciones y entorno a 5.000 plazas hoteleras. Paralelamente, el conjunto de la Costa Dorada cuenta con una de las plantas hoteleras más importantes del país, con una capacidad suficiente para cualquier necesidad. Los servicios de restauración son también muy importantes. Tenemos espacios muy exclusivos como el Restaurante Lumine, que ofrece vistas espectaculares en primera línea de mar o las casas club de los campos de golf. Y, precisamente, los campos de golf son otro de nuestros servicios complementarios y una excelente propuesta a la hora de organizar un evento.

### ¿Cuál es el equipamiento del Centro de Convenciones?

Es una instalación muy ambiciosa. Lindando con los campos de golf, dispone de 6.000 m<sup>2</sup> útiles divididos en dos plantas, a los que hay que sumar los espacios exteriores (terrazas) del edificio. La protagonista de la planta baja es una gran sala exhibit multifuncional de 2.500 m<sup>2</sup>, que se puede convertir en un auditorio para 1.250 personas. En la primera planta disponemos de cinco salas polivalentes que suman 1.800 m<sup>2</sup>, con capacidad para 1.900 personas. Asimismo, contaremos con una Sala Harvard formato auditorio para 150 personas y una sala Vip, ideal por ejemplo para consejos de administración. El total es de 18 salas de reuniones. Uno de sus rasgos distintivos es el hecho de contar con mucha luz natural y la tecnología audiovisual más avanzada. Este rápido repaso permite ver el alcance de este emplazamiento y su potencial. Realmente podemos garantizar que cualquier propuesta será realizable, no importa la originalidad del acto. |

[www.portaventura-be.com](http://www.portaventura-be.com)

## Hazte oír

Gabinete de comunicación  
Organización de eventos  
Agencia de noticias  
Publicaciones corporativas  
Páginas web

**.obo**  
COMUNICACIÓN

Tel. 93 265 47 19  
Fax. 93 265 47 01  
[www.1060comunicacion.net](http://www.1060comunicacion.net)  
[info@1060comunicacion.net](mailto:info@1060comunicacion.net)





# Historia y aristocracia para eventos con encanto

*El Palau Moxó es uno de los espacios más glamurosos para cenas y recepciones de la ciudad condal*

El Palau Moxó es un lugar para celebrar todo tipo de eventos corporativos en un entorno histórico único con la máxima privacidad, ya que se dispone de todo el Palacio en exclusiva. Un lugar elegante para celebrar cenas de gala, presentaciones de producto, reuniones de negocio y recepciones. Situado en el centro de Barcelona, en el Barrio Gótico, a escasos metros de la Plaza Sant Jaume, donde se encuentra el Ayuntamiento y el Palacio de la Generalitat, es un lugar privilegiado, tanto por su encanto histórico como por las buenas comunicaciones.

**El Palau Moxó** es un edificio de estilo barroco tardío con tintes clásicos que se sitúa en el tiempo entre el gótico de la Catedral de Barcelona y el modernismo de Gaudí, periodo en que los nobles ostentaban el poder económico de la ciudad. Es el único palacio barcelonés del siglo XVIII que aún conserva su mobiliario e interiores originales, siendo el último exponente en su género, ya que numerosas casas palaciegas barcelonesas fueron destruidas durante la Guerra Civil Española. Fue construido bajo la dirección del maestro de obras de la Catedral de Barcelona, don Francisco Mestres, y desde su construcción pertenece al mismo linaje familiar, la familia Moxó.

Este Palacio privado, que ha permanecido oculto durante más de 230 años, abre sus puertas y ofrece también visitas guiadas para grupos. Los invitados, normalmente grupos de incentivos, hacen un recorrido por los principales salones de la casa, permitiéndoles conocer cómo vivía la nobleza catalana y acaban la visita con un aperitivo o una copa en los salones. El Palau Moxó es el testimonio tangible de una época, de un modelo de vida de unos ideales. |

*Es el único palacio barcelonés del siglo XVIII que aún conserva su mobiliario e interiores originales*

## ESPACIOS PARA EVENTOS

En el Palau Moxó existen dos espacios de alquiler, la Planta Baja y la Planta Noble:

- La Planta Baja es un espacio diáfano de más de 200m<sup>2</sup> de paredes empedradas, que eran antiguamente las Caballerizas y Cocheras del Palacio. Actualmente tienen lugar eventos de todo tipo ya que es un espacio versátil que el cliente puede adaptar totalmente a sus necesidades.
- En la Planta Noble del Palau Moxó encontramos varios salones con mobiliario e interiores originales del siglo XVIII. El emblemático Salón Sant Mori, una gran sala de baile de estilo rococó, es uno de sus mayores tesoros. Su techo está decorado con un impresionante fresco con alegorías de los signos del zodiaco, las artes y las estaciones del año. También encontramos en el Salón numerosas arañas de cristal de Baccarat y un magnífico piano Erard de París de finales del siglo XIX cuya compra fue asesorada por el músico Rubinstein, que se utiliza para amenizar las cenas de gala. Este salón, usado conjuntamente con el Salón Montcortés, puede dar cabida a un centenar de comensales. El Palau Moxó conserva también su el comedor original, ideal para pequeñas reuniones o consejos de administración. Y un pequeño patio al aire libre con paredes esgrafiadas utilizado para las recepciones de primavera o verano.

[www.palaumoxo.com](http://www.palaumoxo.com) - [info@palaumoxo.com](mailto:info@palaumoxo.com)

# T'IMAGINES...



- ... el teu dinar o sopar d'empresa?
- ... la teva reunió de directius?
- ... la teva conferència, el teu congrés?
- ... la teva recepció?
- ... la teva presentació?
- ... el teu esport?

## CASA LLOTJA DE MAR

Un edifici amb passat, present i futur



Casa Llotja de Mar

Cambrà Oficial de Comerç,  
Indústria i Navegació de Barcelona

INFORMACIÓ I RESERVA D'ESPACIS:  
Telèfon 902 448 448 - [lloija@cambrabcn.org](mailto:lloija@cambrabcn.org)  
Passeig d'Isabel II, 1 - 08003 Barcelona

[www.casallotja.com](http://www.casallotja.com)

# Huesca, un escenario ideal para congresos

Sus comunicaciones, su historia e instalaciones hacen de la capital del Alto Aragón un lugar especial para el turismo de negocios

Huesca ha vivido una gran transformación en la última década debido a la mejora de sus comunicaciones e infraestructuras. Su gastronomía, las opciones de ocio, deporte y un rico patrimonio cultural la convierten en un enclave perfecto para celebrar reuniones y eventos de todo tipo.

**A las faldas** del Pirineo Central, paisaje de gran belleza natural, se ofrece la ciudad de Huesca, de gran riqueza histórica. En los últimos tiempos ha mejorado su red de comunicaciones, por carretera, tren de alta velocidad y un aeropuerto propio, el Huesca-Pirineos. Su apertura al mercado nacional e internacional la posicionan como destino a tener muy en cuenta para el turismo de negocios. Por otro lado, la reciente creación del Palacio de Congresos, equipado con las más punteras prestaciones tecnológicas, ha convertido a la ciudad en un escenario muy propicio para cualquier tipo de reunión. Otros espacios singulares, como el Centro Cultural del Matadero, el modernista Círculo Oscense, el Teatro Olimpia, de principios de siglo XX, o el románico Museo de Huesca, antiguo palacio de los Reyes de Aragón, se ofrecen como otros escenarios para acoger distintos eventos a la vez que hacen las delicias de los amantes de la arquitectura histórica.

Es necesario destacar la riqueza natural y paisajista del entorno, en donde la majestuosidad de las montañas, los bosques y el tono rojizo del desierto de los Monegros configuran un enclave de contrastes y colores único, siendo el verde una constante en la ciudad.

## Patrimonio cultural

Siendo la cuna del Reino de Aragón, Huesca cuenta con una historia milenaria, y guarda como grandes tesoros asentamientos prehistóricos, celtas, íberos, romanos, godos, árabes y cristianos.

De la época medieval hay que destacar el



## Y PARA COMER...

Huesca ofrece una riquísima y variada gastronomía, no en vano tiene fama de ser una de las ciudades españolas con mejor calidad gastronómica y enológica. Tradición y modernidad se funden en esta cocina de prestigio que cuenta con varias estrellas Michelin. Las materias primas procedentes de la zona, como frutas y verduras de la huerta, conservan todo su sabor natural; son típicas las borrajas, la escarola, las almendras, los aceites, las famosas carnes como el ternasco y las legumbres. En otoño se obtienen las codiciadas trufas, las setas y hongos, ingredientes esenciales de los platos de temporada de los restaurantes. Mención aparte merecen los dulces, la repostería artesanal, un manjar para los paladares más exigentes. Y por supuesto el vino. Famosos en todo el mundo bajo la Denominación de Origen Somontano, o los vinos de la tierra como la Ribera del Gállego-Cinco Villas o el Valle del Cinca, han sido galardonados con los premios más prestigiosos tanto en España como en el extranjero. Las bodegas se pueden visitar y en ellas degustar los excelentes vinos altoaragoneses, o realizar catas y pasear por los hermosos viñedos.

espectacular románico en el majestuoso castillo de Loarre, el mejor conservado del mundo o en el monasterio de San Juan de la Peña, así como en San Pedro el Viejo, panteón de los Reyes de Aragón y estandarte de este arte por su claustró.

Gótica es la Catedral y renacentista su retablo, pero también encontramos, por ejemplo, las huellas del barroco o el modernismo. En Huesca, además, es donde se halla la Universidad más antigua de Aragón y una de las primeras de España.

Conviviendo con el arte y la cultura histórica, en la ciudad encontramos también excelentes muestras de arte contemporáneo; el moderno Centro de Arte y Naturaleza, creado por Rafael Moneo y en donde se exponen las obras contemporáneas de artistas de prestigio, o los distintos festivales que se realizan en la ciudad y en toda la provincia.

## Actividades outdoor

Huesca es vida al aire libre, naturaleza impactante, colores y contrastes, montaña y desierto, ocio y deporte, aventura y diversión: senderismo, bicicleta, esquí, paseos en quads o a caballo, trekking, espeleología, puenting, lanzamiento de tirolesa, descenso de ríos, de barrancos o rafting son algunos de los múltiples ejemplos. Pero además se presta a las actividades aéreas como el parapente, paracaidismo o el ala delta, para conocer la provincia desde el cielo.

Un entorno con variadas y atractivas actividades turísticas, desde la micología, con más de 2.000 variedades de hongos, setas y trufas, hasta la ornitología, siendo la provincia una "mina de oro" para el amante de las aves.

## Instalaciones para eventos

Huesca es una ciudad moderna, abierta al visitante, dinámica, por ello está dotada de una variada infraestructura de hoteles. Para las convenciones y eventos la ciudad cuenta con un amplio abanico de escenarios, de corte clásico, histórico o moderno; polivalentes y bien equipados. El Palacio de Exposiciones y Congresos tiene más de 13.000 m<sup>2</sup>, un edificio funcional, de arquitectura sobria y llena de luz. Tiene una gran sala multiusos, un auditorio para albergar a 800 personas, una sala de exposiciones, cafetería, aparcamiento y una gran terraza donde organizar eventos al aire libre, con maravillosas vistas al Prepirineo y a la ciudad. |

[www.huescacongresos.com](http://www.huescacongresos.com)

# La otra cara de Ibiza

**Casi siempre** se asocia a Ibiza con turismo de masas. Pero la isla ofrece mucho más que sol y playa. Cada vez es más usual que las empresas busquen localizaciones distintas de las habituales, en las que los miembros de su alta dirección puedan mantener sus reuniones de dos o más días en un entorno tranquilo, discreto y sobre todo muy privado. Ibiza ofrece esto y mucho más.

En la finca de Agroturismo Can Gall, situada en el municipio de Sant Joan, al norte de la isla de Ibiza, las empresas pueden encontrar el espacio adecuado para sus reuniones, presentaciones u otras actividades empresariales que deseen desarrollar. El establecimiento, una casa típica ibicenca de más de 200 años de antigüedad y totalmente restaurada, ofrece todas las facilidades, comodidades y el confort que pueda requerir cualquier establecimiento de alta calidad dedicado a este tipo de eventos.

