



CONSCIOUS MAG

by INFORMATIVOS.net

NÚMERO 06
AÑO 01



VALLE DE HECHO

TURISMO SOSTENIBLE

DESIGUAL

FUTURE ECONOMY

CUBE

RESTAURANTE
POP-UP



PENÉLOPE CRUZ

PROTAGONISTA
DEL CALENDARIO
CAMPARI 2013



NÚM
ERO

// 06

AÑO

// 01



“El valor del pensamiento inconsciente”

No va a ser un otoño fácil. Tampoco lo será el invierno, ni la próxima primavera o el verano que viene. Nuestra calidad de vida se ha esfumado como por arte de magia, igual que llegó; impuesta por un estilo de vida insostenible y ficticio basado en el consumismo a crédito, que nos impulsó a malinterpretar el concepto de felicidad y bienestar, dotándonos -además- de una autoestima con pies de plomo basada en la soberbia y el pensamiento único del nuevo rico.

Lejos de intentar parecer agorera o pesimista, diré que no es que “la cosa” vaya para largo, sino que jamás “la cosa” volverá a ser igual. Así, todos aquellos que se han puesto la venda en los ojos jurando no quitársela hasta que “la cosa” cambie, deberán aprender a gestionar su frustración para poder reiniciarse y afrontar -sin lamentaciones- una realidad que -por otra parte- no tiene necesariamente que ser nefasta. Pero... ¿qué es la calidad de vida según la sociedad en la que vivimos?. ¿Dos hipotecas para pagar dos casas?, ¿dos créditos para costear dos coches?, ¿dos tarjetas de crédito con intereses desorbitados...?

Es cierto que estos son algunos de los símbolos del éxito según la doctrina del crecimiento económico en las últimas décadas, y que muchas personas asocian el concepto y la palabra “sostenibilidad” a la ausencia de todas estas cosas que, supuestamente, las convierten en hombres y mujeres felices y sanos; por tanto, unen la sostenibilidad a un estilo de vida marcado por las carencias, la marginalidad y la falta de estilo.

Nuestro “pensamiento inconsciente” se aferra al estilo de bienestar insolidario e insostenible para el que hemos sido programados por un sistema consumista que, además de hacernos infelices, nos ha perturbado. Tenemos miedo, un gran sentimiento de pérdida y percibimos la “sostenibilidad” como el estilo de vida de los fracasados y renegados de un sistema neoliberal que, paradójicamente, es socialmente frustrante. ¡Qué gran error! Tomar consciencia de lo que supone el concepto “sostenibilidad” como forma de vida y de pensamiento, es una obligación individual y de grupo. Porque **la “sostenibilidad” no tiene nada que ver con la ausencia de progreso o las carencias; pero sí, y absolutamente, con el aperturismo de la mente hacia el conocimiento, la educación y el compromiso con la sociedad, con el planeta y con las generaciones venideras.**

La “Sostenibilidad” es nuestra única oportunidad de futuro y debe convertirse en el nuevo fundamento de la economía global. El negocio social, la investigación, el diseño, la innovación, la tecnología... todo debe ir encaminado a llevarnos hasta una nueva civilización que respete al individuo, a la sociedad y al planeta. **Porque lo que estamos sufriendo no es una crisis pasajera, sino el ocaso de una forma de vida y de progreso basados en la estafa y en la especulación, generalizados en todas las capas sociales.**

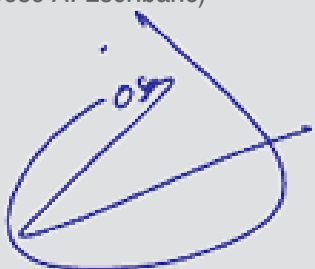
¡Nadie dijo que sería fácil! Nuestro gran logro será grabar los fundamentos de la “sostenibilidad” en nuestro “pensamiento inconsciente”; porque solo así educaremos generaciones con conciencia de sostenibilidad.

GEMA CASTELLANO

Directora

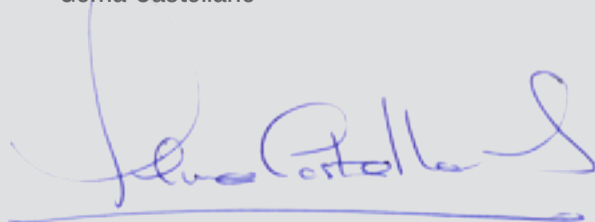
FOTOGRAFÍA

J.A.E. (José A. Escribano)



DIRECCIÓN & REDACCIÓN

Gema Castellano



DISEÑO & MAQUETACIÓN


lkdsdgn.com para impresodigital.es





CARRERA & CARRERA
MADRID

MADRID · SERRANO 76 · BARCELONA · PASSEIG DE GRÀCIA 101
MADRID · BARCELONA · MOSCOW · TOKYO · DUBAI · KUALA LUMPUR
WWW.CARRERAYCARRERA.COM





MADRID · MIAMI



NY · BARCELONA

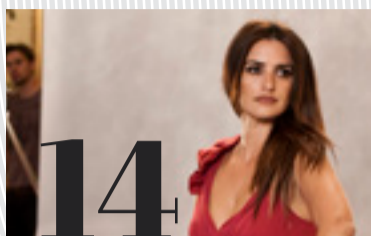


SUMARIO



06

DESIGUAL



14

PENÉLOPE
CRUZ



24

RESTAURANTE
POP-UP



32

MAS DE LES
GRALLES



40

VALLE DE
HECHO



50

HENCHE,
MACALLÁN &
PERELADA



56

SÚPER
RICOS



62

MUHAMMAD
YUNUS



68

SANZ
CABALLERO



74

FUTURE
ECONOMY



78

BIOINDUCCIÓN
CON
DERMAROLLER



81

EMIRATES
DESEMBARCA EN
BARCELONA



85

CARA
TREDGET



91

LA PLUMA
DEL AÑO



94

JOSEAN ALLIJA
& CAFÉS ILLY



98

SHOP &
CHIC

revista@informativos.net

DESIGUAL

REDIBUJA LA
PRIMERA JORNADA
DE LA PASARELA
080





EN LOS JARDINES DEL PALACIO DE PEDRALBES, UN LUGAR IDÍLICO Y MUY APETECIBLE, LAS COLECCIONES TIENDEN A 'PERDERSE' SI NO TIENEN SUFICIENTE FUERZA.



Fotografía: J.A.E.

*Espectacular. Cuando crees que ya no se puede superar, **Barcelona** da un golpe de melena y reposiciona su imagen para aparecer absolutamente irresistible ante el mundo; y esta capacidad de sorprender es -sin duda- un valor añadido, cuando se reciben observadores internacionales procedentes de países como Francia, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, México, Argentina, Brasil, China o Rusia, entre otros, según la organización.*

*La décima edición de la **Pasarela 080** tuvo lugar en los jardines del **Palacio de Pedralbes**, un lugar idílico y muy apetecible donde las colecciones tienden a 'perderse' si no tienen suficiente fuerza, pero el impacto visual es bellissimo. Digno de las propuestas más exquisitas. Lo cierto es que la primera impresión -que siempre, dicen, es la que cuenta- es magnífica. El espacio cuenta con diferentes escenarios dedicados a la investigación de materiales y técnicas, al intercambio de ideas, a las exposiciones y a los* ►

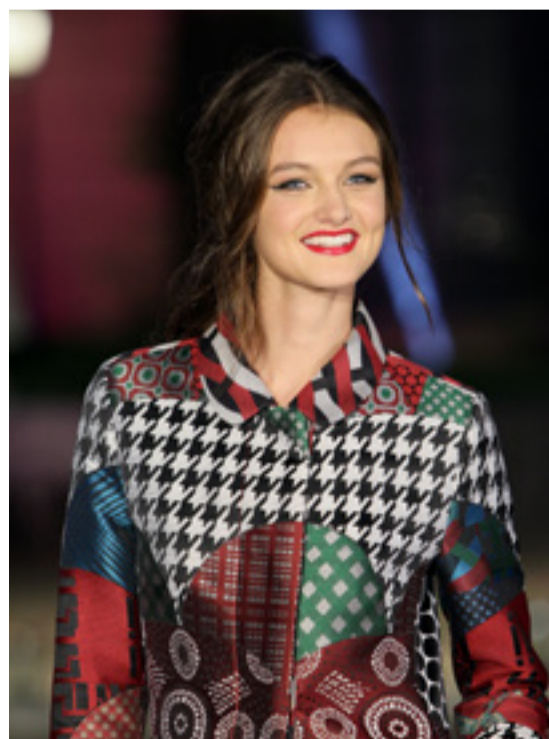
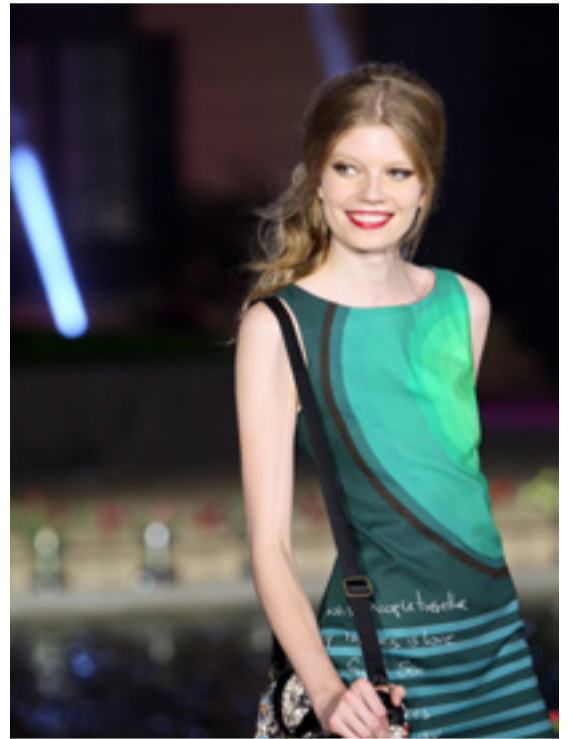
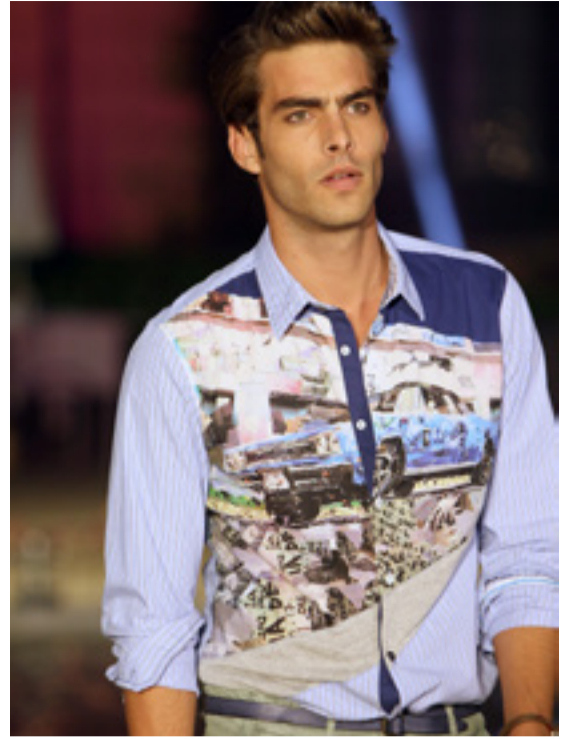


EL IMPACTO VISUAL ES BELLÍSIMO. LO CIERTO ES QUE LA PRIMERA IMPRESIÓN -QUE SIEMPRE, DICEN, ES LA QUE CUENTA- ES MAGNÍFICA.

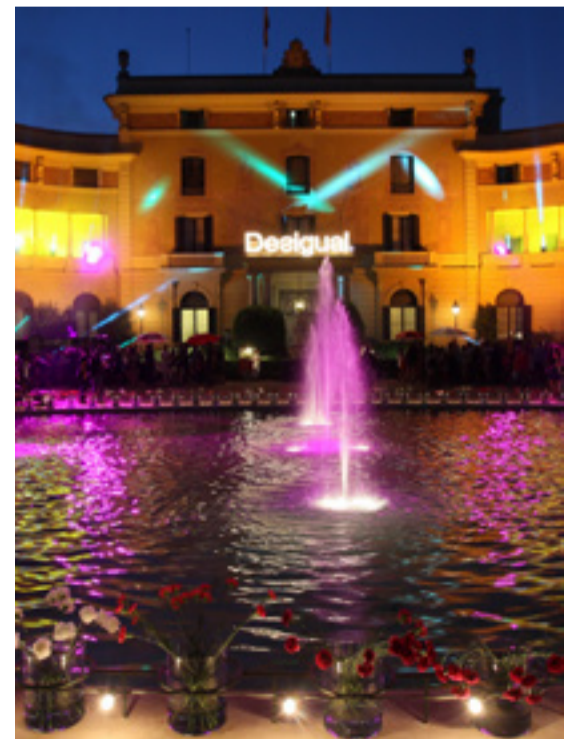
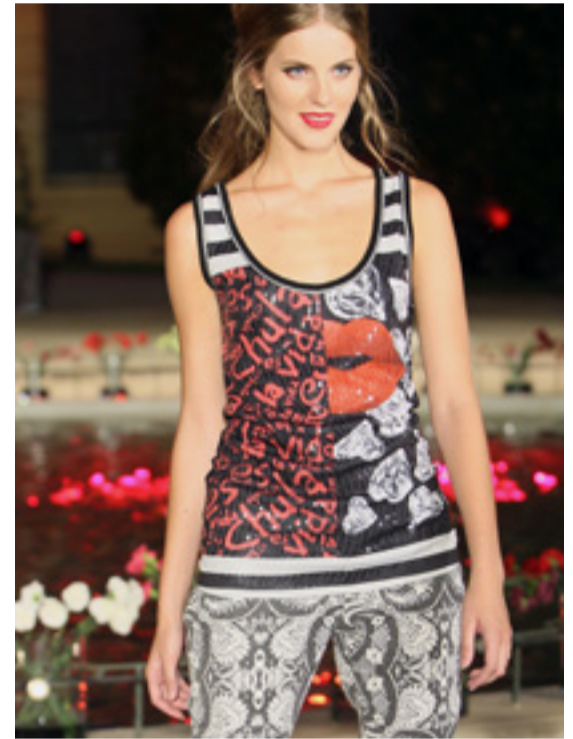
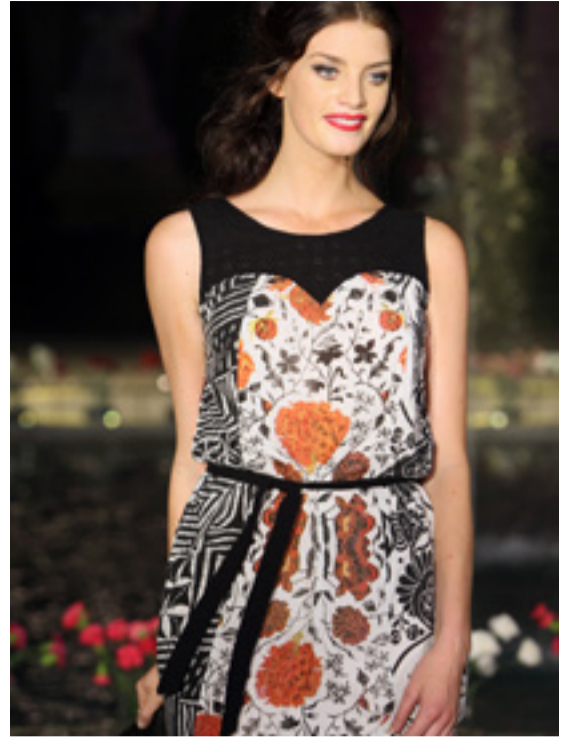
desfiles; lo que me sugiere que quizás el concepto inicial haya evolucionado hacia algo mucho más global e interesante y deba cambiar su definición por otras más identificativas como, quizás, “Movimiento 080” o “Cápsula de Innovación y Diseño 080”; por qué no.

