

INCASÒL

Inversión en la nueva sede

■ La Generalitat iniciará a mediados de 2009 las obras de construcción de la nueva sede del Institut Català del Sòl (Incasòl), que supondrán una inversión de 26 millones de euros. El edificio se ubicará en unos terrenos de 1.903,52 metros cuadrados en l'Hospitalet de Llobregat, junto al centro comercial Gran Vía 2.

NIKE

El grupo estadounidense se instala en Passeig de Gràcia

■ La multinacional estadounidense Nike pone en marcha hoy su cuarto establecimiento en Barcelona. El local está ubicado en el número 29 de Passeig de Gràcia, en un edificio propiedad de la inmobiliaria catalana Altimg. El nuevo punto de venta contará con más de mil metros cuadrados y tres plantas de altura, donde la empresa venderá toda su gama de productos. Nike cuenta con un establecimiento de 400 metros cuadrados en Las Ramblas, otro en el Aeropuerto del Prat y una tienda dedicada a la mujer en el centro comercial L'illa Diagonal. La planta baja del inmueble está ocupada también por Ermenegildo Zegna y el resto del edificio está alquilado por la cadena hotelera Hotusa.

GRUPO ROB

La inmobiliaria sortea pisos a 50 euros en Santa Coloma

■ La promotora Grupo Rob, con sede en Badalona, ha decidido organizar el sorteo de 31 viviendas que no logra vender en Santa Coloma de Gramenet (Barcelonès) mediante la emisión de unos boletos que costarán 50 euros cada uno. Con esta iniciativa, la empresa pretende dar salida a una treintena de pisos nuevos de entre 50 metros y 90 metros cuadrados, informa Efe. Los responsables de la compañía empezarán hoy a vender los 7.000 boletos que se emitirán por vivienda, a razón de 50 euros cada uno. En el caso de vender todos los boletos, la promotora recaudará 350.000 euros por piso. El sorteo, que tendrá lugar en un plazo de tres meses, sólo se celebrará si el promotor vende un mínimo de 6.500 papeletas.

JOAN LAO

Entrada en Latinoamérica

■ La firma de interiorismo Joan Lao entra en el mercado latinoamericano con el diseño de la nueva sede de Canal 9 en Costa Rica. Joan Lao cuenta con una trayectoria de cerca de tres mil proyectos de interiorismo, además de doce mil referencias de piezas de mobiliario, iluminación y tapicerías.

La feria internacional de viajes de incentivos EIBTM arrancó ayer con pronósticos de recortes de presupuestos y pronósticos de concentración empresarial.

El fin del turismo de negocios de las cabañas

Escribe Cristina Fontgivell

El sector del turismo de negocios ha iniciado en el último año un proceso de concentración sin precedentes, según Rob Davidson, profesor de la universidad británica de Westminster y analista de la feria de conferencias, incentivos y viajes de negocios EIBTM. Davidson aseguró ayer, en la primera jornada del certamen que tiene lugar en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, que aún es pronto para conocer el impacto de la crisis económica en el sector, pero afirmó que servirá para poner fin a "la época de las cabañas, que serán sustituidas por grandes compañías globales". Esta concentración se ha extendido también a las plataformas de promoción del turismo de negocios, según Davidson. En el caso español, Turisme de Catalunya ultima la creación de un organismo especializado en este segmento que "actúe como marca paraguas para las siete plataformas que ya existen en Catalunya", explicó ayer Turisme de Catalunya. La nueva entidad iniciará su actividad en 2009.

Las empresas del sector transmitían ayer un moderado optimismo en la primera jornada de la edición de 2008 de EIBTM. La organización asegura que aún es pronto para hacer una estimación clara del número de asistentes, pero prevé mejorar las cifras de asistencia del año pasado. En 2007, visitaron el salón 7.218 personas, un 20% más que el año anterior. En la edición actual, destaca el incremento de las ciudades que cuentan con un expositor propio por primera vez. Es el caso de Chicago, Omán, Jordania y Pekín, entre otras.