Por sus características arquitectónicas y en aras de la ya mencionada privacidad, el alojamiento tiene una capacidad limitada que, si es necesario, puede reservarse completamente para garantizar la exclusividad de todo su espacio, y que incluye, aparte de cómodas habitaciones decoradas acorde con el estilo de la casa, una piscina con terraza, hamacas y jacuzzi, y en verano dispone de una acogedora pérgola junto al comedor que la hace el espacio ideal para conversaciones distendidas mientras se degusta una copa de licor de Hierbas Ibicencas elaboradas artesanalmente por sus propietarios en la misma Finca. Además, dispone de wifi y servicio de transporte para los desplazamientos por toda la isla.

Para el tiempo que se desee dedicar al ocio, existe la posibilidad de efectuar rutas de senderismo o en bicicleta para el disfrute de la naturaleza, siempre presente en este entorno, o bien, desplazándose muy pocos kilómetros disfrutar del ocio de la isla, de los magníficos restaurantes de esta parte norte de la isla donde poder degustar platos y postres típicos de Ibiza, como pueden ser el Restaurante Can Gat en la Cala San Vicente, cuyo Bullit de Peix va a permanecer siempre en la memoria de quien lo pruebe, y el Restaurante S'Illor des Rencí en la Cala Portinatx que elabora un Guisat de Peix inmejorable. |

[www.agrocanqall.com](http://www.agrocanqall.com)

## AUDITORI DE L'ACADÈMIA



**Congresos, jornades, conferències, lliurament de premis...**

### • Un Auditori (300 places)

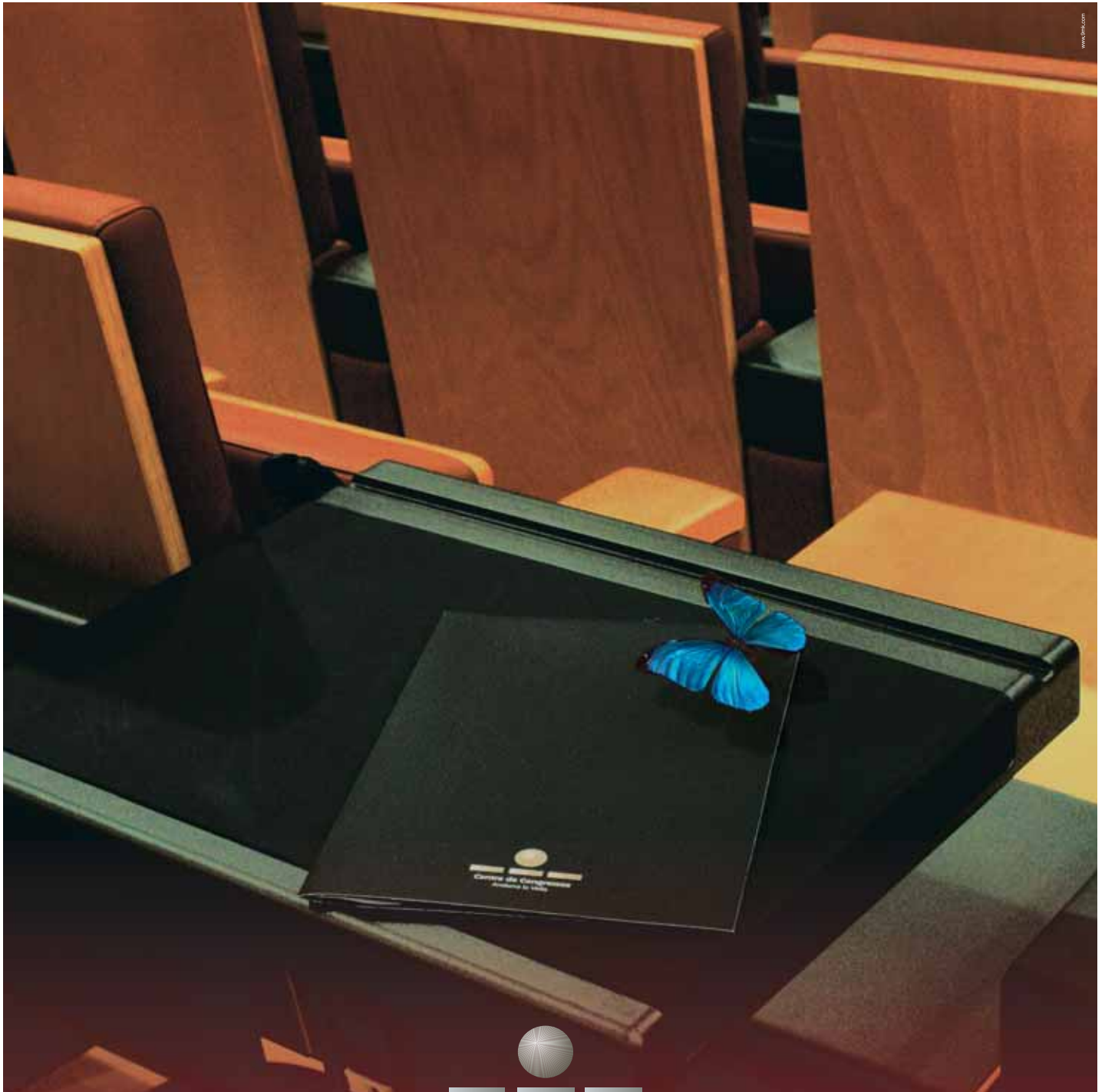
- Amb equipament bàsic d'audiovisuals
- Cabina de traducció simultània
- Avantsala preparada per acollir exposició comercial i útil per a servei de càtering

### • 10 Sales de conferències i reunions (de 12 a 140 places)

**Informació i reserves:** Gonzalo Clé de Diago  
93 203 11 08 – [gonzalocle@academia.cat](mailto:gonzalocle@academia.cat)



[www.academia.cat/auditoriales](http://www.academia.cat/auditoriales)



www.adra.com



## Centre de Congressos Andorra la Vella

### *Eventos de altura*

*Un conjunto de modernas instalaciones enmarcadas por la majestuosidad de las montañas y la pureza de la naturaleza, harán de su evento una experiencia memorable.*



Comú d'Andorra la Vella  
[www.andorralavella.ad](http://www.andorralavella.ad)



Andorra la Vella  
Capital dels Pirineus

# Un espacio para la cultura y el negocio en Gijón

*La Laboral se presenta como un lugar privilegiado para la celebración y organización de cualquier evento*

En Gijón se alza el majestuoso edificio de La Laboral, edificado en los años 50 bajo diseño del arquitecto Luis Moya. Su objetivo inicial fue la promoción de la formación profesional, hoy en día resurge como un innovador centro cultural de vanguardia en permanente crecimiento y transformación. Está situado a tan sólo 30 minutos del aeropuerto, con una excelente comunicación con el resto de la región y a 3km del centro histórico de la ciudad de Gijón.

En el año 2001, el Gobierno del Principado de Asturias asume la gestión de La Laboral, tras el largo deterioro que sufre el edificio en los años 90, y decide de manera inmediata dotar de nueva vida, usos y servicios al colosal edificio, destinando los espacios a la promoción de la formación, la cultura y la creación más vanguardista e innovadora del siglo XXI. La ciudad de la Cultura es también un espacio al servicio de las empresas y asociaciones. Su arquitectura, polivalente y funcional, favorece la celebración de todo tipo de actividades y eventos empresariales, culturales y sociales. La amplia oferta de salas que acoge este monumental edificio se adapta a las necesidades de todos aquéllos que deseen disfrutar de una jornada en un entorno único.



Sala de pinturas

## Dependencias

En un lugar privilegiado de la plaza se encuentra el Teatro, cuya sala principal se ha remodelado dotándola de nuevo mobiliario. Cuenta con 1.426 localidades repartidas en la sala principal, los palcos y el anfiteatro. Un Teatro que dirige su mirada a la creación, las nuevas producciones y la vanguardia teatral y musical del siglo XXI, a través de su programación escénica. A las 1.426 localidades se suman las de las salas de ensayo, reuniones

y congresos, espacios auxiliares a disposición de empresas y particulares que deseen alquilarlas para cualquier tipo de actividad formativa, cultural, seminarios o congresos. La rehabilitación de los jardines históricos, de clara influencia hispanoárabe o andalusí, permite ofrecer a los visitantes un entorno de paseo y descanso. Mientras continúa la construcción de un hotel de cinco estrellas que ocupará la que fuera residencia femenina de la antigua Universidad Laboral. |

## SALAS POLIVALENTES

**Salas 1 y 2:** de 243m<sup>2</sup> y 185 m<sup>2</sup> respectivamente, suponen una oferta diferente y singular con las más modernas dotaciones tecnológicas, con espacios funcionales que ofrecen múltiples alternativas para el montaje. Usos: conferencias, seminarios, reuniones, talleres, presentaciones, exposiciones, etc. Ambas ofrecen traducción simultánea y Wifi.

**Sala de pinturas:** es la sala más impactante del conjunto. Sobresale por la pintura mural al fresco del pintor Enrique Segura, inspirada en la Capilla Sixtina de Miguel Ángel. Su gran balconada se abre hacia la Plaza Mayor y permite una visión privilegiada del conjunto arquitectónico. Tiene una superficie de 219 m<sup>2</sup> completados con un hall de 230 m<sup>2</sup> que hace las veces de espacio auxiliar. Es una sala especialmente indicada para la celebración de cenas de gala, cócteles y banquetes, entre otros.

**Paraninfo:** con forma de proa de barco y solución vanguardista, es un proyecto arquitectónico resuelto por los arquitectos Manuel López Mateos y Juana María Ontañón. Con una superficie de 222m<sup>2</sup>, cuenta con traducción simultánea y Wifi, y tiene un aforo de 155 personas. La rehabilitación del conjunto ha permitido potenciar el uso de esta sala como espacio óptimo para conferencias, reuniones, presentaciones, exposiciones y ruedas de prensa.

**Eventos empresariales:** Laboral Ciudad de la Cultura ofrece un servicio integral que destaca por su flexibilidad y capacidad para satisfacer las necesidades de cualquier evento.

[www.laboralciudaddelacultura.com](http://www.laboralciudaddelacultura.com)

¿En qué pensaste esta mañana al levantarte?



**NECESITAS  
GARANTIZAR  
EL ÉXITO DE TUS  
REUNIONES  
PROFESIONALES**

En Galicia organizar una convención, un congreso o hacer un viaje de incentivos es garantía de éxito. Aquí encontrarás modernas instalaciones y tecnología avanzada, palacios de Congresos, Salas de Exposiciones y una red hostelera excepcional. Disfruta de naturaleza, patrimonio, cultura y gastronomía y de un equipo de profesionales a tu disposición para la organización de cualquier evento con sólo llamar al +34 981 54 25 00

**NECESITAS  
GALICIA**



ENTREVISTA CON SANTI SANTAMARIA, COCINERO Y DIRECTOR DE LOS RESTAURANTES EVO Y BOUQUET DEL HOTEL HESPERIA TOWER



## “Con el Bouquet quiero crear el restaurante al que me gustaría ir a diario”

■ Santi Santamaria dirige un nuevo restaurante dentro del Hotel Hesperia Tower con una oferta de cocina tradicional dentro de un marco moderno

RAQUEL DE DIEGO PICÓ

Asombra la belleza arquitectónica del Evo, el restaurante galardonado con una estrella Michelin y timoneado por el prestigioso chef catalán Santi Santamaria. Y asombra porque a través de su estructura acristalada surge al fondo una especie de tierra de nadie, de ralea industrial, y más allá el horizonte sin límite donde se adivina el bullicio de la capital. Unos pisos por debajo, y no menos impresionante, está el restaurante Bouquet, de corte más casual y pensado para la comida diaria. Consciente de que habrá de llenar de contenido la arriesgada propuesta del Hesperia Tower, en el equilibrio entre la nueva posmodernidad y el pasado histórico del entorno, Santamaria creará tendencia.