*Lo cierto es que el nombre “Pasarela 080” ya no representa a este concepto que parece definirse paulatinamente a trancas y barrancas, pero que resulta cada vez más sugerente. En definitiva invita a pensar que la pasarela en sí, sólo debería ser la expresión palpable y práctica de todas las teorías, conceptos e ideas innovadoras y de vanguardia que se 'cuecen' en el proyecto, y podría ser que, por ahí, Barcelona consiguiera su espacio natural de moda; más relacionado con el concepto global de diseño y la innovación, que con la pasarela en sí. “Fomentar la simbiosis entre la industria de la moda y la industria tecnológica” ha declarado **Xavier Mena**, Conseller de Empresa y Educación de la Generalitat de Catalunya; un loable proyecto si se le añade un objetivo.*





Fotografía: J.A.E.



Fotografía: J.A.E.



PODRÍA SER QUE, POR AHÍ, BARCELONA CONSIGUIERA SU ESPACIO NATURAL DE MODA; MÁS RELACIONADO CON EL CONCEPTO GLOBAL DE DISEÑO E INNOVACIÓN QUE CON LA PASARELA EN SÍ.

*En fin. De momento y sin aventurarnos hacia un análisis precipitado de esta 080 en plena recesión, diremos que ha comenzado con buenas vibraciones -en lo que al evento y perspectivas de actividades creativas se refiere- y despertando muy poco interés con los desfiles. **Desigual**, marca de alto perfil de internacionalización y exponente del éxito, ha aprovechado el entorno para impactar con un desfile multitudinario cerrado por una verbena; un ambiente muy “de feria” absolutamente entonado con el estilo colorista de sus colecciones.*

Veremos. Porque después de diez ediciones la Pasarela 080 todavía aparece como un ente ambiguo donde todo cabe y nada prospera, con un nivel de influencia prácticamente nulo; eso sí, enmarcada en unos entornos urbanos inmejorables. Se impone el debate ahora más que nunca. Pero, lo dicho. Ya veremos.

Texto: Gema Castellano

Fotos: JAE



<http://goo.gl/iFUJ3>

1023

TEXTO: *Gema Castellano*
FOTOS: *Francesco Pizzo*

*RESURGE COMO
EL AVE FÉNIX, Y
LA VEMOS
ESPECTACULAR
EN SESIONES
FOTOGRAFICAS
COMO LA
REALIZADA PARA
EL CALENDARIO
CAMPARI POR EL
FOTÓGRAFO
KRISTIAN
SCHULLER.*



DA LA IMPRESIÓN DE QUE SE DEJA LLEVAR, HIPER- PROTEGIDA.

*Es feliz. O al menos es lo que se desprende de sus declaraciones, cuando asegura que solo le pide a mañana que se parezca a hoy. La actriz **Penélope Cruz** parece tenerlo todo, incluida una privacidad ganada a costa de una turbulenta e irreconciliable relación con la “prensa rosa”. Asegurar conocerla, es mera y pretenciosa especulación. “Pe” se cerró a la opinión pública española ocultándose en una “progresía” que se considera a sí misma una élite; una nueva casta revolucionaria de actitud y moral selectiva nacida en el postfranquismo, auto-destinada a guiar a una España, supuestamente aborregada e inculta, hacia el consumo de cualquier manifestación artística que ellos lideran, so pena de ser considerado un auténtico energúmeno todo aquel que reniegue de ellas.*



*Como todo, este movimiento “progre” también ha tenido sus “pros” y sus “contras”. Por un lado la genialidad, la creatividad, el arte, la difusión del concepto de libertad, el aperturismo, las reivindicaciones sociales, los “modus” democráticos o las manifestaciones artísticas de todo tipo sin autocensuras. En su parte negativa alberga la soberbia del que se cree superior, la mezquindad, la ruindad, la mediocridad, la ridiculez o incluso la vulgaridad. Penélope huyó a Hollywood en busca de una oportunidad para su talento y de un extraño “desamor” con España, pero al final fue el director español **Pedro Almodovar** quién la catapultó al Oscar. Se internacionalizaron juntos, y mientras Pedro presentaba al mundo el patrón de un carácter español tan libre como esquizofrénico y pasional -que sorprendía al público americano- ella se consolidaba como la “belleza latina”.*

*También en este aspecto es criticada. Dicen algunos, que en Estados Unidos juega a la confusión prefiriendo que la crean paisana de **Salma Hayek** o **Eva Longoria**, pero ella calla, a pesar de reconocer que su “home” está en Madrid, jamás se ha reconciliado con España, donde intenta pasar tan desapercibida camuflando su imagen para que no la reconozcan, que muchas veces llegamos a pensar que ha perdido todo su físico. Nada más lejos de la realidad.*





TODAVÍA NO HA CONSEGUIDO QUE LA LLAME MARTIN SCORSESE, SU GRAN ILUSIÓN.

*De repente resurge como el Ave Fénix, y la vemos espectacular en sesiones fotográficas como la realizada para el **Calendario Campari** por el fotógrafo **Kristian Schuller**, cuyo trabajo se presentará en Milán el próximo otoño. También **Salma Hayek**, **Eva Mendes**, **Jessica Alba** fueron chicas Campari.*

*Para **Penélope Cruz**, en estos momentos, su familia es lo primero. Asegura que a estas alturas de su vida profesional no se arrepiente de nada, y es que, la de Alcobendas, tampoco ha dado puntada sin hilo para alcanzar su sueño. Desde que rodara “**Jamón Jamón**” se ha desnudado en la mayoría de sus películas -a pesar de haber jurado que nunca lo haría- ha mantenido “affairs” con casi todos sus apuestos compañeros de reparto durante las épocas de promoción de las películas y ha terminado casándose, eso sí -en secreto- con **Javier Bardem**, un ilustre “legitimista” de la intimidad y la propiedad privada -hasta llegar, a veces, a la violencia- además de excelente actor y defensor de los Derechos Humanos. Nada reprochable, por otra parte.*

Pero, realmente, no parece que sea ella misma quién dirige su vida. Más bien da la impresión de que se deja llevar, hiper-protegida, en un momento de dulce maternidad y éxito profesional.

*MUCHAS VECES
LLEGAMOS A PENSAR
QUE PENÉLOPE CRUZ
HA PERDIDO TODO SU
FÍSICO. NADA MÁS
LEJOS DE LA REALIDAD.*







<http://goo.gl/V5GAh>

*“Jamón, Jamón”, “Abre los ojos”, “La niña de tus ojos”, “Todo sobre mi madre”, “Volver”, “Vicky, Cristina, Barcelona” o “Manolete”, entre otras, son trabajos cinematográficos firmados por los mejores -como **Almodóvar** o **Woody Allen**- en los que siempre se ha cuestionado el valor interpretativo de Penélope; y eso, a pesar de su fama y su éxito, parece que le pesa. ¡A quién no! **Penélope Cruz** es de ese tipo de mujeres que carecen de glamour y refinada sofisticación y -según los más cinéfilos- también de talento interpretativo; pero que ejercen una fascinación ilimitada a través de su imagen más sensual. ¿Y no es eso lo que importa cuando hablamos de vender historias?.*

*A pesar de que todavía no ha conseguido que la llame **Martin Scorsese**, su gran ilusión, Penélope ha decidido frenar, disfrutar al máximo de su hijo Leo y pararse a reflexionar sobre el contenido de su vida.*



También tiene proyectos con su hermana -de moda, por supuesto- y ha incrementado sus trabajos publicitarios -que le reportan pingües beneficios y cero críticas- donde es la reina. Su imagen lo vende todo, así que quizás -solo quizás- Penélope haya comenzado una nueva etapa en su vida.

PENÉLOPE HUYÓ A HOLLYWOOD EN BUSCA DE UNA OPORTUNIDAD PARA SU TALENTO Y DE UN EXTRAÑO “DESAMOR” CON ESPAÑA.

CUBE

UN RESTAURANTE POP-UP, SÍMBOLO DE ARQUITECTURA SOSTENIBLE, QUE LLEGARÁ A ESPAÑA



La estructura itinerante Cube se ha ubicado en uno de los extremos del tejado del Royal Festival Hall, desde donde ofrece su novedoso concepto de cocina de sensaciones hasta el próximo 30 de septiembre. Se baraja con fuerza a España como futura sede de este vanguardista proyecto que, tras finalizar su estancia en Londres, pasará por Estocolmo y, más tarde, Moscú.



Cube es un símbolo de arquitectura sostenible, ya que ha sido desarrollado utilizando tecnología ecoeficiente, materiales 100% reciclables y un reducido consumo de energía. El concepto parte de la empresa **Electrolux**, presente en la mitad de los restaurantes europeos poseedores de alguna **Estrella Michelin**, con el objeto de acercar su línea de producto profesional al gran público.

El Cube de Londres cuenta con los chefs **Sat Bains**, **Claude Bosi** y **Daniel Clifford**, poseedores de dos estrellas Michelin, además de los ganadores del premio al "*Mejor Restaurante Ramsay 2010*", **Jonray** y

TODOS LOS
CHEFS DEL
CUBE DE
LONDRES SON
POSEEDORES
DE ESTRELLAS
MICHELIN.

ESTÁ PREVISTO QUE CUBE LLEGUE
A ESPAÑA, AUNQUE ESTÁ SIN
CONCRETAR LA CIUDAD NI EL LUGAR
INSÓLITO DONDE SE INSTALARÍA.



Peter Sánchez, también con estrellas Michelin, y el ganador más joven de Escocia de una estrella **Tom Kitchin**. Todos ellos utilizan ingredientes típicos de la cocina tradicional más "british" para sus creaciones en un 'show cooking' realizado en directo ante los comensales.

Una experiencia así no podía olvidar el país de origen de los más famosos cocineros del momento, por lo que está previsto que Cube llegué a España, aunque está sin concretar la ciudad ni el lugar insólito donde se instalaría, ni quiénes serán los cocineros con estrellas Michelin elegidos.





CUBE HA SIDO DESARROLLADO
UTILIZANDO TECNOLOGÍA ECOEFICIENTE,
MATERIALES 100% RECICLABLES Y UN
REDUCIDO CONSUMO DE ENERGÍA.

UTILIZAN INGREDIENTES TÍPICOS DE LA COCINA TRADICIONAL MÁS "BRITISH" PARA SUS CREACIONES EN UN 'SHOW COOKING' REALIZADO EN DIRECTO ANTE LOS COMENSALES.





<http://goo.gl/El4aE>

Hay muchos donde elegir pues en España superan la treintena los restaurantes con alguna Estrella Michelin, casi 20 con dos o más de los preciados galardones gastronómicos.

'Cube' permanecerá abierto durante 3 meses durante los cuales ofrecerá a los londinenses almuerzos y cenas todos los días. Su capacidad es de 18 comensales y el precio del menú es cerrado: 175£ (218,7€) para el almuerzo y 215£ (268,7€) para la cena, bebidas incluidas

A fecha de hoy, prácticamente todas las plazas en el actual emplazamiento de Londres están agotadas.

Mas de Les Gralles

TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD
UNIDAS EN UN INNOVADOR CONCEPTO **BUSINESS TIME** PARA EL
TURISMO DE NEGOCIOS



**JUANJO ESPINA
DESEA QUE MAS DE
LES GRALLES SE
CONVIERTA EN UN
CENTRO DE NEGOCIOS
DE REFERENCIA A NIVEL
EUROPEO. Y LO ESTÁ
CONSIGUIENDO.**

Gestionamos una actividad diaria caracterizada por la movilidad, la internacionalización, Internet y el uso generalizado de unos sistemas de comunicación *inteligentes*, plenamente integrados en la cotidianidad del ocio, en los asuntos personales y en los negocios. Resulta casi imposible separar los momentos que se dedican al trabajo, a las actividades privadas y al descanso.





EN LA ACTUALIDAD RESULTA COMPLICADO ENCONTRAR ESTABLECIMIENTOS QUE OFREZCAN EL NIVEL DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD DESEADOS.

El profesional del s.XXI ha adaptado su cerebro para conseguir relajarse mientras mantiene su actividad productiva; sólo necesita espacios y servicios que le permitan desarrollar esta dualidad. Discreción, un entorno bello y sostenible, un trato impecable y personalizado, una gastronomía de proximidad basada en productos de altísima calidad, servicios de salud y bienestar innovadores, la fácil accesibilidad desde otros enclaves y un ambiente caracterizado por su alta conectividad y recursos tecnológicos de alto nivel, es lo que el profesional moderno interpreta como “lujo”; un concepto en evolución que ya nada tiene que ver con la ostentación, la opulencia o los excesos. En este sentido, la **“sostenibilidad”** -en el más amplio sentido del término- llega al rescate a la hora de propiciar las condiciones necesarias para este nuevo estilo de vida. Y es que no sólo las grandes empresas recurren a la sostenibilidad para ponerse en valor ante el mercado inversionista, sino que también los pequeños negocios comienzan a aplicarla a sus estrategias, con el objetivo de captar a un cliente más interesante.

Pero lo cierto es que -aunque no dudamos de que en un futuro la estandarización de este sistema de trabajo en las empresas será un hecho- en la actualidad resulta complicado encontrar establecimientos que ofrezcan el nivel de calidad y sostenibilidad deseados; aunque su objetivo sea el turismo de negocio enfocado desde este elevado punto de vista.



Hoteles, turismo rural, espacios singulares o resorts se afanan en intentar atraer clientes relacionados con la excelencia en los servicios relacionados con las actividades profesionales de las empresas; la mayor parte de ellos, suspendiendo, en este sentido, dos asignaturas fundamentales: la sostenibilidad y la tecnología. Es, ciertamente, frustrante, el estándar de exigencia en este sentido.

“Business Time” es el innovador concepto que el empresario **Juanjo Espina** está desarrollando en **Mas de les Gralles**, una excepcional masía del s.XIX situada en la población de L´Ortigós - La Bisbal, en el Baix Penedés. Allí, entre viñedos -a sólo una hora de Barcelona en coche o 15 minutos en helicóptero- el amplísimo espacio aparece como un conjunto de microambientes desarrollados individualmente, con el máximo esmero, para componer un “todo” impactante que ofrece el máximo confort y sensación de bienestar. La excelente combinación de las más vanguardistas técnicas sostenibles y la implantación de la más sofisticada tecnología, hacen posible un espacio de trabajo y actividades lúdicas único, sofisticado y exclusivo; casi mágico.

Personalidades del mundo empresarial, del deporte o políticos son ya conocedores, a nivel individual, de las excelencias de este espacio singular por su alto grado de discreción, cuidado por los detalles y tecnificación; pero Juanjo desea que Mas de les Gralles se convierta en un centro de negocios de referencia a nivel europeo. Y lo está consiguiendo, aplicando un nivel de exigencia en su gestión, sin precedentes.

Los amplísimos espacios exteriores, cuidados al máximo, están destinados a cumplir -cada uno de ellos- una función bajo las más exigentes reglas de la optimización. ►



El chill-out -para disfrutar de una copa nocturna-; el jardín aromático -proveedor culinario de hierbas aromáticas procedentes de casi todos los lugares del mundo-; el huerto -donde se cultivan todos los productos que confeccionan los menús-; la pista de tenis y paddle -de nivel profesional-, la piscina, el parque, la barbacoa o la zona de comedor y cocina exteriores, gozan de sistemas de luz y sonido absolutamente individuales, que permiten -sin interferir unos con otros- disfrutar de ambientes únicos y totalmente diferentes con sólo unos metros de diferencia.

La Masía, decorada según el estilo de la burguesía rural de la época -con piezas de alto interés histórico y artístico- cuenta con una bodega natural que alberga más de 2.000 botellas; pero sobretodo, **ha conseguido recrear la sala de reuniones y presentaciones ideal, para celebrar cualquier tipo de actividad** de gestión profesional de alto nivel.

Los recursos tecnológicos más avanzados consiguen que, allí, las reuniones de trabajo optimicen sus resultados al máximo. La conexión **WiFi** es impecable y real en toda la finca y la sala de trabajo permite interactuar con el exterior mediante el servicio de **multiconferencia**. Las presentaciones más vanguardistas y sofisticadas alcanzan su máxima expresión gracias a la **pantalla de TV de 55 pulgadas en 3D**.