Problemas

Según Rob Davidson, "las empresas no van a suprimir sus viajes de negocios, pero es probable que se reduzca la duración de los mismos y se organicen en una ubicación más próxima a la sede de la compañía". Al margen del impacto de la crisis en la cuenta de resultados, que recorta el presupuesto destinado a actividades de este tipo, las empresas del sector reconocieron ayer que uno de los



El salón se prolongará hasta el jueves en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona

Las empresas del sector dicen que el incremento de las tarifas es uno de los principales problemas

principales problemas es el incremento en las tarifas hoteleras y de medios de transporte. Un informe publicado en octubre por American Express Business Travel pronostica un incremento en las tasas aéreas de hasta el 9% y un avance en el precio de las habitaciones de hotel de hasta el 6,5% en Europa el año que viene. "La situación podría empeorar si se tiene en cuenta que dos de los principales clientes del turismo de negocios son las empresas automovilísticas y farmacéuticas, que no pasan por su mejor momento", añadió Davidson.

Los pronósticos para España no son negativos, según Turisme de Barcelona. Las ciudades españolas acogieron 303 grandes congresos en 2007 y Barcelona fue la quinta ciudad más atractiva para la organización de convenciones según la International Congress & Convention Association. Turisme de Barcelona estima que este año las cifras de turistas de negocios se mantengan, pero puedan resentirse el año que viene.

En 2007, tuvieron lugar 1.775 reuniones de negocios en la capital catalana, un 36,2% más que el año anterior, y visitaron la ciudad 629.704 delegados. La entidad no ha querido hacer previsiones de resultados concretas para este año.

Mercado europeo

Ante la crisis, los organizadores de incentivos miran hacia los países más próximos al origen de sus clientes. En el caso de Catalunya, el mercado europeo se convierte en uno de los principales objetivos, pese a que se mantendrán los esfuerzos por vender la autonomía en Asia.

Las cadenas hoteleras y empresas del sector de la restauración cuentan con espacios propios en EIBTM. Joan Carreras, responsable de promoción turística de las bodegas Torres, aseguró ayer que la empresa recibió 130.000 visitas a sus instalaciones de Vilafranca del Penedès en 2007. El 70% fueron turistas extranjeros mientras que el 30%, nacionales. "Este año también será bueno porque, pese a que han caído un 4% las visitas, los ingresos han aumentado un 10%", según Carreras. El responsable de promoción de Torres destacó que actividades alternativas al turismo de ciudad "están ganando enteros en los viajes de negocios".



Olli-Pekka Kallasvuo presentó el N97 ayer en Barcelona. / Elena Ramón

CELEBRACIÓN DEL NOKIA WORLD 2008

Nokia convierte a Barcelona en su atalaya tecnológica

NOEMÍ GÓMEZ, Barcelona

Hoy cierra sus puertas en Barcelona el Nokia World 08, el evento anual más importante del fabricante finlandés de telefonía móvil. Más de dos mil asistentes de todas partes del mundo, entre periodistas, bloggers, desarrolladores, analistas e inversores han asistido a esta cita de dos días de duración en el que Nokia ha aprovechado para desvelar su estrategia de futuro. Su nueva apuesta para el año que viene es el *smartphone* o teléfono inteligente N97, cuyo lanzamiento anunció ayer el consejero delegado de la compañía, Olli-Pekka Kallasvuo.

Ésta es la segunda ocasión que el Nokia World se celebra en Barcelona después de que en 2005 tuviera lugar por primera vez. El Nokia World ya va por su decimocuarta edición. "Este, junto al Mobile World Congress que también se celebra en Barcelona, son las dos citas más importantes del año para la compañía", explicó Sari Lönnqvist, responsable de servicios de comunicaciones de Nokia.

Los directivos de Nokia todavía no han decidido si Barcelona volverá a acoger el

El impacto económico en los hoteles de la ciudad se situará en torno al millón de euros

evento el año que viene. Aun así, Lönnqvist cree que la capital catalana tiene muchas opciones. "Es mi ciudad favorita de Europa", aseguró. Además de un centro de conferencias moderno como el CCIB, donde ha tenido lugar el Nokia World 08, "Barcelona tiene cubiertos aspectos muy importantes para un acto como éste, como son buenos hoteles, transportes y lugares de entretenimiento", dijo la ejecutiva de Nokia.

Los visitantes al foro se han alojado en los hoteles de la zona como el AB Skipper, el Ars, el Princess o el Hilton, todos de cinco estrellas. A razón de una media de 200 euros por noche con dos mil personas alojándose dos o tres días se calcula que el impacto económico sólo en el negocio hotelero de Barcelona se situaría entre 800.000 euros y 1,2 millones.

Pág. 10 Nokia apuesta por la Red