### ¿CUÁL ES la propuesta del Bouquet frente al EVO?

Busco situar en el contexto de la realidad que vivimos la oferta de este hotel en su aspecto gastronómico. El Evo es el restaurante importante del Hotel, y el Bouquet es más casero y es fruto de la demanda del cliente: es una cocina de mediodía, más ligera, más casual, más ágil. Son dos conceptos distintos de restaurante, no queremos ofrecer distintas propuestas en el mismo espacio, porque son dos momentos y opciones

## Tecnología y diseño de vanguardia

*El Hotel Hesperia Tower se ha convertido en el destino referente para el turismo de negocios*

**Convertido en** el estandarte del nuevo skyline de Barcelona, el Hotel Hesperia Tower, diseñado por el prestigioso arquitecto Richard Rogers y los catalanes Alonso y Balaguer, ha pasado a formar parte del paisaje del área metropolitana barcelonesa. La torre de 105 metros y 27 pisos de altura culmina con una impresionante cúpula acristalada que alberga el restaurante Evo de Santi Santamaria. Pero además, por la proximidad con el aeropuerto y la Fira de Barcelona, es el destino idóneo para albergar al turismo de negocios.

Situado a pocos minutos del puerto y del aeropuerto y en uno de los accesos más importantes desde el punto de vista estratégico y de comunicaciones, el Hotel Hesperia Tower se alza en un área que registra una importante transformación urbanística desde que se inició la construcción del nuevo recinto de la Fira de Barcelona, Montjuïc 2. El hotel cuenta con 280 habitaciones de lujo, 12 suites dúplex con jacuzzi en el dormitorio, siete suites ejecutivas y una suite presidencial, todas ellas de enormes ventanales con espectaculares vistas sobre la ciudad.

### Negocios

Pero el Hesperia Tower es un Hotel eminentemente de negocios. Su Centro de Congresos y Convenciones ofrece 5.000 m<sup>2</sup> útiles adaptables a múltiples salones polivalentes. Dispone de un gran salón de 1.614 m<sup>2</sup> de superficie diáfana con ocho metros de altura, capaz de albergar reuniones de 1.400 personas y banquetes de 1.300 personas; un Auditorio “Millenium” para 500 personas; cuatro salas multifuncionales (500 m<sup>2</sup> en total) con acceso a terrazas exteriores ideales para cócteles, coffee breaks y eventos sociales; seis salones configurables en tamaño, mediante paneles de separación, y seis amplias salas de reuniones, todas ellas con un equipamiento audiovisual de última tecnología. Además, su luz natural en la mayor parte de las salas, sus accesos, su Centro de Prensa y Business Center y su conexión a Internet inalámbrica y gratuita en todos los espacios lo convierten en un referente indiscutible en la organización de eventos en la ciudad de Barcelona. ■



### LA TORRE GASTRONÓMICA

El Hotel Hesperia Tower también se ha convertido en un referente de la gastronomía mediante la inauguración del Restaurante & Bar Bouquet y del restaurante Evo, galardonado a finales de 2006 con una estrella Michelin y cuyo chef es Santi Santamaria (poseedor de tres). El Bouquet es el restaurante enológico pionero en Barcelona, ofrece una gran carta especializada en vinos de las mejores marcas. El Axis Bar & Café, situado en el hall del hotel, dispone de distintas zonas para disfrutar del aperitivo, la merienda o copas. Y el Restaurante Azimut, especialmente diseñado para la celebración de desayunos, almuerzos y cenas para grupos.

HOTELES HESPERIA  
www.hesperia.es

diferentes. Quiero ser capaz de crear el restaurante al que me gustaría ir a diario, una cocina próxima, familiar, pero que tenga una pátina de profesionalidad; que guarde relación con el mercado, con el territorio, el producto fresco, una dietética saludable y, si quiere, con el tópico de la dieta mediterránea.

### ¿Cuál es la relación del edificio con la propuesta culinaria?

Cuando pusimos la primera piedra fuimos muy conscientes de que era una apuesta muy arriesgada: un hotel de estas características en L'Hospitalet, que es un puente de comunicación entre un área de servicios, de tejido industrial, y Barcelona, la ciudad más importante de Catalunya. Es un hotel que da una visión de renovación, de modernidad, de contemporaneidad de la ciudad. Esta misma propuesta arquitectónica, regida por los principios evolutivos, de “revolución”, había que llenarla de contenidos, de propuestas acordes a la nueva ciudad que se estaba construyendo. Queremos ser útiles al entorno.

### ¿Cómo es la cocina del Bouquet? ¿Qué es aquello, como dice, que le gustaría comer a diario?

Yo entiendo que a todos los cocineros nos gusta la buena cocina, y sabemos que para el día a día no hay nada mejor que la cocina familiar. Esto es muy difícil porque los hábitos han cambiado y la estructura de comportamientos. Hoy por tanto el restaurante cumple una función importante en la cocina de a diario. Aquí encontrarán un componente familiar, desde unas pocas de maravilla a una escalabada extraordinaria, en esta fusión de territorios como es el mío y el de Ismael Alegria, el jefe de cocina, de origen navarro. Esto da pie a una cocina muy próxima, muy de la tierra, muy de la temporada, pero también con el estilo que se espera de la firma Santi Santamaria.

### ¿Continuarán con la línea enológica del antiguo Bouquet?

Este restaurante ha tenido la gracia de saber combinar muy bien algo elemental, que es saber comer cada día con el vino que corresponde y, a su vez, usándolo en la elaboración. Vinos a un precio muy asequible que son el complemento perfecto para nuestra comida diaria.

### ¿Aspira a una nueva estrella Michelin para el Bouquet?

No, no. La estrella Michelin es el Evo, es la alta gastronomía, es el establecimiento de proximidad que destaca por los momentos especiales. Estaría muy complacido de que se me incorporase en una guía o en una significación de que el Bouquet es una muy buena dirección para disfrutar de una comida al mediodía.

### ¿Cuál es su relación con los Hoteles Hesperia?

Es una gran relación que me ha permitido proyectar mi cocina a toda España. Ahora hará ocho años que abrí el Santeconi en Madrid, y lo que quiero es continuar con esta vocación, seguir manteniendo este cliente amigo que cuando quiere hacer una celebración nos elige a nosotros. Me gustaría continuar con la credibilidad creada por mis establecimientos, abiertos a todo el mundo que apuestan por unos productos del tiempo, frescos, que se pueden reconocer con facilidad pero combinados de una manera imaginativa y divertida.

### ¿Qué quiere ser Santi Santamaria en el futuro?

Quisiera ser capaz de entender cómo puedo ayudar en estos momentos de grandes dificultades, ser una persona positiva, poder mostrar a las nuevas generaciones un camino de profesionalidad y al mismo tiempo no desligarme de una sociedad que ha accedido, como yo, a entender que la cocina es cultura, un bien, un valor que en el marco mediterráneo entendemos como un gran signo de nuestra civilización. Que a través de una mesa se pueda sentir y manifestar *bonheur*, placer, felicidad. ■

# Un concepto urbano y vanguardista

Con una cartera de 110 hoteles en España, Italia y Portugal, AC Hotels ofrece una exclusiva combinación de lujo moderno y confort

Hoy en día, la imagen que una empresa ofrece en sus actividades sociales dice mucho de ella. Convenciones, cursos de formación o ruedas de prensa son ventanas públicas. AC Hotels prepara cualquier evento a la medida exacta de las necesidades de cada cliente. Además asesora y colabora con cada organizador en todos y cada uno de los diferentes procesos de preparación de los eventos con un departamento en exclusiva para ello: AC Events.

**Un servicio** impecable, una clara apuesta por la tecnología y un deseo de renovación constante han convertido a la cadena en un referente de turismo urbano. Con AC Events, AC Hotels ofrece una organización que se ocupará de cualquier acto o evento, siguiendo las necesidades y expectativas de cada cliente (medios audiovisuales, contratación de azafatas, secretarías, traductores, etc.). Más de 303 salones con capacidades que llegan hasta los 700 asistentes, y una superficie total disponible de más de 30.000 m<sup>2</sup>.

Siguiendo la vocación innovadora de la cadena, las salas de los hoteles sorprenden por su diseño vanguardista, formas y decoración. El mobiliario, amplias mesas y sillas ergonómicas giratorias de respaldo abatible, está especialmente escogido en función de la comodidad para ofrecer a los asistentes un entorno confortable y en el que los últimos adelantos tecnológicos permiten llevar adelante cualquier reunión con la máxima fluidez.

## AC Hotels en Catalunya

Los hoteles AC proponen la mejor base para encuentros, reuniones o congresos en Catalunya, con cobertura en las principales ciudades: Tarragona, Girona, Lérida y Barcelona; trece hoteles donde vivir cada ciudad AC, descubriendo su cultura, su vida nocturna, sus infinitas posibilidades comerciales y de ocio. Excelentes localizaciones que acercan al corazón de la ciudad, ofreciendo al mismo tiempo la mejor puesta en escena para reuniones, congresos y negocios.

## AC Barcelona

AC Barcelona está ubicado en la nueva zona empresarial y ferial de Barcelona. Este hotel, dotado de un amplio catálogo de espaciosos salones, es el lugar idóneo para todo tipo de convenciones, reuniones de trabajo y eventos empresariales. 368 habitaciones y todos los servicios propios de AC Hotels: minibar gra-



AC Palau de Bellavista



AC Barcelona

Los hoteles AC proponen la mejor base para encuentros, reuniones o congresos en las ciudades más fascinantes y cosmopolitas

tuito, conexión a Internet alta velocidad (Wi-Fi), TV con más de 20 canales... todo pensado para satisfacer los gustos más exigentes.

Tanto para encuentros de trabajo como para otro tipo de eventos y banquetes, AC Barcelona cuenta con 17 salones con capacidades que varían desde los 26 m<sup>2</sup> a los 495 m<sup>2</sup>. Además, en la planta 13, AC Barcelona esconde un oasis de bienestar, belleza y salud: 700 m<sup>2</sup> dedicados al cuidado de cuerpo y mente. Componen este espacio un fitness center, una piscina exterior y solarium con increíbles vistas al mar, tres jacuzzis y un spa para disfrute de aquéllos que quieran recibir los cuidados estéticos y corporales más punteros. |

## AC HOTELS EN CATALUNYA

**BARCELONA:** AC Barcelona, AC Diplomatic, AC Vilamarí, AC Irla, AC Som, AC Sant's, AC Victoria Suites, AC Martorell y AC Gavà Mar.

**TARRAGONA:** AC Tarragona.

**LÉRIDA:** AC Lérida, AC Baqueira.

**GERONA:** AC Palau de Bellavista.



Tel. 902 292 293  
[www.ac-hotels.com](http://www.ac-hotels.com)

## ENTREVISTA CON JAVIER SANCHO, DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING DE CONFORTTEL HOTELES

# “Un paso más allá de una simple orientación al cliente”

Confortel Hoteles reinterpreta los valores tradicionales de bienestar y comodidad

Valores como la sensibilidad, la humanidad, la profesionalidad y la hospitalidad son los lemas de Confortel Hoteles, que gestiona 18 establecimientos hoteleros, la mayoría de cuatro estrellas, repartidos por la Península y Baleares. En la actualidad, la cadena afronta este periodo de incertidumbre económica basándose en una política de compromiso con aquellos clientes que acuden al establecimiento a título personal y quienes eligen el hotel como perfecto marco de sus reuniones empresariales.

**¿CUÁL ES la filosofía empresarial en la que se mueve la cadena?** Confortel Hoteles siempre ha estado muy centrado en las personas. En 2004 se produjo una reorientación de la compañía con el objetivo de ofrecer un nuevo impulso a nuestro compromiso con los clientes. De esta manera se llevó a cabo un Plan Estratégico que desarrolló un cambio sustancial en todas las

**“Procuramos ser los mejores anfitriones para todos nuestros clientes”**

líneas de negocio, ofreciendo un producto mayoritariamente urbano de cuatro estrellas, así como un giro en la forma de entender la atención al cliente ofreciendo una atención individualizada de la más alta calidad. Actualmente estamos inmersos en una política de desarrollo que nos llevará a conseguir unos 30 establecimientos en 2011, cada uno con sus rasgos identificativos pero con una imagen homogénea.

**¿En qué valores se asienta la compañía?**

Nuestro objetivo es continuar desarrollando nuestro posicionamiento basado en las personas. En estos momentos de crisis tenemos que buscar elementos diferenciadores fuera de lo que es el producto en sí. Lo que diferencia a Confortel Hoteles son valores como la sensibilidad, la humanidad, la profesionalidad y la hospitalidad, reflejados en el lema de la compañía: “Nos importas tú”. Es una promesa de atención diferencial y personalizada a cada uno de nues-



tros clientes, en donde nos mostramos como una compañía cordial y amigable para todo aquel que nos visita. Un paso más allá de una simple orientación al cliente. En Confortel procuramos ser los mejores anfitriones para todos nuestros clientes.