En lo que a gastronomía se refiere, en **MasdelesGralles** se propone una dieta de altísima calidad, confeccionada con productos de proximidad y origen controlado; además de los productos de su propio huerto ecológico.



LA APUESTA ESPECIALIZA EL ESPACIO PARA SU FIN ESPECÍFICO. DE HECHO, PERNOCTAR EN LA MASÍA ES IMPOSIBLE.

Los clientes pueden optar por contratar su propio “chef”, el catering de su elección o incluso por ejercer de ilustres “chefs” por un día; pero también pueden aceptar las sugerencias de **Juanjo Espina** -un auténtico “bon vivant” amante de la sostenibilidad- profundo conocedor de las auténticas necesidades de unos profesionales que se ven obligados a alternar el paddle con las reuniones de trabajo por videoconferencias; el relax de la piscina con una presentación de producto en 3D o un cocktail antes de la cena con la firma de un contrato. Tienen el “chip” de la productividad activado continuamente, pero requieren un entorno adecuado a su estilo de vida.

Espina, empresario conocedor de la mediocridad de los servicios con los que la hotelería tradicional pretende atraer el turismo de negocios, ha hecho una apuesta clara por el sector, especializando su espacio para este fin específico. De hecho, pernoctar en la Masía es imposible -ya que se trata de una zona reservada a uso familiar- aunque existe una oferta de calidad y proximidad de hoteles y también la posibilidad real de hacer noche en Barcelona; a 15 minutos en helicóptero y una hora por autopista. **Mas de les Gralles** (www.masdelesgralles.com) es, sin duda, el paraíso de la filosofía de trabajo que se ve obligada a aunar ocio y negocio; porque ahora, la excelente combinación de sostenibilidad y tecnología es la estrategia de prestigio que lleva a las empresas hasta el objetivo de “convencer”.

Texto: Gema Castellano
Fotos: JAE



EL LUJO UN CONCEPTO EN EVOLUCIÓN QUE YA
NADA TIENE QUE VER CON LA OSTENTACIÓN,
LA OPULENCIA O LOS EXCESOS.

<http://goo.gl/rC97u>

WWW.MASDELESGRALLES.COM





LA “SOSTENIBILIDAD” Y LA PROXIMIDAD MARCAN LA
TENDENCIA DEL OCIO DE CALIDAD.

EL VALLE DE HECHO

UN ICONO DE ECONOMÍA
SOSTENIBLE



Las tendencias cambian de acuerdo a influencias externas sobre los hábitos de los individuos y, no cabe duda, de que la crisis está modificando radicalmente -aunque de una manera paulatina y muy sutil, sin traumas- la manera de afrontar el tiempo de ocio. Las vacaciones, tal y como las entendemos, tienden a ser un vestigio del pasado en pro de un mayor aprovechamiento de la productividad y, también -evidentemente- del tiempo dedicado a la autocontemplación.

AGRADECIMIENTOS:

AUTOMÓVILES FERNÁNDEZ
Concesionario Oficial Mercedes Benz
Carrer del Comte d'Urgell, 229
Barcelona - España

www.afsa.mercedes-benz.es

También la proximidad y la sostenibilidad parecen ganar puntos sobre otros aspectos, a la hora de adaptar el estilo de vida personal a las nuevas realidades globales. Un consumo más discriminado y selectivo podría llevarnos a rodearnos de una mayor calidad y eficacia, también cuando nos referimos al empleo del tiempo de ocio, y el sentido común -unido a una mayor concienciación sobre la necesidad de vivir de acuerdo a unos parámetros más sostenibles incrementando el



bienestar- nos acerca al consumo inteligente; más relacionado con el placer de disfrutar plenamente y sin complejos de hábitos saludables y lugares confortables, que con la idea del lujo diseñado por sibilinos expertos del marketing.

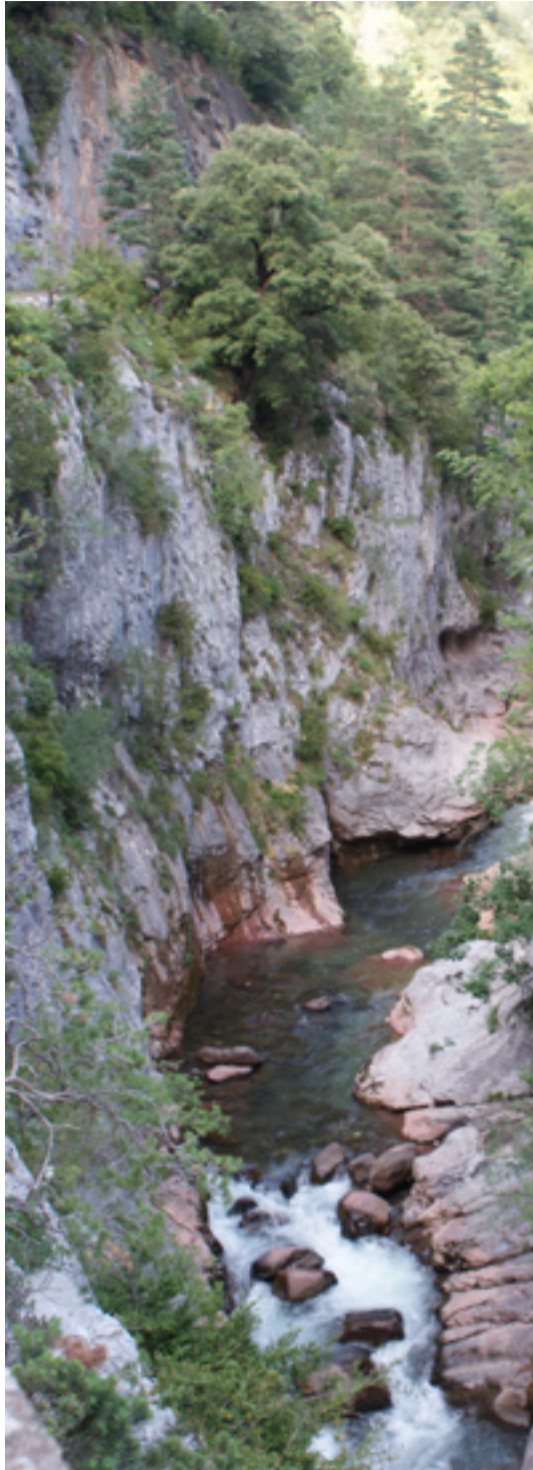
Comenzamos a salir, afortunadamente, de una época marcada por un consumo desorbitado, caótico y exuberante de vacaciones programadas en su diseño y estacionalidad, impulsada por un concepto low-cost que ha permitido el acceso de las personas a un bienestar ficticio, carente de cualquier atisbo de calidad y respeto por el entorno. Se trata de destinos masificados y artificiales, vendidos como paradigmas del lujo basado en el exceso y el falso relax preconizados por agencias de viajes, a los que se accede mediante contaminantes e incómodos medios de transporte puestos en el mercado por compañías aéreas sin escrúpulos.

EL VALLE DE HECHO HA SIDO Y ES ICONO DE SOSTENIBILIDAD, AÚN A COSTA DE PERDER INGRESOS DESMESURADOS A COSTA DE UNA EXPLOTACIÓN DESAFORADA.

Ecología y sostenibilidad en los valles



La Boca del Infierno, en Valle de Hecho



'Los Corralones' en el Valle de Labati



El cambio ya se ha iniciado -sobretudo en las clases sociales más preparadas y sensibles al compromiso con una nueva economía basada en la sostenibilidad- pero no pasa por prescindir de merecidos tiempos de descanso que, afortunadamente, tienden a deslocalizarse a lo largo del año y que son más necesarios a medida que aumenta la productividad del individuo. La labor de investigación y búsqueda de nuevos destinos es ahora indispensable, porque se trata de diseñar períodos idílicos de libertad sostenible.

El turismo de proximidad -aunque haya sido adoptado de una manera oportunista por los gobiernos como una fórmula para evitar la salida de divisas de los países- no tiene nada que ver con el proteccionismo económico, y sí -mucho- con un cambio de tendencia en las perspectivas personales de los consumidores, impulsada por la nueva coyuntura mundial y la concienciación sobre los asuntos económicos, sociales y medioambientales.



Se trata de una fórmula de descanso recuperada que facilita el descubrimiento de espacios nuevos varias veces al año; disfrutando de un entorno próximo, poniendo en valor el territorio propio y en total libertad. La inversión en un vehículo de calidad que cumpla todas las necesidades personales y medioambientales, se impone -con esta nueva tendencia- a cualquier otro medio de transporte como el barco, o el avión; paradójicamente, mucho más contaminantes que los propios vehículos.

*Para este reportaje sostenible de turismo de proximidad y calidad extrema, hemos elegido el **Mercedes Benz GLK** para viajar a un lugar idílico, el **Valle de Hecho**, en pleno **Pirineo Aragonés**. Necesitábamos versatilidad, confort, estilo y seguridad, con el objetivo de realizar trayectos muy cortos que nos permitieran el acceso eficiente a lugares de belleza inimaginables, que dibujan el entorno de este “petit village” excepcional, de extrema proximidad al país Galo.*

EL NUEVO GLK NOS HA DEMOSTRADO QUE NO EXISTEN LÍMITES PARA ÉL. SU CONDUCCIÓN ES SOBERBIA, CONFORTABLE Y PLACENTERA.



El nuevo GLK nos ha demostrado que no existen límites para él. La versión 2012 reduce el consumo y mejora la potencia, además de ofrecer un diseño de líneas más suaves, donde destaca la iluminación diurna mediante led´s que potencia su carácter. Su conducción es soberbia, confortable y placentera, por lo que nos ha permitido disfrutar de la naturaleza viva sin renunciar a nuestro exigente estilo de vida.

*Porque la sostenibilidad no es sinónimo de represión a la hora de disfrutar de los recursos en detrimento del progreso, sino de concienciación sobre la necesidad de preservarlos para las generaciones venideras. De convencimiento sobre la realidad de que solo somos usufructuarios de un entorno, que nos da la vida. En este sentido, el **Valle de Hecho ha sido y es icono de sostenibilidad**, aún a costa de perder el tren de la expansión económica local y los ingresos desmesurados a costa de una explotación desahogada, frenética y enloquecida de sus recursos.*



Aísa... otro pequeño pueblo pirenaico de cuidada arquitectura basada en la piedra

Cuna del Reino de Aragón, tierra de vasta cultura y espacio de lugares mágicos, Hecho -situado en la provincia de Huesca, en plena comarca de la Jacetania- es un pueblo de casi un millar de habitantes de casas de piedra, balcones plagados de geranios rojos, rosas y blancos, un río -el Aragón Subordán- donde las truchas pierden la intimidad gracias a sus cristalinas aguas y una gente culta y comprometida, cuyo carácter se ve marcado por el cosmopolitismo genético que otorga el contacto histórico con invasores, visitantes y colonizadores.

En sí mismo constituye una opción muy ventajosa para disfrutar de una gastronomía, paisajes, excursiones, deportes de aventura y naturaleza, paseos a caballo de alta calidad o actividades culturales como conciertos, teatro popular etc; pero además, Hecho es el punto de partida natural para turismo de un día a lugares espectaculares.

LOS MERECIDOS
TIEMPOS DE
DESCANSO, FE-
LIZMENTE,
TIENDEN A DESLO-
CALIZARSE A LO
LARGO DEL AÑO.



Estación de Canfranc, próxima ya a la frontera con Francia

San Juan de la Peña, Jaca, Canfranc, Pamplona, Huesca, Riglos, el Valle de Ansó, el Valle del Roncal, el Monasterio de Siresa, la Selva de Oza... se encuentran a un máximo de una hora en coche y si quieren invertir un poco más de tiempo en el desplazamiento, pueden incluso comer o realizar compras en San Sebastián o el Sur de Francia, regresando a Hecho, sin prisa, para degustar lo que allí llaman una buena “merienda-cena” antes de disfrutar de algún concierto de música culta en la iglesia del pueblo o desplazarse unos pocos, muy pocos kilómetros, para bailar hasta la madrugada en la verbenas populares de las Fiestas de Urdues o Aragües del Puerto.

*La Selva de Oza y Guarrinza son lugares especiales para avistar osos, corzos, rebecos, buitres leonados, águilas reales, grullas o garzas reales que conviven en un hábitat plagado de pinos, abetos, hayas y olmos empeñados en ocultar la mayor concentración de **Monumentos Megalíticos de España.***



Río Ossia, en Aragües del Puerto



Truchas en el río Ossia, en Aragües del Puerto



Casa típica del Valle de Hecho



Teatro en la calle: Trajes Regionales del Valle de Hecho



<http://goo.gl/tjelc>

En definitiva, el Valle de Hecho es un enclave donde la sostenibilidad es un estilo de vida de calidad premium. Un modelo de economía sostenible que demuestra la viabilidad de la cohesión entre el progreso. La calidad de vida, el respeto por el entorno y su disfrute. Un lugar que representa el futuro sostenible.

*Texto: Gema Castellano
Fotografía: JAE*

EL COCTELERO

HÉCTOR HENCHE Y THE MACALLAN

CREAN TRES CÓCTELES EXCLUSIVOS PARA

• *Perelada* •



TEXTO: GEMA CASTELLANO // FOTOS: JAE

Con esta 26 edición sobrepasa el cuarto de siglo de existencia y se consagra como una de las máximas aportaciones culturales al calendario nacional de los espectáculos artísticos de calidad. El *Festival Castell de Perelada*, ha ofrecido este verano elegantes noches en las que el público ha disfrutado de un insólito, atrevido y sádico *"Don Giovanni"* de Mozart -a cargo de la *Deutsche Oper Berlin* y puesta en escena de *Roland Schwab-*, del *Ballet de Angel Corella* y de un cierre apoteósico a cargo del tenor de moda *Jonas Kaufmann* -quién le arrancó a un entendido aforo cinco "bises" en la única representación en España- entre otras delicias musicales; pero también de otros placeres más mundanos.

Verán. Es que la creatividad en alianzas estratégicas entre las marcas excelentes y los eventos de calidad, a veces, ofrecen unos resultados impactantes y ... ¿se les ocurre algo más sublime y soberbio que relajar el cerebro mediante el placer sensorial? Paladear deliciosos y estimulantes sabores en un entorno idílico resulta, sin duda, sublime; pero, si además se trata de un cóctel inédito, inspirado en las melodías y estructuras musicales que estamos escuchando y firmado por uno de los cocteleros más creativos; el resultado es, literalmente, mágico.

Héctor Henche, propietario de **Fizz Bartenders**, está por consolidarse como uno de los cocteleros más refinados, creativos y sofisticados, del sector de la alta coctelería española. Quizás sea su timidez y modestia lo único que lo frenan en estos momentos. Las marcas de alta gama pugnan por tenerlo en exclusiva y él -amante de la calidad y los productos de élite- se deja querer. Sólo trabaja con los mejores; con aquellas firmas que pueden ofrecer valor añadido a su continua y acertada inspiración. Su flirteo con **Macallan**, uno de los whiskies de Malta más premiados del mundo, ha terminado en un romance con resultado explosivo, en el sentido más chispeante e impactante del término, cuando de experiencia gustativa se habla.

Su asociación -la de **"Fizz Bartenders y Macallan-by Festival de Perelada"**, ha sido un auténtico reto. El objetivo era crear tres cócteles temáticos que jamás se reproducirán en otro escenario; y eso, convendrá conmigo, no se escribe muy a menudo con letras de oro en las acciones de marketing, más encaminadas a la más burda propaganda y a las luchas de intereses que malogran los proyectos.

Pero en este caso el "duende" creativo ha ganado la partida y días antes del comienzo del Festival, **Héctor Henche -Fizz Bartenders-** y **Fran Hernández -Brand Ambassador de Macallan-** presentaban, por fin, los tres cócteles exclusivos que solo podrán servirse en el Castillo de Perelada y durante el Festival en cualquiera de sus ediciones.

EL FESTIVAL CASTELL DE PERELADA HA OFRECIDO ESTE VERANO ELEGANTES NOCHES EN LAS QUE EL PÚBLICO HA DISFRUTADO DE UN INSÓLITO, ATREVIDO Y SÁDICO "DON GIOVANNI" DE MOZART.





Los jardines del Castillo de Perelada y sus fantásticos cisnes blancos son el leit-motiv del **"Cóctel Inaugural"**, en el que **Héctor Henche** ha impreso un excelente maridaje de **The Macallan** con una mezcla de mosto de uvas de la variedad garnacha blanca y moscatel -típicas de la región- con un toque floral conseguido a base de mezclar flores de pétalo blanco, como la rosa y el jazmín.

La sensación es la de beberse el jardín; cuyos aromas, sonidos, luz e imágenes, están implícitas en esta esencia gustativa que siempre permanecerá en el recuerdo. Se trata de un cóctel elegante y sofisticado, digno de la belleza aristocrática de ese lugar idílico.

La locura creativa viene de la mano del **musical "Follie"**, para cuya representación, Fizz Bartenders ha creado **"Frozen Broadway"**; un homenaje congelado -conseguido mediante la técnica de la crionización con nitrógeno- a los espectáculos neoyorkinos más excéntricos y extravagantes. "Follie", una de las obras maestras del gran Stephen Sondheim produ-

cida originalmente en Broadway por Harold Prince, ha triunfado en España de la mano de Mario Gas; y ahora tendrá su propio cóctel. Sitúense un instante. Es la época de las Ziegfeld Follies de New York, entre 1907 y 1940, cuando se crea en Cuba el Frozen Daiquiri. Las diferentes versiones se suceden hasta 1940.

Héctor ha creado un cóctel de limón con un "touch" de mermelada de naranja amarga y unos golpes de bitter de cacao, en el que el malta de Macallan juega un lugar primordial. Porque lo que se pretende es representar la infelicidad, provocada por los frustrados sueños artísticos de los protagonistas.

Es un combinado "picante" en el que **Héctor Henche** arriesga mucho, intentando alcanzar el equilibrio en una mezcla casi imposible del jengibre con el limón. Una versión del s.XXI del Frozen Daiquiri que conecta el paladar con una historia truculenta. Pero, sin duda, es **"Don Giovanni"** -creado para la ópera de Mozart- el cóctel en el que Héctor ensalza la calidad excepcional del Malta 12 años de Ma- ▶



LA SENSACIÓN ES
LA DE BEBERSE EL
JARDÍN; CUYOS
AROMAS, SONIDOS,
LUZ E IMÁGENES,
ESTÁN IMPLÍCITAS
EN ESTA ESENCIA
GUSTATIVA.



<http://goo.gl/72REL>



NADIE PODÍA IMAGINAR QUE
JONAS KAUFMANN
ARRANCARÍA CINCO “BISES” A
UN PÚBLICO EXTRA EXIGENTE,
EN UN ESCENARIO CAÓTICO
PARA LOS PURISTAS.

callan, porque la trama del pícaro y seductor Don Juan -fresca, juvenil y con mucho carácter- se merece un trago largo y contundente. Lo cierto es que este 'brebaje' evoca homenajes a muchas cosas. A la Deustch Opera de Berlín -en cuyo honor utiliza el zumo de manzana-, a Sevilla -lugar donde tienen lugar las andanzas de Don Juan- a la que se asocia el aroma de Azahar y a la propia marca escocesa, reconocida abundantemente en este combinado, por su buen hacer.

Fran Hernández, Brand Ambassador de The Macallan, nos sugiere tomarlo en el recipiente diseñado por la escocesa para este fin, un vaso vintage con borde dorado, que evoca las sofisticadas conversaciones de despacho de la serie Mad Men. Sorprendente, ¿no? De esta manera queda patente la

admiración de The Macallan por serie de televisión creada por Matthew Weiner y protagonizada por Jon Hamm. ¿Destronará Macallan al whisky canadiense de la serie? Todo se verá.

¿Se olvidaron de él? Según nos confiesa **Fran Hernández**, Brand Ambassador de **Macallan**; y nos confirman el mismísimo **Hector Henche** y **Gonzalo Lopez-Hermida**, de la agencia **Cienvolando** -implificada también en el proyecto-, no fue intencionado que Kaufmann no tuviera cóctel propio. Y es que nadie -ni siquiera los más entendidos en el terreno operístico- podían imaginar que **Jonas Kaufmann** arrancaría cinco “bises” a un público extra exigente; en un escenario caótico para los puristas, donde las cigüeñas y los grillos toman la iniciativa en los “pianos” más perfectos y los tenores no están obligados a vestir de “chaqué”. La audiencia quiso escucharle para confirmar o desmentir su calificación de **“el tenor del momento”** por parte de los “mentideros operísticos más ilustrados”; y Kaufmann salió de Perelada en olor de multitudes y dejando un dulce sabor de boca, que no podremos recordar con el aroma de un “cóctel” inédito. Macallan se lo debe y el Festival ya no podrá dejar de contar con él. Una noche grande en la que también se cerró el compromiso del “escocés” con un gran festival.

SÚPER RICOS

CÓMO SE COMPORTAN Y
CÓMO SON

Profesor Vicenç Navarro

“EL DINERO DE LOS SÚPER RICOS NO SE INVIERTE EN LA ECONOMÍA PRODUCTIVA, DONDE SE PRODUCEN PUESTOS DE TRABAJO: SÓLO UN 1% VA A NUEVAS EMPRESAS”.

Uno de los argumentos más utilizados para no aumentar los impuestos de las personas con mayores rentas es que tales impuestos desincentivan el ahorro y la inversión productiva de tal ahorro, es una inversión productiva que crea empleo. Este argumento se reproduce constantemente, una y otra vez, en la mayoría de medios de información y persuasión del país, subrayando que no hay que penalizar a los productores de riqueza y puestos de trabajo. Pues no...

El problema con este argumento es que, por mucho que se repita, no tiene evidencia que lo avale. Un estudio reciente de una empresa de análisis de mercados (**Market Watch**) analizó recientemente qué hacen los súper ricos con su dinero (“Where the Rich are Keeping their Money”). Y aunque no es fácil encontrar esta información, algo sí que se pudo ver.

Pues bien, la enorme cantidad de dinero que tienen los súper ricos no se invierte en lo que se llama economía productiva, es decir, donde se producen puestos de trabajo. El 90% estaba en compra y venta de propiedad inmobiliaria, en bonos del Estado, en cuentas personales y en otras actividades de uso personal o actividad especulativa. Sólo un 1% se invertía en el establecimiento de nuevas empresas que produjeran empleo. Otros estudios han llegado a conclusiones semejantes. En la encuesta **Mendelsohn Affluent Survey** alcanza un porcentaje sólo ligeramente superior, un 2%. En realidad, en un sorprendente momento de franqueza del medio más cercano al mundo

financiero, el Wall Street Journal, indicó que el gran impacto positivo para las rentas superiores que supuso el gran recorte de impuestos para los súper ricos que aprobó la administración Bush “condujo al peor periodo de creación de empleo en la reciente historia del país” (citado en “Three Big Lies of the Super-Rich”, de **Paul Buchheit**).

De estos datos debería deducirse que una mejor manera de crear empleo hubiera sido gravar a los súper ricos y con este dinero el Estado debería crear puestos de trabajo, propuesta que, a pesar de ser razonable y justa, nunca se verá en los medios de mayor información y persuasión del país que transmiten la imagen de que hay que mimar a los súper ricos para que no se vayan a otros lugares.

¿Hay que estimular la aparición de grandes empresarios?

Otro argumento que también se reproduce constantemente en la cultura neoliberal -ampliamente dominante en los medios de información y persuasión de mayor difusión- es la necesidad de estimular la creatividad individual empresarial, enfatizando la gran importancia que tal esfuerzo individual ha tenido en el progreso de un país. Constantemente se cita a grandes emprendedores, como **Bill Gates**, para señalar la importancia de tal creatividad empresarial individual. **Paul Buchheit** señala, sin embargo, que la historia real difiere considerablemente de la imagen idealizada de tal emprendedor. Bill Gates adaptó con gran oportunismo el conocimiento generado por muchos ingenieros que le precedieron, copiando a otros expertos, sin que estos otros nombres aparecieran en su biografía. Lo que se considera un acto individual fue una producción de conocimiento colectivo, que en otro tipo de sociedad se hubiera reconocido y presentado como un esfuerzo de equipo y no como personal.



La historia del mundo empresarial está llena de casos como éste. Lo que se presenta como una iniciativa individual empresarial está basado en un esfuerzo colectivo, utilizado, manipulado (y a veces explotado) sólo por un individuo cuyo conocimiento deriva y/o está expropiado de otros. Buchheit también se refiere al caso del supuesto inventor del teléfono, **Alexander Graham Bell**, quien recibe todos los honores, cuando muchas otras personas habían contribuido y sabían como establecer el teléfono, pero no tenían el dinero para poder patentarlo antes que Bell.

La falsedad del concepto de capitalismo popular

Otro argumento que se ha estado promoviendo en defensa del sistema económico actual es que hoy estamos viviendo en la época del capitalismo popular, como consecuencia de que la mayoría de la ciudadanía tiene acciones en la Bolsa. En este argumento se asume que todo el mundo sigue con gran interés los vaivenes de la Bolsa, porque les afecta personalmente. Cuando la Bolsa se dispara se nos dice que todos nos beneficiamos.

De nuevo, la evidencia cuestiona tal argumento. La propiedad de las acciones está enormemente concentrada. Así, por ejemplo, en EEUU, sólo el 10% de propietarios de acciones tiene más del 80% de todas ellas. La gran mayoría de accionistas tiene un número muy menor de acciones. Es más, los grandes cambios de la Bolsa afectan primordialmente al 5% de los accionistas que ganan más de 500.000 euros al año. Al resto, tales variaciones les afectan mucho menos. Y últimamente, los cambios fiscales han beneficiado enormemente a estos grupos minoritarios. En general, pagan en impuestos sólo el 15% de su renta derivada de la propiedad de las acciones, lo cual ha facilitado que en sólo seis años (2001-2007) doblaran sus ingresos. Mientras, el trabajador

promedio (que cobra 34.500 dólares al año) paga en impuestos un 32%. Una consecuencia de este hecho es que las desigualdades de renta se han disparado.

¿Son los súper ricos los mejores?

Todo ello lleva a otro argumento que los neoliberales sostienen: que aquellos que están en las cúspides superiores de poder –los súper ricos– están ahí porque son mejores que los demás. El mérito es lo que les ha llevado a donde están (ver mi artículo “El fin de la mal llamada meritocracia”, publicado en El Plural, 28.07.12, y colgado en mi blog www.vnavarro.org). Pues bien, la evidencia no avala tal postura. En realidad, la evidencia científica muestra que los súper ricos son gente menos ética, menos solidaria y menos considerada hacia otras personas, y más inclinada a sostener comportamientos incívicos que la mayoría de la ciudadanía. En lugar de la imagen que se promueve, de que las élites tienen mayor calidad y valor humano, la evidencia muestra claramente lo contrario.

En un artículo en *Scientific American*, **Daisy Grewal** cita los trabajos de dos psicólogos, Paul Piff y Dacher Keltner, que muestran que los súper ricos muestran comportamientos menos solidarios, menos compasivos, más egoístas y más propensos a saltarse las normas y reglas que las clases populares.

“BILL GATES COPIÓ A OTROS EXPERTOS, SIN QUE SUS NOMBRES APARECIERAN EN SU BIOGRAFÍA. LA HISTORIA DEL MUNDO EMPRESARIAL ESTÁ LLENA CASOS COMO ÉSTE”.





“LA EVIDENCIA CIENTÍFICA MUESTRA QUE LOS SÚPER RICOS SON GENTE MENOS ÉTICA, MENOS SOLIDARIA Y MENOS CONSIDERADA HACIA OTRAS PERSONAS, Y MÁS INCLINADA A COMPORTAMIENTOS INCÍVICOS”.

Las clases populares han desarrollado unas culturas de solidaridad que se encuentran ausentes entre las élites ricas y súper ricas (Daisy Grewal, “How Wealth Reduces Compassion”, Scientific American, 10.04.12).

Una conclusión semejante se ha publicado por la **Asociación para la Psicología Científica** (Press Release, 08.02.12) en la que señala la cultura egocéntrica existente entre las personas de rentas superiores y su menor capacidad emotiva hacia otras personas con necesidad de apoyo o solidaridad. La famosa frase de “nobleza obliga”, simplificando que los de arriba sienten la necesidad de cuidar de los otros no existe ya (en caso de que hubiera existido). Es cierto que personas muy ricas dan mecenazgo, pero son siempre las excepciones.

A resultados parecidos han llegado estudiosos de la cultura empresarial, como la famosa Bloomberg Newsletter. Así, tal revista publica los hallazgos del citado Paul Piff, de la Universidad de California, publicados también en la Academia de Ciencias de EEUU, que muestra como los ricos y súper ricos obedecen menos las leyes de tráfico y las normas de conducta aprobadas por la sociedad, son más egoístas y piensan menos en otras personas, son menos capaces de expresar solidaridad o compasión y se saltan otros tipos de leyes con mayor frecuencia.

Por cierto, tales comportamientos poco solidarios aparecen también con mayor frecuencia entre estudiantes de Economía y Empresariales en EEUU, los cuales indican que el egoísmo y egocentrismo son atributos favorables para la eficiencia económica, observación que ha motivado una demanda de cursos de ética y comportamiento cívico en las facultades de Economía.

Sería interesante que estudios y análisis de esta naturaleza se hicieran también en España, pero hasta ahora no se han hecho. Teniendo en cuenta el enorme fraude fiscal de los súper ricos y su continua oposición a reformas que facilitarían el bienestar social de la ciudadanía y muy en especial de las clases populares, es casi seguro que los súper ricos españoles están entre los menos solidarios y más incívicos entre los súper ricos de los países semejantes por el nivel de desarrollo económico a España.

Profesor Vicenç Navarro

Catedrático de Ciencias Políticas de la Universidad Pompeu Fabra
Profesor de Public Policy. The Johns Hopkins University
www.vnavarro.org

Fotografías: J.A.E.



<http://goo.gl/SNs5Q>

MUHAMMAD YUNUS

LA ECONOMIA CONVENCIONAL
SE BASABA EN LA AVARICIA



*Busca la “pobreza cero” y cree que es posible. Involucrados, como estamos, en un conflicto financiero mundial que ha enfrentado peligrosamente a los poderes económico y político, con un resultado de destrucción de empleo y riqueza sin precedentes, esta afirmación resultaría ridícula si no fuera **Muhammad Yunus** -creador del microcrédito y Premio Nobel de la Paz- quién la hace.*

Quienes opinan que Muhammad Yunus -el banquero de los pobres- practica la caridad, con todo lo que de autocomplacencia, clasismo y humillación conlleva, se equivocan. Su objetivo es devolver la dignidad al individuo mediante el trabajo remunerado y la responsabilidad que supone cumplir las reglas del libre mercado; y por esto los poderosos -esos que a la usura llaman “banca” y se enriquecen con la deuda de los otros- no lo quieren bien.

Sin embargo, Yunus y su sistema de microfinanzas se han convertido en la tabla de salvación de los pobres no sólo en zonas rurales de Bangladesh, sino también en ciudades tan “avant garde” como New York.

Es un auténtico negociador, además de innovador, osado y exigente líder. Nunca se conforma con menos cuando por la misma inversión puede obtener más, porque los colectivos a los que atiende necesitan optimizar sus recursos al máximo. El objetivo es que las personas más pobres alcancen un nivel ético de bienestar y tengan un rol participativo en la sociedad a un precio razonable. Yunus no pide limosna a las grandes empresas, sino que negocia con ellas las condiciones más favorables y el resultado es sorprendente.

YUNUS Y SU SISTEMA DE MICROFINANZAS SE HAN CONVERTIDO EN LA TABLA DE SALVACION DE LOS POBRES TANTO EN LAS ZONAS RURALES DE BANGLADESH COMO EN CIUDADES COMO NEW YORK.