**¿Es la celebración de eventos de carácter profesional una solución alternativa al descenso de las pernoctaciones que provoca la crisis?**

Confortel Hoteles trabaja tanto con el cliente de ocio como con el de negocio. Tenemos un producto orientado a los dos tipos de seg-

mento, aunque el sector empresas es estratégico. Ofrecemos aquellos servicios básicos necesarios para todo aquel que viaja por necesidades de trabajo, procurando en todo momento que se sienta lo más cómodo posible. Y también tenemos instalaciones que permiten la organización de eventos de empresa, para los cuales no varía la orientación de servicio y tratamiento personalizado que define a nuestra cadena.

**¿Cuáles son las previsiones de la compañía a corto plazo?**

Esta época de crisis representa más una oportunidad que una amenaza.

## RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS

En los últimos meses, Confortel Hoteles ha obtenido distintos reconocimientos, y muchos vienen a destacar aquellos valores diferenciales por los que apuesta la compañía. La Asociación de Expertos Directivos de Empresas Turísticas y la Asociación de Periodistas y Escritores de Turismo ha distinguido a la cadena como la “Empresa más orientada a las personas”, premio que se une al galardón otorgado por Cermi, una organización especializada en el tratamiento de la discapacidad. “Tenemos las dos únicas certificaciones de accesibilidad que existen a nivel de hotelería por parte de Aenor”, señala Javier Sancho. A título anecdótico, destaca el premio al Stand a la Mejor Empresa en Fitur durante dos años consecutivos. Y a título personal, la Distinción al Mérito Turístico del Consejero Delegado de la cadena, Jon Cortina.

Están surgiendo muchas oportunidades de gestión de nuevas propiedades que podrán unirse a los hoteles ya existentes, dentro de nuestra estrategia de posicionamiento en grandes ciudades. De momento estamos afrontando nuestro día a día con una serie de acciones tácticas, sin perder el horizonte estratégico de ampliar nuestro portfolio de hoteles, todos ellos con una calidad exquisita, y siempre orientados a las personas como valor diferencial. |



# Cien años de promoción económica en el Alt Camp

*La Cámara de Comercio e Industria de Valls cumple su centenario siguiendo su cometido de apoyar a las empresas de la comarca*

La Cámara de Comercio e Industria de Valls, este año 2009, está conmemorando dignamente los cien años de existencia, con el objetivo de difundir la historia y las iniciativas que a lo largo de los años ha realizado la Cámara y promover actividades públicas que sirvan de homenaje al tejido económico de la comarca del Alt Camp y el ámbito de la Cámara.

**La Cámara de Valls**, en el decurso de estos cien años de vida, viene ayudando de forma real y práctica a nacer, crecer, internacionalizarse o bien implantarse a diversas empresas industriales, comerciales, de servicios, distribución, hostelería, turismo..., en definitiva, a forjar el tejido empresarial y a crear y expandir los diversos polígonos industriales de la demarcación de la Cámara.

Durante cien años, la Cámara ha hecho todo lo posible para potenciar y vigorizar la vida económica del Área de Valls. Hoy Valls se encuentra situada en un estratégico enclave de comunicaciones y constituye una de las comarcas más bien comunicadas de Catalunya y España. La comarca de Valls se halla en el interior del vértice del ángulo que forman las autopistas AP2 y AP7; Barcelona a Zaragoza-Madrid, norte de España, y a Valencia y Sur de la Península, a diez kilómetros de la Estación del AVE Camp de Tarragona, con circulación de trenes de Alta Velocidad, a Madrid, norte y sur de España, con próxima incorporación del corredor Mediterráneo a Castellón y Valencia y numerosas carreteras nacionales, comarcales y autovías, que completan la red, con el aeropuerto de Reus y el Puerto de Tarragona, en las proximidades. La necesidad en comunicaciones ferroviarias es el incremento de servicios de

trenes media distancia tramo Lleida, Borges Blanques, Montblanc, Picamoixons, Valls-Sant Vicens de Calders, Barcelona y viceversa, servicio actualmente muy reducido, y que la Comisión de Política Territorial del Parlament de Catalunya de 28 de enero último, se definió en el mismo sentido de reclamar incremento de trenes y construcción del ramal en Picamoixons que permita un servicio de cercanías entre Valls, Reus y Tarragona.

*Hoy Valls constituye una de las comarcas más bien comunicadas de Catalunya y España*

La Cámara potencia la implantación de industrias en la demarcación, y ha sido decisiva en el desarrollo del Polígono Industrial de Valls de 350 ha., con 20 km de viales, donde se hallan instaladas unas 320 empresas, centros de distribución y servicios, y de diversas zonas industriales en los 20 pueblos de su demarcación. La expansión del comercio internacional es otra prioridad de la Cámara. Hoy desde la demarcación de la Cámara de Valls se exporta a 74 países del mundo con 800 exportaciones controladas por la Cámara en el año 2008, además de las efectuadas a

## TURISMO DE NEGOCIOS Y ACTIVIDADES

Diversos hoteles y restaurantes del Área de Valls están orientados al turismo de negocios, con las infraestructuras y servicios adecuados para la celebración de convenciones, encuentros con clientes, comidas y "calçotadas" de empresa, presentación de nuevos productos... La Cámara, desde los inicios, viene colaborando en la promoción de la Ruta del Cister, que incluye las comarcas del Alt Camp, Conca de Barberà, y Urgell, y como estandartes principales los Monasterios de Poblet, Santes Creus y Vallbona de les Monges. La Ruta del Cister constituye una marca turística en crecimiento, de promoción de los municipios que conforman la Ruta, en los que se han abierto diversas casas de turismo rural. El último domingo de enero (31 de enero 2010), la Cámara con otras instituciones y entidades, desde el año 1982, organiza en Valls, ciudad de origen de la Calçotada, la Gran Fiesta de la Calçotada, con una amplia proyección, que representa el pórtico de la plena temporada de "calçotades", que se degustan de noviembre a abril. Hoy en la comarca del Alt Camp hay más de cincuenta restaurantes que sirven la auténtica calçotada de Valls. La repercusión internacional del hecho de la Calçotada ha llevado que desde la Cámara se promocioene Valls, la Calçotada y los "Xiquets de Valls", en diversas publicaciones y televisiones del mundo, EE.UU., Japón, Holanda, Alemania, Bélgica, Francia... La Calçotada de Valls tiene un peso económico importante, constituye un sello de identidad del Área de Valls, y representa la verdadera temporada turística en la comarca del Alt Camp, y la segunda temporada turística, después de la de sol y playa en el resto del Camp de Tarragona. La estabilidad económica del Área de Valls se basa en la diversificación: industria, comercio, servicios, agricultura, turismo cultural y gastronómico, segunda residencia... y a la vez cada sector diversificado al máximo; la industria con diversas ramas: artículos metálicos, menaje, accesorios, recambios y cables para el automóvil, madera y muebles, piel, papel doméstico y cartón, materiales y aislantes para la construcción, transformados plásticos, aditivos para la alimentación humana y animal, cereales para el desayuno, productos de perfumería e higiene personal, puertas automáticas, matricería, editoriales, frutos secos, vinos, cava, aceites, licores...

la Unión Europea. El volumen de exportaciones en un año va desde 72 a la China, 46 a Arabia Saudí, 39 a Turquía, 30 a Emiratos Árabes Unidos, 26 a Brasil...

## Creación de empresas

El departamento de Creación de Empresas de la Cámara, durante el 2008, ha ayudado y asesorado a la creación de una treintena de empresas que se han instalado en el Área de Valls. En el Centro de Formación de la Cámara en el año 2008 han participado doscientos alumnos en 16 cursos. Además la Cámara tiene constituida la Fundación ANESPRO Antigua Escuela Profesional de Valls, para la inserción en prácticas de los alumnos de formación profesional a las empresas, de los Institutos Jaume Huguet de Valls y Martí l'Humà de Montblanc.

*El departamento de Creación de Empresas de la Cámara ha ayudado y asesorado a la creación de una treintena de empresas.*

## Comercio al mayor y de detalle

La promoción del comercio mayorista y detallista constituye una constante dedicación de la Cámara, junto con los mercados semanales. Valls tiene concedido oficialmente mercado semanal de los miércoles desde el año 1210, el próximo año cumplirá 800 años. En este sentido cada año el primer martes y miércoles de agosto se organiza "FIRAGOST" Feria-Exposición del Campo Catalán, con más de 350 expositores (4 y 5 de agosto 2009) y que cuenta con la presencia de alrededor de cien mil visitantes, con exposiciones de frutos del campo, alimentación artesanal, jardinería, maquinaria agrícola, productos de la agricultura y para la agricultura, vehículos, alimentación agroecológica, bonsais...; el penúltimo sábado y domingo antes de Navidad (12 y 13 de diciembre de 2009) se organiza el Mercado de Navidad, Feria de Aves y Motivos Navideños, FICAP, en el que destacan las aves de corral vivas; Feria-Mercado con mucho atractivo.

## Premios

La Cámara de Valls cada año concede los premios al Fomento de la Exportación y al Joven Emprendedor que se entregan en el marco de la "Nit de Premis de Valls", que se celebrará el próximo sábado 30 de mayo, en el marco del Centre Cultural Municipal de Valls. |



ENTREVISTA CON CARME MANSILLA, PRESIDENTA DEL CONSELL COMARCAL DEL ALT CAMP

## “En la situación económica actual, el papel del Consell Comarcal en el apoyo de las pymes es muy importante”

El objetivo principal de la institución es abrirse más a las entidades y asociaciones de la comarca

El Consell Comarcal tiene un papel importante como intermediario entre los diferentes ayuntamientos del Alt Camp con otras instituciones y también grandes empresas que quieran organizar eventos que unan ocio y negocio. La nueva sede, inaugurada en enero de este año, ha permitido ganar en agilidad a la hora de atender a la ciudadanía, los ayuntamientos o las empresas.

**RECIENTEMENTE SE ha inaugurado la nueva sede del Consell Comarcal del Alt Camp. ¿Cuáles son los principales objetivos?**

Desde el pasado mes de enero estamos trabajando en esta nueva sede que dispone de casi mil metros cuadrados en una sola planta; de esta manera hemos podido centralizar todos los ser-

vicios que ofrece el Consell Comarcal de l'Alt Camp, antes dispersados en varios edificios. Esta nueva sede nos ha permitido ganar en operatividad y agilidad a la hora de atender a la ciudadanía, los ayuntamientos o las empresas. El objetivo principal del Consell es aumentar la calidad de sus servicios pero también abrirse más a las entidades y asociaciones de la comarca. Por esta razón ofrecemos la sala de actos de que disponemos, con una capacidad de casi un centenar de personas, para la organización de conferencias, jornadas o debates de asociaciones de la comarca.

**-Háblenos de las iniciativas que van a promover para el apoyo y fomento empresarial.**

En una situación económica como la actual, el papel del Consell Comarcal en el apoyo de las pequeñas y medianas empresas es muy importante. Con este objetivo nos hemos unido a la "Xarxa Inicia" del Departament de Treball de la Generalitat, que impulsa la creación de empresas, dando apoyo técnico a los que quieren crear o consolidar su empresa. Desde el área de Promoció i Desenvolupament local del Consell, a través del Servicio



de Atención a la empresa, ofrecemos tutoría en la realización del plan de empresa, información y tramitación de subvenciones y cursos de formación. También damos asesoramiento personalizado a microempresas en nuevas tecnologías. Para potenciar este apoyo a los emprendedores de la comarca hemos presentado un proyecto de creación de un Centro de asesoramiento y apoyo virtual a las iniciativas empresariales al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) 2007-2010.

**-¿Nos puede dar algún detalle de este centro de asesoramiento?**

Este equipamiento se ubicaría en la primera planta de la sede del Consell Comarcal. El proyecto se ha elaborado a partir de las necesidades de la comarca, el Programa de Actuación Comarcal (PAC), del Consell Comarcal de l'Alt Camp y el ámbito del FEDER referente a innovación, economía del conocimiento y desarrollo empresarial. Si se cumplen los plazos previstos en la resolución del FEDER, y si se aprueba el proyecto presentado, las obras podrían empezar el próximo mes de septiembre. El presupuesto total de la actuación es superior a 300.000 euros. El proyecto se financiará con fondo FEDER, una subvención de la Diputación de Tarragona y fondos propios del Consell.