Photo: Yunus Center

*El **Banco Grameen** creado por **Muhammad Yunus** -que otorga microcréditos a los pobres, en especial mujeres- ha hecho, sin lugar a dudas, la mayor contribución al desarrollo del Tercer Mundo de los últimos cien años. **Grameen Energía**, empresa del holding de Yunus, está consiguiendo vender más de 1.000 sistemas solares domésticos diarios en Bangladesh, donde no existía más opción que las lámparas de queroseno. En la actualidad está negociando con Renault una adaptación de las baterías que la constructora de automóviles utiliza para sus coches eléctricos, con el fin de desechar las que ahora utiliza en sus sistemas solares, demasiado contaminantes. Nunca acepta un “no” por respuesta.*

*Se ha convertido en el azote de los departamentos de I+D de las grandes empresas, poniéndolos a prueba cada vez que presenta un proyecto. A **Danone** le propuso fabricar un yogur barato y muy nutritivo para terminar con la desnutrición, y lo consiguió. Pero no conforme con esto, ha retado a la multinacional a que le fabrique un envase para el yogur que también se pueda comer. “Al estilo de los cucuruchos de helado”, asegura, porque -insiste- “los pobres no podemos tirar nada”. ¿Lo han conseguido?, le preguntamos; “están en ello”, contesta.*

Además ha creado una empresa de gestión de patentes que las multinacionales no utilizan y se ha empeñado en abrir una cadena de restaurantes en Haití -un país muy pobre que lo importa todo- especializado en productos autóctonos. ¿Una locura?, en absoluto. Conseguirá que las personas críen pollos, salgan a pescar o siembren hortalizas; porque es un auténtico genio.

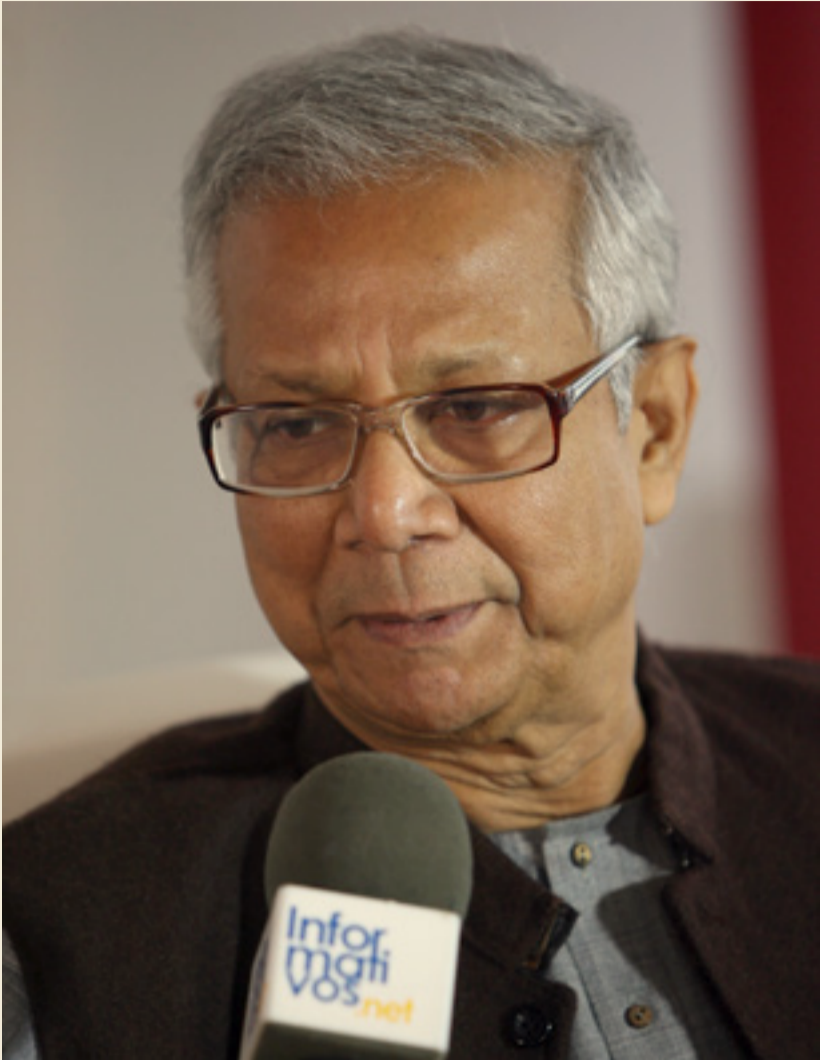


Photo: Yunus Center



Photo: JAE

<http://goo.gl/4R5wB>



¿Los “microcréditos” son solo para los países subdesarrollados? ¿Cómo define la “pobreza cero”?

Los microcréditos son necesarios en todas partes, aunque en los países pobres lo son aún más. Pero en los países ricos hay muchísimas personas que están excluidas del sistema bancario y necesitan servicios financieros. No únicamente hacemos programas de microcréditos en Bangladesh. También en New York, donde hay cuatro sucursales de Grameen América. También tenemos sucursal en Nebraska y en Indianapolis. Este año abriremos sucursales también en San Francisco y en Detroit.

¿Y España?

También en España tenemos programas de microcréditos. Los sistemas financieros han fracasado a la hora de llegar a las personas.

Le preguntaba sobre su concepto de “pobreza cero”

Entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio adoptados por Naciones Unidas en el año 2000, se encuentra -en primer lugar- que la pobreza quedará reducida a la mitad en el año 2015. Creemos en este objetivo. Todos los países intentan conseguir los Objetivos del Milenio. Incluso el primero, que es reducir la pobreza a la mitad. Pero después de que hayamos conseguido reducir la pobreza a la mitad ¿qué hacemos?.

¿Reducirla a cero, quizás?

Exactamente. Ese sería el objetivo lógico. Es el mismo proceso, por lo cual, podríamos reducirla a cero. No es un tema “implanteable”. Es cuestión de decidirlo y hacer que ocurra. Es una propuesta muy práctica, bien mirada.

Pero mientras tanto, los ricos tienden a ser más ricos y los pobres más pobres, en un mundo en crisis. Además, veo imposible que un pequeño empresario o autónomo español -sin acceso al crédito- pueda solucionar sus problemas con un microcrédito de 37 dólares.

Es cierto. En los países pobres es menor el crédito que se necesita, porque son personas que viven con dos dólares al día. Un crédito de 50 dólares es muchísimo dinero para ellos. Pero en New York los créditos son de una media de 1.500 dólares, porque cuando alguien pierde su trabajo, debe tener la oportunidad de comenzar de nuevo. Prestar servicios de peluquería a sus vecinos, hacer pasteles para tiendas... en definitiva, desarrollar un pequeño negocio de proximidad que le permita comenzar de nuevo.

No sé si queremos escuchar lo que dice. ¡Tenga en cuenta que venimos de vivir como ricos y muy protegidos! ¿Tendremos que cambiar la manera de pensar?

La transformación viene desde dentro del sistema. Anteriormente los gobiernos se han asegurado de que pueden cuidar de las personas. Éstas tenían sus propios sistemas de bienestar social y, por tanto, esperan poder vivir una vida buena sin trabajar. Pero ahora muchos gobiernos no pueden permitirse gastar este dinero. Por tanto, intentan imponer la posibilidad de que las personas salgan de los sistemas

de prestaciones y comiencen a vivir por sí mismas. Una vez que una persona se enfrenta a esto, trata de trabajar lo máximo posible y buscar las oportunidades para poder vivir por cuenta propia.

En España muy pocas personas apuestan por crear su propio negocio. No es habitual elegir la emprendeduría como opción de futuro.

El hecho de que no se hayan tenido ingresos antes, no significa que no se puedan tener en el futuro. Es cuestión de diseñar el sistema por el que uno pueda ganarse la vida por sí mismo. Los seres humanos son enormemente creativos. Una vez se ponen a ello, pueden subir muy rápido. Por supuesto no todo el mundo es igual, pero el ser humano siempre encuentra la forma de salir.

Nuestra sociedad está francamente deprimida. Ya no cree en los sistemas políticos y menos en el sistema financiero.

Ésta es una época terrible. Las personas están, verdaderamente, muy deprimidas. Vemos nubes muy oscuras por encima de nosotros. La gente no ve ninguna salida, y menos, sabe cómo protegerse a ellos mismos o a sus propias familias. Y cada día está todo peor. Las personas no confían en los gobiernos. Con esta frustración y este panorama tan sombrío, creo que los microcréditos y los negocios sociales son pequeñas islas de esperanza. La economía convencional se basaba en la avaricia. En la obsesión por ganar dinero. Los negocios sociales son empresas creadas para resolver problemas. Un objetivo muy diferente. Si todos creemos en ello, desaparecerá la oscuridad.

¿Un mundo diferente?

Tenemos que hacer un mundo de otra manera. Esta civilización que hemos creado tiene que terminar. Las personas deben descubrir que no estamos solos en este planeta. El futuro de las generaciones venideras de niños es nuestra responsabilidad. Las personas creen en esto. Lo que ocurre es que el marco conceptual no permite que ocurra. Así que tendremos que rediseñar una nueva civilización.

Usted hace estas afirmaciones y yo pienso en los jóvenes. Tan preparados y, al mismo tiempo, tan

intencionadamente desprestigiados.

Tengo que decirles que les tengo envidia sana. ¡Tienen tanta suerte! Han nacido en ésta época, y esto supone que es la generación más poderosa de la historia de la humanidad, al contrario que nuestra generación y generaciones anteriores. Ellos tienen el control de una tecnología importantísima, que no teníamos hace 20 años. Cada día esa tecnología es más poderosa y ellos la comprenden mucho mejor que cualquier otra persona. Se comunican al mínimo coste y la máxima velocidad. Esto les da unas capacidades enormes. Los seres humanos tienen una capacidad ilimitada, pero nuestra tecnología anterior no nos permitía descubrirla.

¿Y qué pueden hacer con esa capacidad y ese dominio de la tecnología?

Esa es mi pregunta a los jóvenes. ¿Qué vais a hacer con todo este poder? Tenéis el poder de cambiar todo el mundo. Tenéis el poder de crear una nueva civilización. No tenéis que ir por las sendas clásicas que hemos probado nosotros. Podéis pensar de una manera totalmente nueva. Decir “adios” a todo lo malo que hemos creado.

¿Incluido el paro?

Somos nosotros los que hemos creado el paro. No hay motivo por el cual algún ser humano tenga que estar en paro. Son personas con una capacidad enorme y debemos ir a un sistema en el que nadie sea pobre. En el que no tengamos que preocuparnos de que el planeta vaya a explotar.

Qué diría a los jóvenes en pocas palabras...

Nos os deprimáis por lo que los viejos hemos creado. No. Vosotros debéis crear vuestra propia solución. Hacedla realidad. Y de aquí a diez años, viviremos en un mundo maravilloso; porque vosotros habréis asumido el liderazgo. No esperéis a que anteriores generaciones os lo den. Asumidlo. Yo confío absolutamente en vuestra capacidad de juicio para solucionar los problemas del mundo mediante los negocios sociales, que buscan la felicidad del mundo y no el enriquecimiento personal.

Gema Castellano



JUAN IGNACIO SANZ CABALLERO, PROFESOR ESADE: “¿CRISIS? ESTO YA OCURRIÓ EN ÉPOCA DEL EMPERADOR TIBERIO. NO ES NUEVO”

Entrevista: Gema Castellano

Definitivamente, no. Los economistas no ven viable una salida del euro por parte de España, pero sí coinciden en que Alemania aprovechará, hasta el último minuto, su ventajosa situación actual. En lo que respecta a la deuda soberana, Juan Ignacio Sanz Caballero -Profesor titular del Departamento de Derecho Privado, de Banca y Mercado de valores de ESADE- asegura que nos cobrarán hasta el último céntimo y que España deberá afrontar cuatro o cinco años duros, en lo que a restricciones se refiere.

Aún así, Sanz Caballero es optimista respecto a la capacidad que tiene la economía de nuestro país para regenerarse; porque, asegura, “somos buenos en muchas cosas”. Una afirmación poco afortunada, diríamos, con la que está cayendo, si no la hiciera un experto. Pero esto es lo que tienen los entendidos, que lo son -precisamente- porque repararan en informaciones que los demás pasamos por alto; y, ante todo, saben que no hay nada nuevo bajo el sol. Al menos en lo que a convulsiones económicas se refiere, que siempre van unidas al poder, a la especulación y a la crisis. Verán. No existe mayor perversión por parte del poder, en el terreno que nos ocupa, que la de hacernos pensar en un enemigo desconocido o en una situación terrible jamás acaecida, porque entonces nos tornamos tibios y lo que debería ser tolerancia cero respecto a la exigencia de eficacia en la gestión de los responsables, se convierte en estoicismo, apatía, catastrofismo e incluso empatía.



Photo: JAE

Juan Ignacio Sanz recurre a la historia para demostrarme que esto ya ha pasado con anterioridad. Y ocurrió en la época del emperador Tiberio, en el 33 a.C, cuando éste tuvo que inyectar dinero de fondos propios, como medida excepcional para paliar la debacle financiera en una Roma corrupta y decadente. También fueron responsables los bancos -entonces prestamistas usureros- y los especuladores, que colapsaron el sistema financiero, no sin antes endeudar a la población hasta llevarla a la ruina y hundir los precios. El ambicioso sentido de la propiedad de los romanos los llevó al máximo endeudamiento y los problemas de la población no se diferenciaban en nada a los de ahora.

Hemos hablado de la situación de España en Europa con Juan Ignacio Sanz Caballero en los jardines de ESADE, un lugar de élite en términos de docencia, donde la recesión se analiza de manera diferente, pero también se siente. Porque la salida está, según Sanz Caballero, en la formación; y los padres actuales no deben atender otro objetivo para sus hijos, que el de convertirlos en trabajadores competitivos. Se olvidó la necesidad de formación en época de bonanza y hemos creado parados endémicos incapaces de encontrar un lugar en una economía que necesita crecer.

También hemos hablado de la sorprendente determinación adoptada por Telefónica, decidida a no repartir dividendos entre sus accionistas; y de un posible cambio en la tendencia de países como Alemania o incluso el Banco Central Europeo (BCE).

¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

Si nos remontamos al principio de los tiempos, diremos que en el 33 a.C Roma sufrió la primera crisis inmobiliaria, en una de las siete colinas que componían la ciudad. Todo el mundo quería vivir allí, porque era el barrio residencial por excelencia. El propio Cicerón asegura, en una de sus cartas, que no fue socialmente reconocido hasta que no consiguió vivir allí; para lo cual, hipotecó incluso la dote de su esposa.

¿Y qué ocurrió?

El exceso de endeudamiento llevó a esa sociedad a la misma crisis que sufrimos en estos momentos. El precio de los inmuebles creció de manera desproporcionada y el endeudamiento siguió el mismo camino tomando como garantía esos inmuebles; avalados por la falsa creencia de que el crecimiento del valor de los inmuebles no tendría final. Sería infinito.

¿Nos trasladamos a la actualidad?

Poniéndolo en números, el proceso en el mundo se ha producido en unos 25 años, desde los años '80, aproximadamente, hasta el 2007-2008. El volumen de deuda de todo el mundo se ha multiplicado 3'5 veces por encima del crecimiento de la economía. Es decir. Un préstamo hipotecario de, por ejemplo, 100 euros que en 1980 estaba avalado por cien euros, en el año 2007 el mismo piso seguía valiendo cien, pero la deuda que estaba garantizando era 346, en concreto. El volumen de deuda no podía seguir creciendo de esa manera.

¿Y en España más?

Esas cifras que se han producido a nivel mundial, en España han estado por encima de la media. El volumen de deuda en España ha crecido cuatro veces por encima del PIB español. En el trienio 2004-2007 la deuda creció un 250% sobre el PIB.

¿Qué está ocurriendo con la deuda española?

A todo el mundo que presta, le gusta recuperar lo que ha prestado. En este momento las economías desarrolladas no tienen capacidad de generación de ingresos para devolver de manera holgada y en los términos previstos todo ese volumen de deuda que se ha ido acumulando en los últimos años. La deuda española en circulación, en la actualidad, asciende a 3'2 billones de euros. Tres veces el PIB español en tres años. Es decir, deberíamos estar trabajando los españoles durante tres años sin consumir o gastar nada, y todo lo producido destinarlo íntegramente al pago de la deuda.

¿Y como se reparte esa deuda?

Está compuesta fundamentalmente por deuda privada. Y dentro de la deuda privada, más las empresas que las familias. 1,4 billones las empresas, especialmente las grandes empresas. Las cotizadas en bolsa. Las del Ibex 35. Son las que mayor cota de endeudamiento tienen con el exterior. Las familias deben unos 0,8 billones de euros (unos 800.000 MM de euros), y el Estado, que es el que tiene una deuda menor, la ha duplicado en los últimos años; y ese endeudamiento no ha tenido como destino las inversiones productivas.

¿Cómo afrontaremos el pago de esta super-deuda?

Para 2013 las previsiones de pago de intereses por la deuda pública se han duplicado respecto a lo que se pagaba al inicio de la crisis. Han pasado de 18.000 a 38.000 millones. La consecuencia es que no podemos cubrir el pago y además, detrae los ingresos para destinos sociales o de prestaciones y para la creación de empleo.

¿Cual es la posición de Alemania respecto a la coyuntura española?

Alemania está en una posición de absoluta rigidez. Ha pasado durante el s.XX por unos momentos de grandes penurias; y me remonto incluso al período de entreguerras mundiales. Tuvieron que hacer frente a grandes indemnizaciones. Su mala gestión dio lugar a una segunda Guerra Mundial, precisamente. Posteriormente sufrieron unos procesos de inflación disparada. Le provoca terror volver a esas situaciones.

¡No nos vayamos tan lejos!

Más recientemente -en la década de los años '90 del siglo pasado- como consecuencia de la reunificación de las dos alemanias, tuvieron que asumir costes muy importantes. Alemania no entiende otra cosa que la austeridad. El ahorro continuado y el bajo consumo.

Veamos. Cuando Alemania habla de consolidación fiscal se refiere a austeridad en el gasto público. Como primera economía europea -nosotros somos la cuarta- Alemania intenta evitar que el resto de economías se dejen llevar por el excesivo gasto público.

En España se ha modificado la Constitución para asegurar alcanzar el “déficit cero”.

Exacto. Ocurrió en septiembre de 2011. El objetivo es que en 2020 no gastemos más de lo que ingresemos. Es lo que pide Alemania. Llevar hasta la senda de la austeridad a las economías periféricas. Es lo que ella llama consolidación fiscal.

Tiene su punto de lógica. La economía europea que está respaldando todo es la alemana. Los inversores internacionales saben que si la economía española falla; tiene momentos de fragilidad o debilidad -como ahora ocurre- es más que probable que la economía alemana salga al rescate de nuestra economía.

¿Y qué ocurre entonces?

Ocurre que el dinero es miedoso, ésta es una expresión clásica que se usa en economía y en mercados financieros, hay muchos inversores que están colocando sus ahorros en deuda pública alemana. Los están sacando de Grecia, de Portugal y de España.

La banca española está perdiendo mucho depósito de inversores extranjeros. El coste de la deuda pública alemana, en consecuencia, ha caído en picado. A Alemania financiarse le sale negativo y en un plazo de dos años a un 2%, mientras España está pagando por encima del 7%. Esto es insostenible.



¿Y Alemania se aprovecha de esta situación?

Sí. Mientras dura esta situación de tensión para nosotros se está aprovechando de un abaratamiento, como nunca había tenido lugar, de su financiación. Se está financiando entre el 1'5% y el 2%. Le interesa que esta situación de tensión se prolongue lo máximo en el tiempo.

Pero las Agencias de Calificación ya están advirtiendo también a Alemania.

Sí. Una de las mejores noticias que se han producido en las últimas semanas, es la advertencia de revisión negativa que alguna agencia de calificación dio el 25 de julio a 17 grupos alemanes y también al Estado alemán. Es una gran ayuda para las economías periféricas y sobre todo para la española, porque no perder la "triple A" depende en buena medida de sus exportaciones a España, por lo que deberían estar interesados en que España vuelva a la senda del crecimiento. Por tanto, esta es una buena noticia.

Lo cierto es que España está vendiendo su deuda al precio que pone el que compra ¿no?

Sí. La situación en la que está el Tesoro español le obliga a llevar a cabo subastas periódicas, semanales de emisiones de deuda pública a tres, seis, doce, cinco, siete y diez años. Desde ese punto de vista la demanda que hay es poca. El Estado tiene que poner en circulación 3.000 millones de euros, por decir algo, la semana de este 25 de julio; y al haber pocos

inversores dispuestos a comprar, el precio no lo pone el que emite, sino el que compra.

¿A dónde nos puede llevar esto?

A una absoluta tensión financiera durante los meses de octubre y noviembre, donde las necesidades de financiación pública en España tanto de la Administración General del Estado -Madrid- como de las Comunidades Autónomas se acercan a los 50.000M de euros. Es una cantidad muy difícil de financiar en tan pocas semanas.

Denos una solución.

La única forma de bajar el tipo de interés, es que alguien en el mercado se comprometa a comprar durante los dos próximos años toda la deuda pública que el Estado español ponga en circulación a un precio de un 3%. Esto es una oferta ilimitada de compra. Pero al contrario de lo que ocurre en Estados Unidos -donde la Reserva Federal emite dólares para comprar toda la deuda pública que emite Obama- en Europa no es así. El BCE no tiene soberanía para fabricar dinero porque su misión no es financiar el déficit público.

¿Y por qué no cambia sus funciones el BCE en una situación extraordinaria como la que afrontamos?

Porque alguien se lo tiene que pedir. Nosotros el año pasado, en el mes de agosto, cambiamos de manera instantánea la Constitución porque alguien, que mandaba más que nosotros, nos

dijo que la teníamos que cambiar. Ese mismo, que nos lo dijo a nosotros, no le dice al BCE que compre toda la deuda pública Española o Italiana. Y el Gobernador del BCE se ampara en la literalidad de sus estatutos argumentando que su obligación es exclusivamente la de proteger la inflación.

¿Metidos en un corsé?

Esto es Europa. Y cuando se diseñó a mitad del s.XX no se previó una situación de tanta tensión. Europa no está diseñada para afrontar una situación como la que vivimos y lo políticos europeos tienen sus votantes en casa.

¡Pero esto no es hacer más Europa....!

El conflicto de intereses es brutal. Podríamos poner ejemplos. ¿Por qué Finlandia se opone a la recapitalización de los bancos españoles sin una garantía del Estado?. No es un capricho. Cuando ellos pasaron por lo mismo nadie les ayudó. Además, la velocidad a la que se mueven los mercados es infinitamente superior a la capacidad de respuesta de los Parlamentos legislativos, tanto a nivel nacional como supranacional.

¡Intentemos ser optimistas!

Quiero desear un cambio de percepción desde un punto de vista. España tiene un problema. El problema, en los últimos meses, es que hemos llegado a la conclusión de que la solución ya no depende solo de nosotros. Se nos ha ido de las manos. Ahora falta que Europa se de cuenta de

que el problema ya no es España, sino la propia Europa. Cuando se produzca esa comprensión -por ejemplo, que las Agencias de Calificación reparen en que España ha dejado de comprar coches de lujo alemanes- las empresas y bancos alemanes reducirán sus beneficios y el estado tendrá problemas.

¿Y Draghi?

Quiero pensar que un día se saltará los estatutos y que si él no quiere comprar deuda pública lo llamarán de Estados Unidos y le dirán que lo haga. ¿Sabe? La Reserva Federal americana también podría actuar. En algún caso ha ocurrido.

Dígame. Telefónica no sólo ha anunciado un retroceso en sus beneficios, sino la suspensión de reparto de dividendos. Es un hecho histórico.

Es una noticia que no se producía desde la Guerra Civil, creo. Desde este punto de vista rompe una tradición histórica en la casa. Hay muchas acciones que cotizan en Bolsa cuyos accionistas son pequeños inversores. Para millones de españoles las acciones de Telefónica son como bonos de renta fija que cada año les daba, más que intereses, un dividendo casi fijo. Ésta es la primera percepción que genera.

¿Y la segunda?

La segunda es que hay una serie de compañías, las grandes compañías y bancos cotizados en Bolsa en España, que en los últimos años han tenido unas políticas de pago de dividendos, en ocasiones, un poco agresivas. Venimos de pagar

dividendos que representaban una rentabilidad por encima del 10% e incluso del 15% anual sobre el precio de la acción, y ahora es cero. No hay punto medio.

¿Hay una tercera consecuencia?

Telefónica está acometiendo un proceso de lucha feroz en los mercados. La consecuencia que le ocasiona la competencia directa en los servicios de telefonía, está siendo muy grande y los beneficios se están reduciendo. Hay otra lectura muy en línea con el enunciado de su pregunta. Telefónica tiene decenas de miles de millones de euros en deuda. Al final volvemos a la deuda pública. Unos 57.000 millones de euros en préstamos. En deuda. Hay que pagarlo. Si no genera ingresos, tendrá que dejar de repartir dividendos para recapitalizarse y hacer frente a su deuda.

¿Cree que aplicará esta medida, como ha dicho, solo durante 2012? Me gustaría que fuera así.

Volviendo a España. ¿Debemos y podemos ser optimistas?

Creo que sí. Hemos pasado un período técnicamente llamado de "apalancamiento". De excesivo endeudamiento -prefiero argumentar- y que ahora debemos acometer un proceso de desendeudamiento.

Esto va a ser así. Los bancos dejarán de conceder préstamos y cobrarán mes a mes lo que se les debe. Se pondrán al día y ello nos va a llevar a un período de tres a cinco años de desendeudamiento, que va a incidir en un menor crecimiento económico.

Sáqueme de dudas. ¿Es sólida la economía española?

Sí. En España se saben hacer muchas cosas bien. Hay empresas que son punteras en sus respectivos sectores. Las empresas de infraestructuras, las compañías constructoras, que aquí han cometido muchos excesos, pero son las que están ganando los concursos internacionales. La economía española tiene un talento en sí misma. Los fundamentales de la economía española, son sólidos.

¿Cómo debe afrontar esta crisis la sociedad?

En la economía del futuro el 90% de los trabajadores deberán ser cualificados. Ya no basta la mano de obra. Necesitamos un país muy bien formado. Y éste es uno de los pesares que vamos a arrastrar una época, como consecuencia de un exceso de crecimiento por la vida fácil que hemos tenido en los primeros años del s.XXI. Los jóvenes dejaron de estudiar y eso lo vamos a pagar. Diría a todos los padres que no cejen en transmitir ilusión a sus hijos por la formación. Todo el mundo debe estar cualificado para hacer algo. Invertir en la formación de toda la población joven, es fundamental para tener una economía saneada el día de mañana.



VIDEO

<http://goo.gl/nfoTB>

BARCELONA

• *acogerá* •

**FUTURE ECONOMY:
I FORO SOBRE MEDIO
AMBIENTE, EMPRESA
Y ECONOMÍA**

Liderado por
AL GORE

19-20 DE OCTUBRE

AL GORE INTENTA GENERAR UNA CORRIENTE DE "PENSAMIENTO EN VERDE", CAPAZ DE PROVOCAR EL CAMBIO A PESAR DE LAS CRISIS.

La humanidad está traspasando los límites ambientales desde hace mucho tiempo. Desde que en 1987 se definiera el término 'desarrollo sostenible' en el Informe Brundland, la sociedad, los políticos y el poder económico han adoptado un discurso ambiguo en el aspecto económico, sobre todo, destinado más a desviar la atención de los conflictos sociales y ecológicos que a gestionar soluciones eficaces.

LA CRISIS DE 2007 SE HA ENCARGADO DE DEVOLVERNOS AL PRINCIPIO DEL TODO; A MUCHO ANTES DE QUE EL PROTOCOLO DE KYOTO COMPROMETIERA A LOS PAÍSES FIRMANTES.

FUTURE ECONOMY 2012 VA A CONVERTIRSE EN EL ACONTECIMIENTO ECONÓMICO DEL AÑO, ÚNICO PUNTO DONDE SE ANALIZARÁN ESTRATEGIAS ECONÓMICAS DESDE QUE SE DECLARÓ LA CRISIS EN 2007.

El Informe Brundland, redactado después de que los científicos de todo el mundo aceptaran el hecho de que sus acciones producen un gran impacto en la naturaleza, intenta definir las pautas para conseguir satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. Pero lo cierto, es que la reconciliación entre el progreso y la naturaleza parece imposible; y para ser más exactos, lo que sí resulta, en verdad, irreconciliable, es la economía y la naturaleza.

Lo cierto es que es imprescindible una conversación ecológica real, que identifique cuáles son los límites ecológicos del crecimiento económico. Porque a pesar de que, intelectualmente -en la Universidad- la economía sostenible ya está implantada de una manera teórica, el discurso económico va más destinado hacia un encubrimiento de los auténticos problemas ecológicos. Parece que no interesan las soluciones y, sin embargo, la sostenibilidad es uno de los aspectos más valorados por los inversores internacionales al elegir apostar por el tejido productivo de un país u otro.

Llegados a este punto ¿deberían ser los gobiernos los encargados de velar por la sostenibilidad de un país con el objetivo de atraer inversiones interesantes a largo plazo? Sólo hay un grave inconveniente: la reconversión de todo lo que nos proporciona calidad de vida en objetos, estrategias, sistemas, energía, materiales, medios de locomoción, etc... sostenibles; requiere de una ardua planificación también sostenible liderada por la inversión y el 'control', con el objetivo de conseguir la sostenibilidad económica.

*Una discusión interesante, ésta del cambio del modelo económico actual por una economía basada en la sostenibilidad, si no fuera porque la crisis de 2007 se ha encargado de devolvernoss al principio del todo; a mucho antes de que el **Protocolo de Kyoto** comprometiera a todos los países firmantes a controlar las emisiones contaminantes. La Eurozona, que ha liderado hasta ahora las políticas climáticas, ha cuestionado ya la eficiencia de Kyoto alegando que el resto de los países implicados no cumplen con el protocolo.*

Según el Informe Durban Dynamics: navigating for progress on climate change, elaborado por Ernst & Young en el año 2011, la crisis económica ha impactado brutalmente sobre la lucha ►

► *contra el cambio climático y los gobiernos han reducido drásticamente sus presupuestos destinados a la sostenibilidad. La consultora se atreve a pronosticar que si la crisis de la deuda empeora en la Eurozona -tal y como está ocurriendo- en el año 2015 los presupuestos en sostenibilidad pueden verse reducidos en 34.000 millones de euros. Las empresas, por su parte -casi en su totalidad- consideran necesario un pacto multilateral para seguir potenciando el apoyo a la lucha contra el cambio climático, pero sólo un 18% de ellas cree que sea posible.*

España ha pasado de invertir el 0,7% del PIB en energías sostenibles (PIB2011: 1.051.342MM€; unos 7.500MM€) a reducir su presupuesto hasta los 4.000 millones de euros; y Alemania los acortará en 8.340 millones de dólares para 2015. La situación es dramática y de extrema preocupación. Tanto, que incluso el XXVI Congreso General de la Unión de Abogados Europeos, celebrado en Barcelona el pasado mes de junio, ha debatido las problemáticas de la energía renovable en Europa.

El próximo mes de octubre, los días 19 y 20, se celebra, también en Barcelona, "Future Economy", el I Foro sobre Medio Ambiente, Empresa y Economía, cuyo objetivo principal será poner en el foco del interés general el argumento de que, a pesar de la extrema coyuntura mundial, la restitución de los daños en el Medio Ambiente debe ocupar un lugar preferente en las políticas económicas de las empresas y las administraciones. La sostenibilidad y las energías alternativas pueden y deben ser los pilares de los nuevos modelos económicos, reactivando el crecimiento y la creación de empleo.