**-¿Cuál es el papel del Consell Comarcal en la promoción de la zona como entorno para realizar actividades que unan ocio y negocio?**

En los últimos años hemos impulsado la iniciativa privada en la apertura de diferentes negocios, incluyendo equipamientos turísticos, a través del Consorci de Desenvolupament

### LA COMARCA COMO ENTORNO PARA EVENTOS

El Alt Camp tiene grandes posibilidades para quien quiera organizar eventos. Un ejemplo es el Punt d'Informació Turística de Nulles, que cuenta con una sala de reuniones con capacidad para medio centenar de personas y que está al lado de una Cooperativa Modernista de referencia. También hay hoteles y otros equipamientos adecuados para albergar eventos. "Todavía hay, sin embargo, mucho trabajo para explorar las potencialidades del Alt Camp. Nuestra comarca se encuentra a medio camino entre las zonas metropolitanas y la Catalunya rural, con unas grandes comunicaciones", asegura Carme Mansilla. Por otro lado cuenta con grandes atractivos turísticos, como el Monasterio de Santes Creus, las Muntanyes de Prades, la Calçotada y bodegas modernistas. También potencia el enoturismo, actividad que cada vez atrae a más gente. El Alt Camp, junto con las comarcas de la Conca de Barberà y el Urgell, forma parte de la Ruta del Cister, una marca turística muy consolidada con 20 años de historia.

de l'Alt Camp (CODAC) que ha generado una inversión total de 15 millones de euros, cuatro de los cuales, públicos. Des de hace unos meses formamos parte de otro consorcio, junto con la comarca de la Conca de Barberà y varios pueblos del Anoia, con el mismo objetivo. |

[www.altcamp.altanet.org](http://www.altcamp.altanet.org)

ENTREVISTA CON PERE MARTÍ I VINAIXA, PRESIDENTE DEL CONSELL COMARCAL DE LA TERRA ALTA

## “Terra Alta dispone de activos histórico-culturales conservados en un estado invariable en el tiempo”

La finalidad del Consell Comarcal es ofrecer servicios técnicos a los Ayuntamientos y el acercamiento de la Administración a la ciudadanía

El desarrollo económico, la dinamización social y cultural, los servicios a la juventud, los servicios sociales, técnicos y sobre nuevas tecnologías son algunos de los ámbitos de actuación del Consell Comarcal de la Terra Alta. Un gran proyecto que está desarrollando actualmente y que contribuye a la dinamización turística de la zona es la creación del primer tramo accesible para discapacitados en la Vía Verde de la Terra Alta, el proyecto es pionero en todo el Estado.

**¿QUÉ PROYECTOS destacaría en el ámbito turístico?**

Se ha rehabilitado una gran infraestructura natural con la que cuenta la comarca, la llamada Vía Verde. Se trata de una parte del recorrido de la antigua vía férrea

de Val de Zafán, habilitada para recorridos en bicicleta, a pie o a caballo, que transcurre por unos parajes de gran belleza en el entorno del parque natural de Els Ports. En el patrimonio histórico se han puesto las bases para su creación y se continúa colaborando estrechamente con el desarrollo del COMEBE (Consorci Memorial de la Batalla de l'Ebre). Este consorcio se dedica a valorizar, museizando todos los parajes que fueron testimonio de la Batalla del Ebro, y que es uno de los centros de atención más importantes de Catalunya.

**-¿Todas estas actuaciones se han concretado en inversiones privadas en el sector?**

Efectivamente. En la actualidad, la comarca de la Terra Alta dispone de una red importante de alojamientos rurales de mucha calidad, algunos de ellos, preparados para albergar turismo de reuniones. Aparte de los diferentes hoteles que también acogen este tipo de turismo.

**-¿Cuáles son los principales valores turísticos de la comarca?**

La comarca de la Terra Alta dispone de gran variedad de paisajes, lugares de interés y activos histórico-culturales conservados en un estado casi invariable durante el paso del tiempo, y que en los últimos años han sido puestos en valor para configurar una oferta de ocio y cultura con excelentes niveles de calidad. La historia ha dejado en la Terra Alta multitud de elementos que van desde la época de los iberos hasta nuestros días. Todos ellos configuran una interesante propuesta para conocer episodios de nuestra historia y descubrir magníficos edificios que abarcan todos los estilos arquitectónicos.

**-La Terra Alta ha sido pionera en Catalunya en ejecutar proyectos financiados por la Unión Europea. ¿Cómo los han aprovechado?**

Efectivamente. Uno de los principales programas en el que ha participado el Consell Comarcal, que se ha convertido en el primer motor para el desarrollo integral de la comarca (pymes, agroindustria y turismo) ha sido la Iniciativa Comunitaria Leader, en la que este Consell ha participado desde su



creación en el año 1990. Han sido cuatro programas, Leader I, Leader II, Leader Plus y el actual Leader 2007-2013 con los que se ha podido ayudar a la creación y desarrollo. La experiencia ha sido positiva, especialmente porque nos ha permitido desarrollar el sector turístico y la valorización del patrimonio natural e histórico de la comarca.

**-¿Qué políticas de fomento empresarial realizan desde el Consell Comarcal?**

Desde el 1991 funciona el servicio de creación de empresas del Consell Comarcal, con el primitivo objetivo de asesoramiento para la creación de empresas para evitar la despoblación de esta zona rural. Actualmente y en el marco de colaboración

### ACTIVOS DE TERRA ALTA

De todos los proyectos del Consell Comarcal sobresale por su singularidad la Vía Verde, que desde el año 2000 se ha consolidado como un referente del turismo familiar y de grupos, en donde los amantes del deporte y las excursiones pueden disfrutar del contacto con la naturaleza y el aire libre. Destaca también por su singularidad el proyecto Art al Ras, donde diferentes artistas han realizado actuaciones escultóricas elaboradas con materiales propios del entorno de la Terra Alta. La comarca ha sabido conservar la gastronomía tradicional de las zonas rurales. Sobresalen dos productos, con respectivas denominaciones de origen: el vino y el aceite. Para conocerlos, la Terra Alta dispone de recorridos por la comarca en donde se pueden descubrir panorámicas, edificios y formas de actuar que ilustran al visitante sobre el cultivo de la vid y el olivo, cultivos típicamente mediterráneos que en esta comarca encuentran su máximo esplendor.

con el Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, y dentro de la Xarxa INICIA, el Consell Comarcal ofrece al emprendedor la posibilidad de disponer de unos servicios de calidad para la creación de su empresa. Las líneas de actuación son: sensibilización a posibles emprendedores, información y orientación, asesoramiento a emprendedores y empresas creadas, formación y consolidación de empresas. |

[www.terra-alta.altanet.org](http://www.terra-alta.altanet.org)

**ENTREVISTA CON DAVID ROVIRA I MINGUELLA,  
PRESIDENTE DEL CONSELL COMARCAL DE LA CONCA DE BARBERÀ**

## “Hay que conseguir actividad económica propia en cada municipio de La Conca de Barberà”

Gracias a las nuevas vías de comunicación, en la Conca de Barberà no sólo se apuesta por el turismo sino por la actividad económica de cada pueblo. David Rovira es el Presidente del Consell Comarcal desde 2007. Además de su decidida apuesta por mejoras sociales y medioambientales, Rovira ha impulsado una importante estrategia económica para el territorio.



**UDS. HAN pasado de ser una zona geográficamente alejada a una vía de paso de grandes infraestructuras. ¿Cómo están asimilando este cambio?**

Es cierto que nuestra comarca se está convirtiendo en un enclave estratégico importante. Estamos a una hora de Barcelona, a 40 minutos de Tarragona y de Lleida. Además con el nuevo túnel del Coll de l'Ilha, que se licitó el pasado febrero y que es el último tramo de la autovía entre Tarragona y Montblanc, vamos a estar a sólo 20 minutos de la Costa Daurada, marca de la que formamos parte hace años, mucho antes de saber de la construcción del túnel. Sabíamos que las infraestructuras y las nuevas vías de comunicación llegarían y por ello llevamos muchos años trabajando, para sacarles el máximo partido mediante de diferentes iniciativas empresariales.

**¿A qué tipo de iniciativas se refiere?**

Entre otras, durante los últimos 12 años hemos desarrollado dos programas Leader, centrados en promocionar acciones de desarrollo económico rural e impulsados por la Unión Europea. He-

mos ejecutado uno por sexenio y estamos diseñando el tercero. Se trata de potenciar la iniciativa empresarial en la comarca pero siempre a partir de proyectos ya activados. Nadie se apunta a programa y diseña el proyecto sino al revés. Damos apoyo económico, que puede llegar a ser de una financiación del 35% a proyectos ya en marcha. Se ha creado riqueza que ha beneficiado a la comarca.

**-Cita usted el turismo; ¿es ésta la principal actividad que fomentan?**

En absoluto, Aunque el turismo es muy importante. La Ruta del Císter, con el monasterio de Poblet al frente, es uno de nuestros principales atractivos pero nosotros queremos potenciar además del turismo otras actividades económicas y comerciales. Queremos hacerlo de forma capilar, esto es, en todo el territorio. Queremos que por pequeño que sea cada municipio tenga una empresa, una cooperativa o un comercio.

**¿Cuáles son las estrategias y los planes de futuro económicos diseñados por el Consell Comarcal?**

Debemos continuar potenciando nuestras marcas como la Ruta del Císter o la DO Conca de Barberà, y

también ayudar a la iniciativa privada local. Por ello en breve vamos a inaugurar un vivero de iniciativas empresariales. Se trata de un proyecto que ha supuesto una inversión de 1,2 millones de euros y que ocupará inicialmente un espacio de más de 1.000 m<sup>2</sup>. Daremos apoyo a 16 emprendedores que iniciarán sus empresas y actividades y que serán de diferentes sectores; y, con la ayuda de los fondos FEDER de la UE, se distribuirán talleres a aquellos profesionales que necesiten un espacio para realizar su actividad. |

**Inicia el teu projecte empresarial a la Conca de Barberà OAD Conca de Barberà**



Tel. 977861232  
peconomica@concadebarbera.cat  
www.concadebarbera.cat

## La formación, una inversión segura en tiempos de crisis

**MARIO V. GONZÁLEZ FUENTES**

DIRECTOR DE RESEARCH & DEVELOPMENT DE EAE BUSINESS SCHOOL

**La influencia** que la formación tiene sobre los niveles de empleabilidad de las personas es un debate que aunque se viene abordando desde hace tiempo a partir de múltiples perspectivas es en épocas de turbulencia económica cuando adquiere especial relevancia.

Si en los últimos meses la tarea de encontrar empleo se ha dificultado, una de las soluciones para salir de las colas del paro podría estar en buscar la formación adecuada. La respuesta puede encontrarse en los programas de posgrado, masters u otros cursos de formación superior. Este aspecto se convierte en ese “pequeño” matiz que hace que un jefe de personal o Recursos Humanos pueda decidirse por un candidato concreto. Pero, ¿cuál es particularmente el papel de los estudios de posgrado?

La opinión de los expertos es contundente al identificar a los estudios de posgrado como una de las formas más eficaces para obtener ese “valor añadido” que puede ser directamente aplicado al puesto de trabajo y a la toma de decisiones estratégicas, dos elementos altamente valorados por los empleadores y cazatalentos. En particular, estas opiniones coinciden en resaltar que es ese carácter especializado, práctico y aplicado de sus conocimientos lo que hace más deseables y valorados a los estudiantes de máster y posgrado, y que es eso mismo lo que aporta el elemento diferenciador que podría determinar la decisión final en un proceso de selección o de reducción de plantilla.

A nivel europeo, España destaca por tener actualmente una tasa de paro de aproximadamente el doble que la media para la UE, situada en aproximadamente un 7,4%. Sólo entre el último trimestre de 2007 y el mismo periodo de 2008 el número de parados registrado aumentó en aproximadamente 1.280.300 personas.

El análisis de esta evolución en función de los diferentes niveles de formación arroja conclusiones muy interesantes. El aumento del paro en el periodo analizado se ha debido sólo en un 0,06% al aumento del paro entre la población con estudios de posgrado, frente al 5,83% del total de parados que ha representado el incremento del desempleo entre los universitarios sin posgrado. En otras palabras, mientras que la probabilidad de engrosar las listas del paro durante el último año dado que se contaba con un posgrado fue de aproximadamente 0%, es decir casi improbable, dicha probabilidad fue de aproximadamente el 6% para el colectivo con educación universitaria que no cuenta con posgrado.