Se impone una nueva actitud; un cambio de estrategia económica para el siglo XXI, denominada por Al Gore "Pensando en Verde". El Premio Nobel, que tendrá una presencia determinante en el Foro, explicará a los empresarios participantes los fundamentos del por qué deben actuar con miras más amplias a la hora de planificar sus políticas económicas. El 45 Vicepresidente de los Estados Unidos compartirá debate con empresarios, políticos, expertos medioambientales, estudiosos, periodistas, profesores universitarios y representantes de otros sectores como la banca, la industria automovilística o el desarrollo turístico; con el objetivo de que, entre todos, se genere una corriente de "pensamiento en Verde", capaz de provocar el cambio a pesar de las crisis.

LA RECONCILIACIÓN ENTRE EL PROGRESO Y LA NATURALEZA PARECE IMPOSIBLE; Y PARA SER MÁS EXACTOS, LO QUE SÍ RESULTA IRRECONCILIABLE, ES LA ECONOMÍA Y LA NATURALEZA.

LA SOSTENIBILIDAD ES UNO DE LOS ASPECTOS MÁS VALORADOS POR LOS INVERSORES INTERNACIONALES AL ELEGIR APOSTAR POR UN PAÍS U OTRO.

**LOS GOBIERNOS
HAN REDUCIDO
DRÁSTICAMENTE
SUS PRESUPUESTOS
DESTINADOS A LA
SOSTENIBILIDAD.**

**EL OBJETIVO
PRINCIPAL DEL FORO:
SOSTENIBILIDAD
Y ENERGÍAS
ALTERNATIVAS
PUEDEN Y DEBEN SER
LOS PILARES DE LOS
NUEVOS MODELOS
ECONÓMICOS.**



<http://goo.gl/UUsUD>

Durante dos días se generará una actividad frenética de intercambio de ideas y creatividad. Se debatirá sobre el Desarrollo Sostenible, la importancia de la educación y la comunicación para una nueva economía, el desarrollo sostenible en Estados Unidos, la situación económica actual y su impacto sobre el Medio Ambiente, las energías renovables, la energía nuclear -ampliamente cuestionada desde la catástrofe de la central de Fukushima-, y, como no, de la gestión de la ilusión en tiempos de incertidumbre; porque sin ilusión nada es posible.

Las Pymes y su capacidad para alcanzar la rentabilidad a través de la sostenibilidad, será un tema primordial en el debate y Al Gore cerrará el turno de ponencias el sábado día 20 de octubre, con su intervención titulada "Pensamiento en verde - estrategia económica para el s.XXI".

El Foro se clausurará a lo largo de una cena de gala presidida por Al Gore, a la que asistirán todos los ponentes y representantes de las empresas participantes en el I Foro sobre Medio Ambiente Empresas y Economía.

Sin duda, Future Economy 2012 va a convertirse en el acontecimiento económico del año, en el único punto de encuentro referencial multidisciplinar y multisectorial donde se analizarán estrategias económicas de eficacia, desde que se declaró la crisis en 2007. Grandes y pequeñas empresas, asesoradas por expertos de reputado prestigio encabezados por Al Gore, tendrán la oportunidad de poner en valor la sostenibilidad como motor económico y quizás, ojalá, surjan estrategias comunes que generen un pensamiento "en verde".

Gema Castellano



FUTURE ECONOMY 2012

19-20 DE OCTUBRE
FORO SOBRE ECONOMÍA,
MEDIO AMBIENTE Y EMPRESA
PALACIO DE CONGRESOS DE
BARCELONA

[HTTP://WWW.FUTURE-ECONOMY.COM](http://www.future-economy.com)



“BIOINDUCCIÓN CON DERMAROLLER”

EL INNOVADOR TRATAMIENTO MÉDICO-ESTÉTICO
PARA ESTIMULAR EL COLÁGENO

Es uno de los tratamientos médico-estéticos más efectivos y duraderos del momento, y su relación eficacia-precio, un aspecto muy importante en un tiempo de recesión económica donde la imagen no debe verse afectada, es inmejorable. La doctora Nuria Espauella nos habla de la Bioinducción de Colágeno con DermaRoller, un tratamiento no invasivo de última generación, cuyos resultados superan a otros mucho más agresivos.

EL OBJETIVO ES LA FORMACIÓN DEL COLÁGENO DE MANERA SIMILAR A LA QUE OBTENDRÍAMOS CON UN PEELING PROFUNDO, PERO SIN TENER QUE SUFRIR ESTE TIPO DE TRATAMIENTOS MÁS INVASIVOS.

Definitivamente, puede ser el comienzo de un serio plan de cuidado de la piel, tras un proceso veraniego en el que las exposiciones al sol y al aire libre hacen mella en una apariencia física que debería ser luminosa, tersa y sana. El objetivo de la Bioinducción con DermaRoller es la formación del colágeno de manera similar a la que obtendríamos con un peeling profundo, pero sin tener que sufrir los inconvenientes de este tipo de tratamientos más invasivos.

El DermaRoller consigue un colágeno de mayor calidad y permite acceder a zonas de la piel muy sensibles, atacando el fotoenvejecimiento, aumentando el grosor de la piel y, por tanto, su calidad, sin que el o la paciente deba abandonar su normal ritmo de vida.

El DermaRoller es un aparato tipo roll-on armado con infinidad de diminutas puntas de titanio, que ofrece dos intensidades en función de la profundidad de la punta utilizada. La doctora Espauella aconseja tres tratamientos de alta intensidad (llamados médicos) alternados con otros tres de

menor intensidad (estéticos), para la obtención de unos resultados sobre la piel, espectaculares. El aspecto, después de cada uno de los tratamientos, es el de una piel enrojecida y ligeramente inflamada, similar al que se ofrece tras una jornada en la nieve. Estos efectos secundarios desaparecen en un máximo de 48 horas. Durante un período de 15 a 30 días anteriores al inicio del tratamiento, la **doctora Nuria Espauella** recomienda preparar la piel mediante la aplicación de **Vitamina C** y **Ácido Retinoico**, siempre bajo supervisión médica. Con este procedimiento se consigue descamar la piel y una renovación celular muy ligera, que deja la vía libre a la aplicación del DermaRoller. Una vez finalizado el tratamiento de Bioinducción completo, se aplicarán factores de crecimiento epidérmico para cerrar un círculo de belleza médico-estético perfecto.

EL DERMAROLLER ES UN APARATO TIPO ROLL-ON ARMADO CON INFINIDAD DE DIMINUTAS PUNTAS DE TITANIO, QUE OFRECE DOS INTENSIDADES.

La doctora aconseja iniciar en paralelo un plan de cuidado interior personalizado, basado en la micronutrición. Porque el objetivo es que el organismo reciba los nutrientes necesarios para mantener un sistema celular sano; y eso es lo que aporta la micronutrición, siempre que el plan microalimentario esté respaldado por un médico que conozca a fondo las peculiaridades de cada paciente.

CENTRO ESPAULELLA (ESTÉTICA CIENTÍFICA)
C/ DIPUTACIÓN 188, PLANTA 9, DESPACHO 109
08011 BARCELONA
TEL. +34 93 323 83 05





EL BOEING 777-300ER

DE EMIRATES BARCELONA-DUBAI YA HA
REALIZADO SU VUELO INAUGURAL





Sonia Corrochano, Dirª Aeropuerto de El Prat

LA EXCELENCIA DE LAS INSTALACIONES DE EL PRAT HA LLEVADO A QUE LA COMPAÑÍA EMIRATÍ APLACE INDEFINIDAMENTE SU PROYECTO INICIAL DE ACONDICIONAR SUS PROPIAS SALAS VIP.

Ha entrado en la zona de estacionamiento del **Aeropuerto de El Prat** bajo un arco de agua, signo inequívoco de la recepción de honor con la que la ciudad lo ha agasajado. El aterrizaje del primer avión que realizará un vuelo diario Barcelona-Dubai de la compañía Emirates, se producía en El Prat alrededor del mediodía; y, ciertamente, en el ambiente se respiraba una internacionalidad diferente; con perspectiva de intercambios de personas y negocios sustanciosos y de calidad.

No ha sido fácil. Tanto **Sonia Corrochano** -directora del aeropuerto de Barcelona-, como **Damián Calvet**, secretario de Territorio y Movilidad de la Generalitat y presidente del Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas (CDRA), lo han reconocido. *"Son la compañía aérea por excelencia"*, nos comentaba **Corrochano** en privado, *"y, por tanto"* insistía, *"sus exigencias son muy altas"*. No obstante, la excelencia de las instalaciones de El Prat ha llevado a que la compañía emiratí aplace indefinidamente sus proyectos iniciales de acondicionar sus propias salas VIP. Las que ofrece la Terminal 1 sobrepasan sus expectativas a la hora de atender a sus exclusivos pasajeros. ►



Interior del Boeing 777-300ER de Emirates

- ▶ La llegada de la mayor y más glamourosa aerolínea de los Emiratos Árabes Unidos, con sede en Dubai, no solo contribuirá a dinamizar la larga distancia con un moderno Boeing 777-300ER con capacidad para 360 personas, sino que también aportará un valor añadido considerable a un aeropuerto que, en 2011, acumulaba un aumento interanual de llegadas operadas por compañías low-cost de un 43,3%. Según Damián Calvet, *"es una oportunidad más al servicio de la internacionalización de las empresas catalanas y de la economía en general. Elementos clave para iniciar el camino de salida de la crisis"*.

Emirates pone a disposición de Barcelona 7.560 plazas semanales para pasajeros que volarán hasta su hub, Dubai, y desde allí a diferentes destinos de Asia. Porque *"desde ahora La Ciudad Condal está mucho más cerca de Asia"*, tal y como aseguraba Sonia Corrochano; y, por tanto, también de las oportunidades de negocio que ese continente está ofertando.

LA MAYOR Y MÁS GLAMOUROSA AEROLÍNEA DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS, DINAMIZARÁ LA LARGA DISTANCIA CON UN MODERNO BOEING 777-300ER CON CAPACIDAD PARA 360 PERSONAS.



Thierry Antinori, Vicepresidente Ejecutivo a nivel mundial de Emirates



<http://goo.gl/WbDo1>

Superadas todas las dificultades en las negociaciones, reconocidas también por Damián Calvet -secretario de Territorio y Movilidad de la Generalitat y presidente del Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas (CDRA)- El Prat cuenta ya con una de las compañías aéreas que más cuidan a sus pasajeros y que ofrecen los interiores más elegantes del mundo en sus aviones. Un confort que se percibe también en la clase turista.

El color *tierra desierto* del uniforme de sus azafatas, complementado por un tocado rojo y velo blanco, destaca por los elegantes corredores de uno de los aeropuertos más bellos de Europa; pero pasen al avión y véanlo ustedes mismos. Les invitamos a dar un paseo por el interior del Boeing 777-300ER de Emirates que despegará una vez al día desde Barcelona.

Texto: Gema Castellano

Fotos: J.A.E.



EL COMBUSTIBLE SHELL QUE UTILIZAN LOS FERRARI ES, EN UN 99%, SIMILAR AL V-POWER QUE PUEDE ENCONTRARSE EN CUALQUIER GASOLINERA SHELL.

FERNANDO ALONSO LO COMPROBÓ, LLENANDO SU MONOPLAZA CON LA V-POWER DE UNA ESTACIÓN PRÓXIMA AL CIRCUITO. EL COCHE SÓLO PERDIÓ UN SEGUNDO EN LOS TESTS.

CARA TREDGET, LA INGENIERA QUE CREA LA ESENCIA 'SHELL BY FERRARI' PARA LA FÓRMULA 1

POR: GEMA CASTELLANO

El objetivo siempre es conseguir más "grip". Que el coche se pegue al suelo como un chicle y que pueda, así, rediseñar las líneas maestras de cada circuito a la mayor velocidad y con la máxima excelencia, buscando llegar el primero a la meta. Sometidos a la presión de esta obsesión, los ingenieros de **Ferrari** realizan cambio sobre cambio con el mayor sigilo y secretismo incluso sacrificando la estética del bólido; pero, lo cierto, es que si el combustible falla, todo este sofisticado proceso sería inútil.

Es tan evidente y vital, que se convierte en el gran olvidado de las carreras de **Formula 1**; en ese elemento esencial, indispensable y al mismo tiempo invisible, que sólo es protagonista si la mala gestión de su medida hace que el coche se pare. Y no sólo la gasolina en sí misma es una obviedad, sino también todo el proceso de investigación, control y desarrollo de un producto que, además -y esto es algo en lo que pocos reparan- acaban disfrutando los vehículos convencionales. El combustible Shell que utilizan los Ferrari es, en un 99%, similar al V-Power que puede encontrarse en cualquier gasolinera **Shell**; y como dato diremos que el mismísimo **Fernando Alonso** se encargó -por curiosidad personal- de comprobarlo, llenando en 2011 un monoplaza de 2009 con la *V-Power* de una estación de servicio próxima al circuito.

El comportamiento del coche fue sorprendente, realizando, con sólo un segundo de diferencia al alza, el mismo recorrido anteriormente superado con el combustible especial para las carreras. Pura anécdota. Porque el Shell que mueve los Ferrari es menos refinado, más puro, tan transparente como el agua e inodoro; si no fuera porque emana un "touch" casi imperceptible a disolvente. Hemos analizado la gestión de la gasolina que utilizan **Fernando Alonso** y **Felipe Massa** en el *Shell Track Lab* de Ferrari y la percepción es la misma que si nos estuvieran mostrando el proceso de creación de la esencia más genuina del *Chanel*, el perfume nº 5, ocultándonos -siempre- el secreto de una combinación alquímica de ingredientes que da lugar a un líquido prodigioso. ▶

- ▶ En el *Track Lab de Ferrari* -unos reducidos y privados metros cuadrados donde la temperatura es agobiante y esperamos ver taciturnos ingenieros, concentrados en sofisticadas mediciones y estadísticas- nos recibe **Cara Tredget**, con una sonrisa tan seductora como contagiosa y un 'allure' impecable. Lleva en sus manos unas diminutas probetas portadora de la exquisita esencia *"Shell by Ferrari"*, que impulsaría al Caballo Rampante durante el Gran Premio de España de Formula 1 y jamás hubiéramos imaginado que sería una mujer quién se encuentra detrás de un proceso tan vital para la escudería de Maranello.



PHOTO: JAE

Cara es hija de ingeniero químico y, según nos confiesa, resulta inevitable que ella siguiera sus pasos. *"Comencé a trabajar en una empresa aeronáutica, donde desarrollaba combustibles para aviones a reacción"*, nos cuenta con una voz tan dulce que cuesta identificarla con su enigmática y comprometida profesión; y añade: *"como ves, muy similar a los de la F1"*. En efecto, son motores sometidos a muchas revoluciones, muchos esfuerzos, y -en general- condiciones de trabajo muy extremas. *"Surgió la oportunidad de participar con el equipo Shell y Ferrari en la F1 y aquí estoy, porque son mundos con tecnologías muy similares"*.

Nos resulta absolutamente fascinante, aunque ella intente normalizar la situación argumentando que la Formula 1 es menos masculina de lo que en un principio parece. *"Mi equipo está formado por 15 personas, de las que 6 viajamos continuamente con el equipo en turnos de 3 personas. Aquí, ahora, estamos tres mujeres al frente del laboratorio controlando estos dos compuestos: gasolina y lubricante"* insiste, sin dejar de sonreír.

Pese a su naturalidad, no podemos dejar de mostrar una admiración casi pasional ante el hecho de encontrarnos a una mujer al frente de un trabajo de tan refinada responsabilidad. Porque no cabe duda de que es necesario un alto grado de concentración, mimo por el detalle, perspicacia y sensibilidad


-además de conocimiento- para abordar la cotidianeidad de **Cara Tredget**; quien minimiza tajantemente el riesgo de conflicto con sus colegas del sexo masculino. *"La relación que tengo con el resto de ingenieros -todo hombres- es muy cordial"*, asegura, *"trabajamos en espacios muy próximos físicamente hablando; por lo que el contacto directo, de persona a persona, es inevitable"*.