Finalmente, analicemos por un momento la situación a nivel regional: destacan entre todas las regiones los casos de Andalucía, Catalunya y Madrid, en donde además de que el colectivo con estudios de posgrado exhibe unas tasas de paro menores que aquellos que no cuentan con dichos estudios, en el último año cuando las condiciones económicas se han recrudecido, estos últimos han visto su tasa de paro aumentar mientras que

para aquellos con estudios de posgrado ha disminuido. El caso de Catalunya es especialmente relevante ya que de estas tres Comunidades Autónomas es la que menor tasa de paro presenta para los activos con posgrado (1,6%), la mitad del nivel nacional para ese mismo trimestre (3,3%). Además, la diferencia que existe en Catalunya a finales de 2008 entre los dos grupos analizados es significativamente importante: casi de tres puntos porcentuales.

En resumen, los datos a nivel internacional, nacional y regional corroboran dos tendencias claras: en primer lugar, cuanto mayor es el nivel de formación de la fuerza laboral, mayores son sus oportunidades laborales; en segundo lugar, y más particularmente, los estudios de posgrado cada vez contribuyen más a escapar de las largas colas de las oficinas de desempleo.

De esta forma, se vuelve patente el papel tan importante que juega la formación en las oportunidades laborales de un trabajador. Especialmente en tiempos de incertidumbre y crisis económica como actualmente vivimos, la formación especializada puede representar un arma poderosa que permite adquirir nuevas habilidades y reforzar las ya existentes, sirviendo de protección contra las adversidades en el mercado laboral. Asimismo, en situaciones de reducción y/o congelación de salarios, la formación interna o externa del empleado se perfila como un elemento altamente motivador que suele generar importantes resultados y, si se sabe canalizar adecuadamente para mostrar sus beneficios, representa un componente de gran valor agregado en la productividad del capital humano en la empresa. |

## Un escenari únic per als teus actes

presentacions  
llançaments de producte  
lliuraments de premis  
rodes de premsa  
congressos  
sopars de gala  
desfilades de moda  
reunions  
convencions  
rodatges



**Teatre Nacional de Catalunya**

www.tnc.cat/empreses

Mecenes

DRAGADOS

CAIXA CATALUNYA OBRA SOCIAL

3 CATALUNYA RÀDIO

ENTREVISTA CON PEDRO RANDEZ, DIRECTOR GENERAL DE THE CORPORATE GYM

## “Bienestar y rentabilidad son los dos conceptos que definen al gimnasio corporativo”

■ The Corporate Gym es líder en España y número dos en Francia en el negocio de los gimnasios para empresas

En los últimos años se ha asentado la idea de que hacer deporte ayuda al rendimiento intelectual de las personas. En países como Reino Unido o Francia los gimnasios corporativos no son ninguna novedad. Desde la visión que le proporcionó ser el Presidente Ejecutivo de Club Med Gym en Francia y su doble nacionalidad francoespañola, Pedro Randez decidió importar en 2005 esta modalidad a España, creando, con cuatro socios más, The Corporate Gym. Con los gimnasios dentro de las propias empresas o en parques empresariales la inversión retorna con creces debido a un menor absentismo laboral y un rendimiento de los empleados mucho más eficaz.

### ¿CUÁL ES la diferencia entre un gimnasio comercial y uno corporativo?

Los gimnasios comerciales tienen accesos de calle, donde la gente se mezcla con otra de horizontes diferentes. Dentro de este segmento están los gimnasios de capital privado y las instalaciones de delegación pública. Aparte de esto existe el segmento de los gimnasios en empresas y parques empresariales. La diferencia es que estos últimos están hechos para una entidad y su acceso está reservado a los empleados. Se trata de grandes empresas, de perfil internacional, que quieren cuidar a sus empleados para mejorar su eficiencia y fidelizarlos. Hoy en día y tras cuatro años de actividad en España, hemos creado y gestionamos 22 gimnasios entre Barcelona, Madrid y París. De aquí a finales de año tenemos previsto abrir tres más, actualmente en fase de desarrollo.

### ¿Por qué en España sigue habiendo temor a desarrollar esta tendencia?

Curiosamente, España tiene una tasa de penetración de los gimnasios comerciales en la población de las más elevadas de Europa, con un promedio del 14%; Catalunya supera el 20%. En Francia, esta tasa apenas llega al 5%. No obstante, únicamente en París existen más de 60 gimnasios en empresas, mientras que en España, y siendo muy generosos, apenas 10. Creo que la diferencia de desarrollo de este segmento aquí es la dificultad de los grandes empresarios

españoles a considerar que un gimnasio de empresa no es una frivolidad, sino una herramienta genial de marketing interno, y una forma clara de mejorar la eficiencia de las plantillas y el clima laboral. El coste es nulo al lado de lo que se gana gracias a la eficiencia y el bienestar moral y físico de sus empleados. Además, para los parques empresariales, es una manera muy eficaz de rentabilizar el patrimonio inmobiliario.

### “Un gimnasio de empresa no es una frivolidad, sino una herramienta genial de marketing interno”

#### ¿A qué se refiere?

Cuando las empresas se trasladan a las afueras de las grandes ciudades se mudan a parques empresariales. Para mejorar la aceptación de sus empleados, las empresas buscan servicios añadidos, como restaurante, guardería o fitness. Por otra parte, la propiedad del parque mejora el nivel de los alquileres, creando nuevas formas de ingresos para rentabilizar espacios difíciles de comercializar... Hay que dejar claro que no somos competidores de los clásicos gimnasios de fitness, al contrario. Como nuestra cuota es bajísima (eso sí la hay), el empleado, que se acostumbra a ir al gimnasio, se apunta a uno de barrio para cuando no está en la oficina.



**“Haciendo deporte se está menos enfermo, ayuda a desestresar y a crear comunicación con los compañeros de trabajo”**

piscina, tratamientos de belleza) porque no va acorde con el concepto de gimnasio de empresa. Haciendo deporte se está menos enfermo, ayuda a desestresar, a crear comunicación con tus compañeros de trabajo, y eso revierte en una mayor eficiencia. Nosotros promovemos esta doble vertiente: dar un beneficio social saludable al empleado y la eficiencia laboral, lo que beneficia a la empresa. Bienestar y rentabilidad son los dos conceptos que definen al gimnasio corporativo. El coste real es bajísimo con una inversión muy razonable. Anualmente representa una parte muy pequeña del presupuesto de recursos humanos. ■

#### THE CORPORATE GYM EN ESPAÑA

El mundo de los gimnasios corporativos no da fácilmente el nombre de sus clientes, por ser un mercado muy competitivo. The Corporate Gym trabaja para grandes bancos, aseguradoras o laboratorios. Algunos ejemplos son: Accenture, Pfizer, Sanofi, Novartis (abierto hace muy poco en Barcelona), Abertis, Pepsi, BNP, Renault, Procter & Gamble, Parque Empresarial de Las Mercedes (Madrid), entre otros. A la pregunta de si tienen intención de ir más allá, Randez responde: “Antes de ir a otros países queda mucho camino por recorrer en España, el mercado es aún ancho donde estamos”.

[www.thecorporategym.com](http://www.thecorporategym.com)  
[info@thecorporategym.com](mailto:info@thecorporategym.com)

ENTREVISTA CON CARLES MEILÁN, DIRECTOR DE CET10

## “El wellnessjob mejora la calidad de vida de los empleados”

Barcelona es, tras San Francisco, la segunda ciudad mundial en uso de instalaciones deportivas. La herencia patrimonial de los Juegos Olímpicos de 1992, el concepto de actividad deportiva como salud y fuente de bienestar y el tejido asociativo deportivo catalán han convertido a la capital catalana en un ejemplo a seguir. Sobre esta actividad, la promoción de la actividad física y el ocio, tiene mucho que decir CET10, pionero en la gestión de programas de salud y actividad física en el propio centro de trabajo.

### CET10 lleva más de 15 años gestionando centros deportivos públicos y privados y fomentando la actividad física y el ocio. ¿Qué cambios se han experimentado en este tiempo?

En los últimos 20 años hemos pasado de un concepto de deporte ligado al rendimiento y a la competición a otro que tiene que ver con la salud y el bienestar de las personas y con un fuerte componente educativo, abier-

to e inclusivo. Nosotros utilizamos más el concepto de actividad física que de deporte. Ésta es nuestra filosofía, y así ejecutamos en los ocho centros deportivos, públicos y privados que gestionamos, que ocupan más de 30.000 m<sup>2</sup>, a los que asisten más de 20.000 abonados.

### ¿Es éste el concepto de salud corporativa que ustedes promueven?

Efectivamente. El entorno laboral tiene un impacto direc-

to en la salud de las personas y puede generar estrés, cansancio y ansiedad. En CET10 ofrecemos el llamado wellnessjob, un servicio integral de salud para las empresas que incluye el diseño, creación y gestión de centros de fitness y salud en el propio centro de trabajo.

“El concepto de ligar deporte a empresa no es nuevo, siempre ha habido ligas de fútbol sala entre empresas y acuerdos con gimnasios...”

Nosotros también ofrecemos esta posibilidad pero queremos ir un poco más allá siguiendo el modelo europeo y norteamericano. No sólo como el caso de Almirall, donde gestionamos desde 2004 los cuatro gimnasios que tiene la empresa en sus propias instalaciones, sino que también ampliamos la oferta a temas que no son estrictamente deportivos y van ligados al ocio o directamente al bienestar. Un



ejemplo es un programa de tai chi que realizamos para una importante mutua aseguradora o ejercicios físicos para embarazadas, la organización de salidas los fines de semana no sólo para los empleados sino también para las familias. El wellnessjob va más allá de la actividad física e incluye nutrición, fisioterapia, rehabilitación y relajación.

### ¿Cuáles son los beneficios para el empleado y para las empresas?

Tenemos estudios que demuestran que gracias al wellnessjob los empleados mejoran

su calidad de vida, concilian mejor su vida familiar y mejoran su salud. Las empresas que implantan estas dinámicas están gratamente sorprendidas por la fidelidad que generan y por la mejora del ambiente profesional. La media de continuidad es del 40% de las plantillas, tal vez de gente que no realizaría ninguna actividad física de no ser dentro de la empresa. Se aumenta la fidelidad a las empresas y la satisfacción del empleado. ■

[www.cet10.org](http://www.cet10.org)



De izquierda a derecha: Pedro Villarroya (Group Manager), Xavier Gilabert (Corporate Development Manager), Alberto Hernando (Club Manager Europolis Les Corts), Larissa Araujo (Human Resources Director Iberia), Josep Viladot (Regional Director España), Feliu Ruiz (Club Manager Europolis Gracia), Jordi Bonich (Club Manager Holmes Place Urquinaona), Roque Sagnier (CFO Iberia), Isabel Ferrández (Club Manager Holmes Place Balmes)

**ENTREVISTA CON JOSEP VILADOT, REGIONAL DIRECTOR - ESPAÑA, LARISSA ARAUJO, HUMAN RESOURCES DIRECTOR - IBERIA, Y PEDRO VILLARROYA, GROUP MANAGER - BARCELONA, DE HOLMES PLACE**

# “Siempre buscamos fórmulas para innovar dentro del mercado del fitness”

■ Holmes Place Health Clubs es una cadena de clubes de fitness líder en la Península Ibérica

En medio de los vaivenes económicos, la innovación tiene más vigencia que nunca, ya que supone ofrecer un valor añadido. Por este motivo, Holmes Place ha puesto recientemente en marcha distintas iniciativas como, por ejemplo, la Tarifa Top 24, una cuota que permite estar en forma con condiciones realmente ventajosas, y el programa “+2X por Semana”, que tiene como objetivo que los socios experimenten los beneficios de practicar ejercicio físico de forma regular. Esta cadena ha sido pionera en ofrecer el servicio de entrenamiento personal a sus socios y en la implantación del Wellness Check, una evaluación del estado físico que se efectúa después de la inscripción.

**¿EN QUÉ CONSISTE exactamente la tarifa Top 24?**

**Josep Viladot:** Parte del concepto de que la clave para estar en forma es practicar ejercicio de manera regular y continuada en el tiempo. Por lo tanto, todas las personas que acepten esta idea y se comprometan a hacer ejercicio durante 24 meses, gozarán de una cuota mucho más ventajosa en nuestros clubes. Se trata de un micro crédito al consumo sin interés que te permite ser socio de la cadena con condiciones muy especiales, y al alcance de todos. Además, con Top 24 se puede entrenar en cualquiera de los clubes que la cadena tiene en España y Portugal. Permite viajar por la Península Ibérica sin dejar de estar en forma.

**¿Cómo surgió la idea de lanzarlo?**

**J.V.:** Había llegado el momento de lanzar un producto nuevo en el sector del fitness, que tuviera beneficios para ambas partes (win/win), premiando la continuidad en la práctica del ejercicio físico. El mercado está cansado de las guerras de precios y de las promociones que sólo hacen que devaluar los clubes de fitness y la importancia de estar en forma.

**¿Quién puede beneficiarse de estas condiciones tan especiales?**

**J.V.:** La tarifa Top 24 está pensada para cualquier persona que resida y tenga una cuenta bancaria en el estado español. El compromiso por parte del socio es desarrollar un plan de entrenamiento que dure un mínimo de 24 meses.

**“La clave para estar en forma es practicar ejercicio de manera regular y continuada en el tiempo”**

**“El mercado está cansado de las guerras de precios y de las promociones que devalúan a los clubes de fitness”**

**“Las personas que entrenan un mínimo de dos veces por semana, durante las 10 primeras semanas, conseguirán ‘engancharse’”**

**“Hemos realizado una extensa campaña de formación dirigida tanto a la dirección como a jefes de departamento, personal de recepción, fitness, ventas, limpieza y mantenimiento”**

**—Siendo fiel a su misión de empresa de “Ayudar a las personas a mejorar la calidad de vida a través de la práctica de ejercicio físico”, Holmes Place ha lanzado el programa “+2X por Semana”. ¿En qué consiste?**

**Pedro Villarroya:** Este programa está basado en el modelo de cambio de conducta, que refleja los pasos que sigue cualquier persona antes de tomar una decisión, en este caso entrenar. Primero, hay una fase de contemplación, después de un detonante como puede ser la llegada del verano o un resultado negativo en una revisión médica, entramos en la fase de acción que, en este caso, sería apuntarse al club de fitness. Después, viene lo más difícil: el mantenimiento. Esta etapa es vital y es donde incide el programa “+2X por Semana” de Holmes Place.

**¿Qué beneficios se obtienen con este programa?**

**P.V.:** Está comprobado que las personas que entrenan un mínimo de dos veces por semana, durante las 10 primeras semanas, conseguirán “engancharse” a los múltiples beneficios del deporte.

**¿Quién puede apuntarse a este programa?**

**P.V.:** Todas las personas que se apuntan a los clubes del grupo Holmes Place-Europolis, podrán participar gratuitamente en el programa “+2X por Semana”. Así, podrán beneficiarse de un seguimiento personalizado de su entrenamiento en el club. Des-

## LA EMPRESA

Holmes Place Health Clubs es una cadena de clubes de fitness líder en la Península Ibérica. Holmes Place Iberia, que incluye las marcas Holmes Place y Europolis, tiene actualmente más de 100.000 socios y cuenta ya con 28 clubes entre España y Portugal, 11 de los cuales se encuentran en Madrid, Barcelona, A Coruña y Zaragoza. Holmes Place Health Clubs es una cadena de origen británico que opera en el mundo del fitness desde 1979 y que aporta a sus socios las últimas novedades en fitness del mercado.

Holmes Place es un concepto definitivo de centros de health & fitness. Su objetivo prioritario es ayudar a sus socios a mejorar su calidad de vida a través del ejercicio físico. Con un equipamiento vanguardista y avanzado, un completo programa de actividades para todos los gustos y la ayuda de unos profesionales de máximo nivel, los clubes de fitness Holmes Place son la opción definitiva para que la práctica del ejercicio físico resulte estimulante. Bajo el lema “Una vida. Vívela bien”, estos clubes reúnen absolutamente todos los ingredientes para que el ejercicio resulte divertido, personalizado y, sobre todo, beneficioso.

pués de las 10 semanas, si han finalizado el programa con éxito, se les premiará por su perseverancia.

**¿Cómo se consigue implicar a todo el equipo de Holmes Place para que hagan un seguimiento personalizado del socio?**

**Larissa Araujo:** Para llevar a cabo este programa con efectividad, y asegurarnos de que el equipo entendía la importancia de su papel, hemos realizado una extensa campaña de formación dirigida tanto a la dirección de la compañía como a jefes de departamento, personal de recepción, fitness, ventas, limpieza y mantenimiento. Todos han recibido formación específica acerca del programa “+2X por Semana” para poder apoyar a los socios en todo momento y guiarles hacia la consecución de sus objetivos. ■

ENTREVISTA CON DAVID ABREU, DIRECTOR GENERAL DE CIBEREVENTS

## “El sector de los eventos empresariales requiere dar un paso adelante en los sistemas de acreditación”

Ciberevents ofrece nuevas fórmulas que aportan una visión global al organizador

El sector de los eventos empresariales está en constante evolución e implica dar un paso adelante en los sistemas de acreditación. Dentro del grupo PAP Congresos, Ciberevents destaca por su aportación tecnológica, las soluciones personalizadas que ofrece a sus clientes y una experiencia de más de ocho años en control de accesos, lo que le ha llevado a colocarse a la cabeza del sector.

### ¿CÓMO PUEDE ayudar la innovación tecnológica en los eventos empresariales?

La adecuada aplicación de la actual tecnología incide en un mejor análisis de la inversión realizada en un evento, pues los resultados del impacto producido son el motor de próximas ediciones. Además, permite analizar pormenorizadamente los focos de interés de los participantes y facilita su interacción. Es necesario avanzar en los sistemas de acreditación, ya que son un elemento clave a la hora de realizar un seguimiento de los puntos de interés del acreditado. La implantación de un código de barras en las acre-

ditaciones, y su posterior lectura en los puntos deseados, permite obtener una información muy valiosa para el organizador. Otros sistemas similares son las acreditaciones con RFID, provistas de un micro-chip que, mediante radiofrecuencia, emite una señal que es captada por unas antenas receptoras permanentemente en contacto con un servidor central, lo que nos permite conocer en cada momento los pasos registrados. También existe un formato similar a los códigos de barras, denominado QRCode o Códigos de Respuesta Rápida que, a diferencia de los códigos de barras que sólo recogen números, puede



“La actual tecnología incide en un mejor análisis de la inversión realizada en un evento”

ENTREVISTA CON IGNASI CAMP, SOCIO FUNDADOR DE EVOLMENT SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

## “La colaboración web permite gestionar eventos profesionales a distancia”

Evolment distribuye en España soluciones informáticas como iLinc, una herramienta especializada en la gestión online de reuniones, conferencias, formación y soporte técnico remoto

La reducción de costes es un elemento esencial en toda gestión empresarial y en la actualidad puede determinar la supervivencia misma de una empresa. Paralelamente las organizaciones no pueden dejar de ofertar servicios de calidad ni tampoco pueden suprimir los encuentros a distintos niveles entre sus miembros. Por ello cada vez son más las empresas que apuestan por herramientas no presenciales de comunicación y gestión. Una simple conexión a Internet sin necesidad de instalar ningún software permite “reunir” a la vez, en un seminario virtual, a centenares de personas a miles de kilómetros de distancia. Esta vía de negocio, con una importante aplicación en el sector turístico y de convenciones, es la que desarrolla Evolment. Su socio fundador, Ignasi Camp, atendió a Negocio.

### ¿HASTA QUÉ PUNTO la actual situación económica ha precipitado la implantación de herramientas de gestión online como iLinc?

En cierta manera puede haber despertado más interés, pero por sus prestaciones, su calidad y su coste ya estaba funcionando con éxito en

otros países. Se trata de una apuesta tecnológica que permite conseguir resultados inmediatos, incluso a las pocas horas de utilizarse. Eso es algo que enseguida valoran las empresas.

¿En qué consiste el software y cuáles son sus principales usos? iLinc Colaboración Web proporcio-

na herramientas especializadas en la gestión online para reuniones, conferencias, e-learning y soporte técnico. Las reuniones pueden ser presentaciones, demostraciones totalmente online de manera interactiva y colaborativa. Las conferencias nos permiten gestionar eventos profesionales a distancia a través de videoconferencias, seminarios web, reuniones con inversores y accionistas, lanzamientos de producto o ruedas de prensa. En lo que a e-learning se refiere, ya son centenares de universidades y otras entidades educativas las que lo utilizan como complemento a las sesiones presenciales.

### ¿Cuáles son sus principales ventajas?

Los costes de iLinc son realmente competitivos y las posibilidades que ofrece son muchas. Sin ir más lejos se puede disponer de una solución para realizar seminarios web por menos de 100 euros al mes. Además iLinc cuenta con un elemento llamado Green Meter que permite cuantificar el ahorro en coste, tiempo y emisiones de CO<sub>2</sub>. Para algunas empresas este ahorro ha supuesto más de un millón de euros anuales. También hay que destacar que gracias a este sistema se mejora la eficiencia en el trabajo y la conciliación de la vida familiar, ya

### MEDIDAS ASEQUIBLES TAMBIÉN PARA PEQUEÑOS EVENTOS

La primera impresión que un asistente a un evento tendrá de éste cuando su proceso de acreditación sea ágil y efectivo redundará en todo el encuentro. Por ello, tampoco los pequeños eventos pueden perderse la facilidad y funcionalidad de un sistema que se traduce en un gran beneficio para los organizadores. Según David Abreu, director general de Ciberevents, “el que lo prueba, repite”. Respecto a los costes, la tendencia actual es analizar aquellos factores que verdaderamente generan un retorno cuantificable y cualificable de la reunión. Estas soluciones aportan un valor al conjunto del evento, cualquiera que sea su tamaño.

albergar otros caracteres, como son las letras. Esto permite la inclusión de los principales datos de contacto de ese acreditado, que podrían ser leídos por cámaras de teléfonos móviles y transformados en una información de contacto que directamente se puede almacenar en la memoria del dispositivo.

### ¿Es necesaria formación previa para conocer estos sistemas?

Su implantación es muy popular en nuestros días. Estamos acostumbrados a ver las antenas antihurto en casi todos los establecimientos comerciales, y en breve veremos en muchos medios impresos los QR Codes como un anuncio más. Respecto a los DNI electrónicos, su implantación es mayor cada día, y el ciudadano se da cuenta de las ventajas que este nuevo documento tiene, ya que minimiza y facilita muchas gestiones. La aplicación de esta tecnología también ha reducido los tiempos de localización de inscripciones en los eventos. Basta con hacer una lectura del documento, y el sistema, automáticamente, realiza una búsqueda de la información asociada. Esto permite la autoimpresión de acreditaciones por los asistentes o la modificación de la agenda de ci-

tas en el evento, al tiempo que se agiliza el proceso de localización de personas inscritas. En ocasiones, los organizadores se apoyan en nuestra experiencia previa, lo que les aporta un conocimiento que facilita el éxito para el convocante.

### ¿Cuáles son los principales errores que se cometen por no usar la tecnología en este tipo de eventos?

Se trata más bien de una cuestión de imagen acorde a los tiempos actuales y a la alta efectividad de esta tecnología en nuestro sector. En un evento hay que tener en cuenta otra cuestión importante: la sostenibilidad asociada a estas tecnologías, que permite importantes reducciones de papel en informes generados por el sistema o la impresión exclusivamente de las acreditaciones de los asistentes. |

“El uso de los nuevos servicios es una cuestión de imagen acorde a los tiempos actuales”

CIBEREVENTS  
www.ciberevents.es



que los profesionales pueden trabajar conjuntamente desde distintas ubicaciones sin tener que desplazarse. Desde el punto de vista de negocio el hecho de poder reunirse o de realizar una presentación comercial a varias personas ubicadas en cualquier lugar del mundo amplía tremendamente las posibilidades de cualquier organización, es decir, gastando menos podemos hacer mucho más.

### ¿Cómo ha visto evolucionar la distribución de sus productos en los últimos años?

Desde nuestro inicio en 2003 la evolución y los cambios en la distribución de software han sido constantes. Tal vez lo más destacado es que nos dirigimos hacia el concepto de Software como un Servicio (SAAS, en sus siglas en inglés). El nuevo software se obtendrá bajo demanda a través de Internet, aunque esto no significa el final de los canales tradicionales de venta como los que conocemos en la actualidad. |

### FOOTPRINTS Y AVG

Evolment Soluciones Tecnológicas se creó en Barcelona en 2003 y cuenta con delegaciones en Madrid y representantes en Francia, Portugal y Latinoamérica. Su equipo está compuesto por 15 profesionales, entre técnicos y comerciales, que no sólo implantan el software en las empresas sino que también dan el soporte necesario en formación y mantenimiento de las distintas aplicaciones. Junto a iLinc, la empresa también comercializa FootPrints, una herramienta Help Desk que automatiza procesos y que puede integrarse con otras aplicaciones y también AVG, un sistema de seguridad para particulares y empresas que está implantado en más de 80 millones de ordenadores en todo el mundo.

www.evolment.com

ENTREVISTA CON MARÍA EUGENIA GÓMEZ, RESPONSABLE DE GRANDES CUENTAS DE ROYAL CARIBBEAN EN ESPAÑA

# “Los cruceros como viajes de incentivo están todavía por descubrir”

Royal Caribbean es pionera en este sector, que permite combinar ocio y negocio

El incentivo de empresa en el mar es un viaje bastante desconocido en España, debido a que el crucero se introdujo en nuestro país más tarde que en EE.UU. o Europa. Sin embargo, poco a poco se van descubriendo sus ventajas. Royal Caribbean es una compañía internacional, y la segunda más grande a nivel mundial en la industria de cruceros, además de ser pionera en el incentivo de empresa en nuestro país.

## ¿QUÉ SERVICIOS ofrece Royal Caribbean para las empresas?

Los barcos de Royal Caribbean son los más grandes del mundo y auténticos hoteles flotantes, que facilitan no solamente los servicios que ofrece un resort, sino mucho más.

Uno de los pilares de nuestra compañía es la innovación y todos nuestros barcos ofrecen servicios e instalaciones sorprendentes para nuestros clientes. Un crucero permite muchas más posibilidades que un viaje en tierra, ya que no hay que desplazar maletas



## UN CRUCERO COMO INCENTIVO... ¿SALE MUY CARO?

En noviembre Royal Caribbean contará con el Oasis of the Seas, un nuevo barco que, con 220.000 toneladas y capacidad para 6.000 personas, será una auténtica revolución en la industria de los cruceros. Un incentivo en este tipo de barcos es ya un destino en sí, algo totalmente innovador, aunque las siguientes gamas de barcos, con toneladas entre 146.000 y 70.000 toneladas, también ofrecen, según la responsable de Grandes Cuentas de Royal Caribbean, “muchísimos atractivos que no hay que perderse”. En cuanto a precio, según María Eugenia Gómez, “es mucho más barato que un viaje por tierra, especialmente si se aprovechan las oportunidades que se están ofreciendo para este año y 2010, debido a la situación económica que estamos atravesando”. El precio medio oscila entre los 75 y los 160 euros/día por persona.

y se puede mover un número alto de pasajeros con una gran comodidad. Además, tiene la ventaja de poder tener a todos los invitados de una empresa en un único espacio, lo que permite hacer una fijación de marca o la personalización de un incentivo, pero a la vez ofrece a los clientes una gran independencia.

## ¿Cuáles son las ventajas de un crucero como viaje de incentivo?

Una de ellas es la comodidad que ofrece para poder tener reuniones de trabajo. Los barcos disponen de impresionantes centros de negocios, con capacidad para 400 personas y se pueden organizar todo tipo de actos, como cócteles privados, siempre y cuando no interrumpan el normal funcionamiento del barco para el resto de pasajeros. Otros servicios, como la personalización de la información diaria o los menús con el logotipo de la empresa, son también muy valorados. Nos adaptamos a cualquier sugerencia por parte de la empresa y a cualquier tipo de grupo, desde 16 personas, que sería el estándar mínimo, hasta un chárter de casi 4.000 personas. Otras ventajas son la satisfacción de la persona que recibe el incentivo, ya que los barcos son auténticas ciudades flotantes, y el precio medio por día que, comparativamente, es más bajo que si la empresa realiza un viaje por tierra. Hay que tener en cuenta que en un crucero está incluida la restauración, el uso y disfrute de todas las instalaciones del barco, desde la asistencia a espectáculos tipo Broadway en un teatro para 1.400 personas, al gusto de pasear por una calle parecida a la de una gran ciudad, con sus bares, restaurantes y tiendas, a actividades más concretas como pista de patinaje sobre hielo, un mini-golf o una cancha de baloncesto reglamentaria.

## ¿Cuál es el perfil de clientes que tiene Royal Caribbean?

Tenemos tres marcas determinadas por el servicio o, lo que es lo mismo, el número de tripulantes por pasajero, y cada una tiene su propio perfil específico. Pero en general, el cliente de empresa tiene entre 30 y 50 años, y en algunos casos es incluso más joven, pues este tipo de viajes es una compensación que la empresa hace a sus empleados según los criterios que se estimen, aunque normalmente va ligada al sector de las ventas.



## ¿Cómo está afectando la crisis a los cruceros y más concretamente a los viajes de incentivos?

Dentro del sector de productos dedicados a turismo, el crucero es al que menos está afectando la crisis, por varias razones: en primer lugar por una cuestión de precio, ya que comparativamente es más barato que cualquier otro producto por tierra, y además por las experiencias que permite un viaje de estas características. En su día, Royal Caribbean apostó por España y cada vez tenemos más barcos saliendo de puerto español, lo que facilita un abaratamiento de costes. El crucero, además, está de moda, y España es aún un mercado emergente, que está por desarrollar, especialmente en el mundo de la empresa. Sin embargo, lo que hemos hecho es reorganizar algunos de nuestros productos atendiendo a las necesidades de nuestros clientes.

Tanto en 2009 como en 2010 estamos lanzando cruceros cortos, de 4 noches/5 días, saliendo de Barcelona y Málaga, que son perfectos como incentivo. Las empresas no pueden dejar de hacer este tipo de viajes para no reducir sus ventas, pero sí es cierto que prefieren cruceros con menos días, porque se ajustan mejor a sus posibilidades. Hay que destacar que durante todo el año ofrecemos múltiples posibilidades de itinerarios y precios.

## ¿Con qué imagen y recuerdos se quedan los cruceristas?

Para aquellos que nunca han hecho un crucero, su primera impresión es de sorpresa ante todas las opciones que ofrece el barco. Muchos repiten, pero esta vez con su familia. Otro de los grandes descubrimientos son las enormes posibilidades que ofrece tanto la ciudad como el puerto donde se embarca, como la genial ciudad de Málaga, lo que hace que cada vez haya más gente que la escoja como punto de partida de su viaje. |

ROYAL CARIBBEAN

[www.royalcaribbean.es](http://www.royalcaribbean.es)


## CRUCEROS DESDE MÁLAGA

Escapadas en Otoño a bordo del Navigator of the Seas

### MADEIRA Y CANARIAS

Itinerario: Málaga, Tenerife, Funchal, Málaga  
Salidas 2009: Octubre: 15 y 25; Noviembre: 4

### RIVIERA FRANCESA

Itinerario: Málaga, Ajaccio, Niza, Málaga  
Salidas 2009: Octubre: 10\*, 20\* y 30  
\*Niza se sustituye por Toulon.

5 NOCHES DESDE

**357€**

Precio por persona en interior. Incluye pensión completa y tasas de embarque. No incluye servicio a bordo (propinas).

### ESCAPADAS CON:



- Comunicaciones a bordo
- Entretenimiento
- Excursiones en tierra
- Cocina y menús en español
- Tripulación internacional y asistencia en español
- Cena dónde y cuándo quieras hasta las 21:30 hrs.



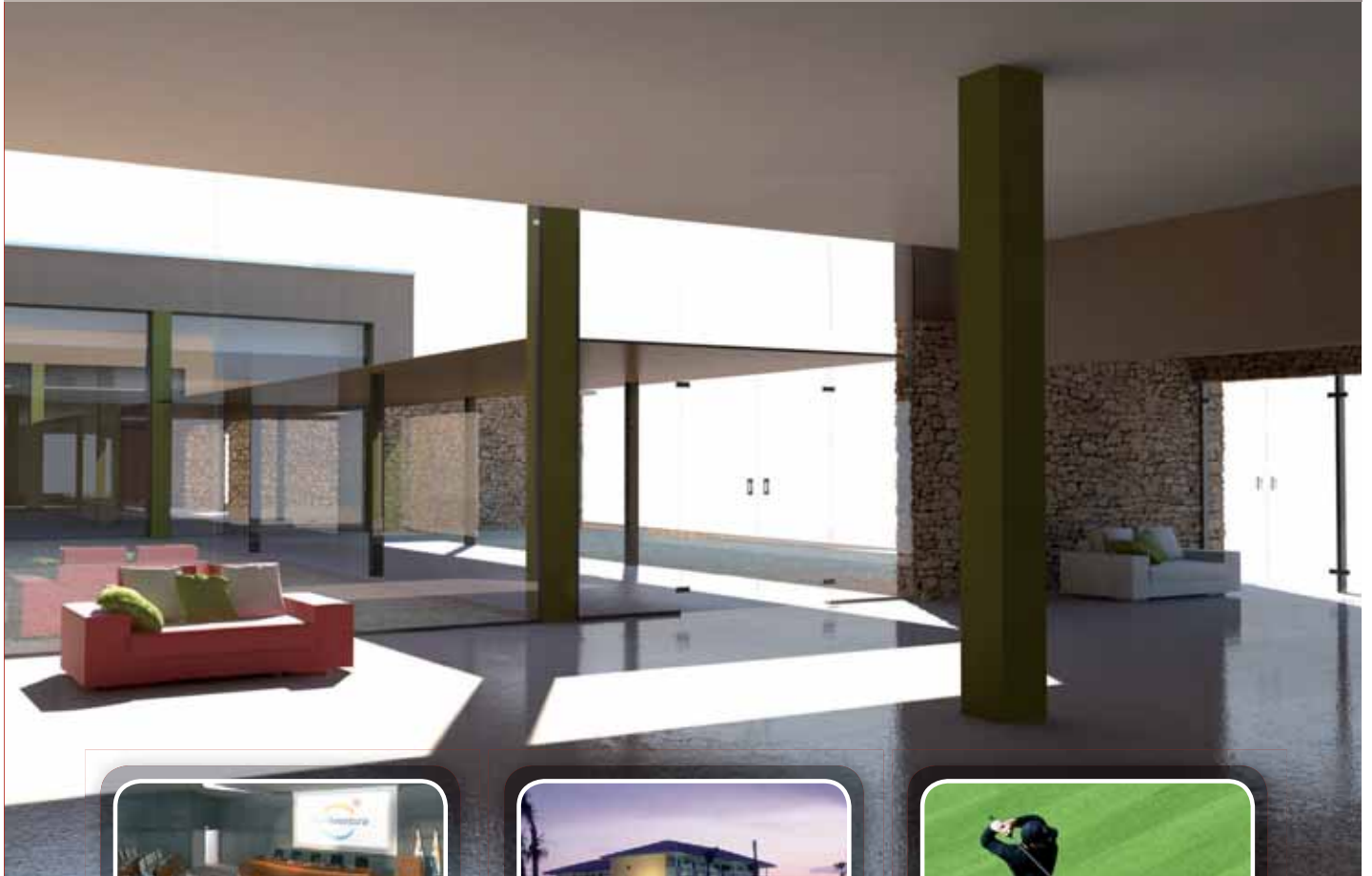
Precios especiales para niños  
Consulta condiciones

Más información en las agencias de viajes o en el 902 345 155

[www.muchoMasqueunaescapada.com](http://www.muchoMasqueunaescapada.com)



# Solución integral para la organización de eventos



### PortAventura Convention Centre

Capacidad para 4.000 personas  
Inauguración Octubre 2009



2.000 habitaciones  
a tan sólo 1 hora  
al sur de Barcelona



3 campos de golf,  
2 de ellos diseñados por  
Greg Norman

Todos los elementos del éxito centralizados en una solución integral y única.

Instalaciones modernas y flexibles, 2.000 habitaciones, amplia oferta gastronómica, 3 campos de golf, 1 parque temático, 1 parque acuático, 1 Beach Club y la ubicación perfecta en un entorno privilegiado: oferta cultural, playa y a tan sólo 1 hora al sur de Barcelona.