Cara Tredget está en constante comunicación con sus colegas ingenieros, con los que comparte conocimiento, intercambia opiniones y desarrolla investigaciones durante una semana al mes, en la central de Maranello. *"Estamos en la vanguardia de la investigación del mundo del motor y cada vez más mujeres están accediendo a puestos clave en los equipos de F1"*, insiste. Su trabajo, relacionado con la calidad, requiere "tolerancia cero" y cuando nos habla de esto se torna insistente. *"Es lo que tiene la F1, que no hay márgenes para los errores. Todo ha de ser perfecto. Uniforme y perfecto. Sólo así podemos ir acumulando procesos sin arrastrar errores. Nada aquí es resultado de la improvisación"*.

Habla rápido, convencida de que no cae en bagatelas. Coge en sus manos un pequeño frasco y nos dice: *"Si hueles esta muestra de gasolina notarás que no es igual que la que usa tu coche, pero te asombrará saber que es similar en un 99%"*. Enmudece un segundo para observar nuestra expresión de incredulidad y sigue informándonos: *"lo único que no lleva es el colorante y los sulfuros que sí contiene la gasolina de uso comercial"*. ¿Y cuál es la diferencia?, le preguntamos. *"Las proporciones de los compuestos difieren de la gasolina que se usa en los turismos, pero son los mismos"*, contesta. ¿Y el 1% restante?: *"ese es nuestro secreto"*, argumenta, sin satisfacer, obviamente, nuestra curiosidad.



CARA TREDGET: "LA FORMULA 1 ES MENOS MASCULINA DE LO QUE EN UN PRINCIPIO PARECE".



TREDGET REPRESENTA, EN ESTE MOMENTO, EL ÉXITO DE LA ASOCIACIÓN TÉCNICA DE SHELL Y FERRARI, QUE YA HA CUMPLIDO 60 AÑOS, 12 TÍTULOS DE PILOTOS Y 10 DE CONSTRUCTORES.

- ▶ Como responsable del laboratorio, **Cara Tredget** se ocupa básicamente de dos de los componentes más estratégicos de un coche de F1: la gasolina y el lubricante, sobre el que realiza numerosos tests, ya que proporcionan una información vital para saber cómo está evolucionando el motor. *"En un motor hay unas 15 aleaciones de metales diferentes y si se produce un desgaste irregular o una incidencia, se traduce en un mayor aporte de restos en el lubricante, que al analizar detectamos"*, asegura.

Hay que puntualizar que actualmente los tests se realizan en unos 2 minutos, por lo que siempre que tiene ocasión, Cara extrae una muestra para monitorizar que todo funciona como se espera y que el motor se deteriora al ritmo que han calculado. *"Son partes que están sometidas a esfuerzos y temperaturas fuera de los valores habituales"*, insiste. *"Giran a unas 8.000 rpm y su vida útil es de entre 800 y 1.000 Km. No más. Por esto, comprenderás que nuestro trabajo es tan vital. Podemos detectar una posible futura avería analizando los materiales en suspensión del lubricante. Es la única manera de hacerlo gracias a que el lubricante circula por el interior. No tendríamos otra forma de comprobarlo. Cada fin de semana reponemos 5 motores"*.

Pero éste, el de la responsabilidad sobre el buen funcionamiento del motor de los Ferrari de **Alonso y Massa**, no es el único frente abierto que tiene Cara en los circuitos. Las normas de la FIA son muy estrictas y someten a las Escuderías a numerosos controles sorpresa durante el fin de semana de un **Gran Premio**. Tredget insiste en que *"los comisarios recogen un total de unas 20 muestras de combustible de diferentes puntos: del almacén de combustible -asignamos unos 200 litros de gasolina por coche-, justo antes de la carrera, al finalizar... de cualquier sitio y en cualquier momento"*. Por tanto, su obligación es anticiparse. *"Realizamos un análisis con un cromatógrafo que está ajustado a unos valores exactos de cada carga de gasolina y comparamos sus curvas. Deben ser exactamente iguales y así sabemos que no contiene sustancias ilegales o prohibidas"*.

Dicho esto, la responsable del *Track-Lab* de Shell insiste en que, en la **F1**, no se realizan mezclas ni se usan aditivos para adulterar la gasolina. *"Intentamos evitar que, por ejemplo, se contamine con grasa de un guante de un mecánico, o con restos de combustible anterior que puede haberse ensuciado"*. Por esto, cada vez que hay un trasvase de combustible interviene Cara desde su laboratorio situado en el *"motor home"* de Ferrari. *"Si detectáramos una contaminación, tendríamos que eliminar todo rastro de combustible del motor y los circuitos; limpiarlos y reponerlos"*, comenta.



<http://goo.gl/5mw1f>

La responsabilidad de Cara Tredget va mucho más allá de la que genera su trabajo, porque ella representa, en este momento, el éxito de la asociación técnica de **Shell y Ferrari**, que ya ha cumplido 60 años. Una asociación que no sólo se refleja en los 12 títulos de pilotos y 10 de constructores que la escudería y la petrolera han disfrutado juntas, sino que también ha generado pasiones en los seguidores, experiencias espectaculares en los fans de la marca de Maranello y un estilo glamouroso un tanto desgastado que, por cierto, es imperativo recuperar en los circuitos de Formula 1. En definitiva, la leyenda de Ferrari.

Graf von



FABER-CASTELL
since 1761

PLUMA DEL AÑO 2012

Edición Diamante

LTD. 10 UNIDADES



Faber-Castell celebra este año el X Aniversario del lanzamiento de la "Pluma del Año". Estas piezas son ediciones limitadas que año a año son un referente de estilo, diseño y materiales exóticos y exclusivos.

La "Pluma del Año 2012" Edición Diamante es una edición limitada de tan solo 10 plumas estilográficas que cuentan con mecanismo, émbolo e incrustaciones de diamantes y elaborada a mano.

Cuenta en total con 60 gemas, de las cuales 58 son diamantes, coronados muchos de ellos en la parte superior de la pieza, sumando 4.6 quilates y su estructura completa es de 18 quilates de oro sólido.

También la tapa, los acabados y todas las partes metálicas están enchapadas en oro de 24 quilates, mientras que el plumín de oro bicolor de 18 quilates ha sido elaborado a mano para asegurar que la tinta se deslice suavemente y de forma uniforme.

El barril de esta joya artesanal refleja la fina estructura de un antiguo roble de pantano, cuya estructura de madera ha sido capturada y fundida en oro sólido. Incluye también dos citrinos de madera de Brasil con un corte y diseño que asemejan los rayos del sol, llamados también "sunburst cut".

*El conjunto se presenta en una caja de un negro intenso, lacada con un acabado en alto brillo y hecha de madera de haya. Incluye un certificado con el peso, quilates y la numeración de la pluma. Cada estuche está firmado por el Conde Anton-Wolfgang von Faber-Castell personalmente. Esta pluma-joya artesanal tiene un **precio de 60.000£** (74.000€ - 93.500US\$).*

*La primera de estas piezas ya fue adquirida por la **Reina Isabel II** para firmar sus Bodas de Diamante y, actualmente, se exhibe dentro de una vitrina especial en Harrods, uno de los almacenes más reconocidos del mundo.*

Esta joya de la escritura se encontrará disponible en todo el mundo a partir de septiembre de 2012.



<http://goo.gl/he14r>





**JOSEAN ALIJA,
PRESENTÓ DIFERENTES
INTERPRETACIONES
SOBRE EL CAFÉ Y
SUS DIFERENTES
APLICACIONES EN
GASTRONOMÍA**

COLABORACIÓN

entre

ILLY CAFÉ

y el chef

JOSEAN ALIJA

PARA INTRODUCIR LA CULTURA

del

CAFÉ EN ESPAÑA.

Josean Alija, del Restaurante **Nerua del Guggenheim** de Bilbao, presentó a principios de Julio diferentes interpretaciones sobre las características del café y sus las diferentes aplicaciones en la gastronomía, como potenciador de otros ingredientes o interactuando con otras materias primas, generando nuevas formas de disfrutar del café.

Alija, que estuvo acompañado en la presentación por **Andrea Illy**, presidente y consejero delegado de illycaffé, y **Massimo Saggese**, su Director General para España y Portugal mostró el resultado de los primeros 6 meses de colaboración con los científicos de illycaffé en Trieste, Italia; creaciones entorno al mundo del café con las que dibujó el calado, así como la dirección y líneas de investigación a las que apunta este acuerdo.

- El **chef Bilbaíno** comenzó abordando el café en estado puro, el café verde, con el fin de poder explicar mejor toda su transformación. Mediante una Infusión de café verde con brotes de guisante descubrió a los asistentes muchos de los aromas que están presentes en el café; patata, esparrago blanco, pimiento verde, menta clavo, vainilla, fruta...

Habló del café espresso como la transformación del café verde, el tueste es un multiplicador de los aromas, algo que le ha permitido entender mejor el café. Se refirió al espresso como una emulsión de aceites en agua caliente; el café que nos seduce por su aspecto, por su olor, por el gusto pero sobre todo por la sensación o recuerdo que nos deja en la boca y la nariz, su retrogusto representa una complejidad absoluta de aromas y un equilibrio perfecto de sabores.

En este contexto, la experiencia continuó con un caldo de hongos, ligeramente ácido, con matices florales, con aromas de frutos secos -especialmente avellana- todos ellos matices que encuentra en el café; para ello tuesta el café verde que infundiona en dicho caldo.

Otras creaciones verdaderamente sorprendentes fueron las 2 texturas con las que invitaba a "morder el café" y una refrescante cerveza negra de café, elaborada con una base de distintos tuestes de café.

Este proyecto tiene una duración inicial de 3 años, en los que **illy** quiere acercar al consumidor final la historia del café, desde la planta a la taza; las características de un café de calidad 100% Arabica y su potencialidad en la gastronomía.



1 CAFÉ VERDE / 2 INFUSIÓN DE CAFÉ CON BROTES DE GUISANTE / 3 JOSEAN ALIJA, MASSIMO SAGGESE Y ANDREA ILLY / 4 CALDO DE HONGOS / 5 CERVEZA NEGRA CAFÉ / 6 BOCADOS DE CAFÉ / 7 CORTEZA DE CAFÉ





SHOP & CHIC

*tecnología
belleza
gastronomía
moda*





LEVI'S PREMIUM PARA HOMBRE

CALZADO NATURAL CON ACABADOS REALIZADOS A MANO Y COSTURAS VISTAS DONDE EL LOGO DE LEVI'S APARECE GRABADO CON HIERRO EN LA SUELAS DE MADERA SIN PULIR. PIEL VUELTA, NAPPA, NUBUCK Y ANTE ENVEJECIDO PROTAGONIZAN ESTA COLECCIÓN PREMIUM.

WWW.LEVISTRAUSS.COM

CREMAS DE CHOCOLATE DIFERENTES



PVP RECOMENDADO: 5,80€

Chocolate Orgánico presenta la colección de cremas de chocolate elaboradas de forma artesanal con aceite de oliva virgen extra para combinar con productos salados. El uso del aceite de oliva en la elaboración proporciona a las cremas un aroma, una textura y un sabor muy exclusivo, además de otros beneficios importantes para la salud ya que no se utilizan grasas saturadas o hidrogenadas, algo muy novedoso en la actualidad.

Para su elaboración se utilizan habas de Cacao Trinitario 100% biológico procedentes del Caribe. Se consume de manera tradicional, sobre pan o crackers de semillas. Pero también armonizándolas con sabores salados como es el queso. Por ejemplo, las cremas de Chocolate Amargo o Flor de Sal combinan estupendamente con quesos fuertes y curados. Y las cremas de Chocolate de Aceite de Oliva o Mandarina con quesos más suaves y mantecosos.

La nueva colección de cremas de chocolate se compone de los sabores: Flor de Sal, Aceite de Oliva, Chile, Mandarina y a Chocolate Amargo.

WWW.CHOCOLATEORGANIKO.ES



HORA

VINTAGE

HAMILTON INTRA-MATIC

El nuevo Hamilton Intra-Matic está inspirado en un Hamilton homónimo de los años 60 y best seller de la marca. Su diseño trae a la memoria las estilizadas dimensiones del primer reloj, que medía cerca de 7 mm de altura. El reloj original estaba equipado con un movimiento automático con micro rotor Büren. En sintonía con los tiempos, el 2012 Hamilton Intra-Matic se presenta en dos versiones, una de 38 mm y otra de 42mm para adaptarse tanto a los nuevos gustos como a las diferentes muñecas y es hermético al agua hasta 50 m.

PVP: DESDE 700€



TISSOT TRADITION GMT.

Seguimos con el estilo vintage: Tissot Tradition GMT. Un nuevo reloj equipado con un innovador contador GMT de 24 horas que aloja una segunda zona horaria muy útil para viajar. El movimiento cronógrafo está situado sobre una elegante esfera protegida

por una caja curva de estilo años 50. Está disponible con correa de piel o brazaletes de acero inoxidable.

CARACTERÍSTICAS:

MOVIMIENTO DE CUARZO

SWISS MADE

CRISTAL DE ZAFIRO

IRRAYABLE CURVADO

CAJA DE ACERO INOXIDABLE 316L

RESISTENTE AL AGUA 3

BARES (30 M / 100 PIES)

BRAZALETE DE ACERO INOXIDABLE

316L CON CIERRE MARIPOSA

CON PULSADORES O CORREA DE

PIEL CON CIERRE MARIPOSA

PVD ORO ROSA

PVP RECOMENDADO:

330€ (PIEL) Y 365€ (ACERO)



“DÍA REDONDO”
EN EL

HILTON DIAGONAL MAR

BARCELONA

SITUADO EN EL FRENTA LITORAL DE LA CIUDAD, EL HILTON DIAGONAL MAR NO SÓLO ESTÁ ABIERTO A LOS HUÉSPEDES FORÁNEOS. LOS BARCELONESES QUE QUIERAN DISFRUTAR DE UN DÍA DE TRANQUILIDAD O DE UNAS ‘MINI-VACACIONES’ PUEDEN ACOGERSE A LA PROMOCIÓN “DÍA REDONDO” QUE ESTE HOTEL REEDITA UN AÑO MÁS Y QUE INCLUYE:

EL PRECIO DE LA PROMOCIÓN “DÍA REDONDO” ES DE 75€ POR PERSONA Y ES VÁLIDA HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE.

- **ALMUERZO EN EL BRISA POOL BAR (AGUA MINERAL Y CAFÉ INCLUIDOS)**
- **USO DE UNA CONFORTABLE HABITACIÓN DOBLE (DE LAS 12H A 18H)**
- **ACCESO LIBRE A LA PISCINA, AL SOLARIUM, AL GIMNASIO Y A LA SAUNA**
- **15% DE DESCUENTO EN EL RESTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE SE DESEEN CONSUMIR**
- **APARCAMIENTO GRATUITO.**

ADEMÁS, PARA QUE EL BIENESTAR SEA COMPLETO, EL HOTEL OFRECE LA POSIBILIDAD DE DEJARSE MIMAR CON UN MASAJE DE 30 MIN EN LA TERRAZA DE LA PISCINA POR 29€ POR PERSONA.



WWW.SAMSUNG.COM

IMAGEN DELUXE



MOD. ES9000

LOS NUEVOS **OLED TV SAMSUNG** DE DISEÑO VANGUARDISTA Y MINIMALISTA VIENEN EQUIPADOS CON **SAMSUNG MULTI VIEW**, UNA HERRAMIENTA QUE PERMITE A DOS PERSONAS VER DOS CONTENIDOS DISTINTOS EN UNA MISMA PANTALLA. CADA PROGRAMA PUEDE SER ESCUCHADO POR SEPARADO UTILIZANDO LAS **GAFAS SAMSUNG MULTI VIEW 3D** CON AURICULARES INTEGRADOS. ESTA OPCIÓN SIN PRECEDENTES ES POSIBLE GRACIAS A LA ALTA VELOCIDAD DE PROCESAMIENTO DE LOS TELEVISORES OLED Y AL NOVEDOSO SISTEMA DE SONIDO INALÁMBRICO DE SAMSUNG. AMBOS MODELOS OFRECEN EL POPULAR JUEGO ANGRY BIRDS, CON UN SISTEMA DE CONTROL BASADO EN EL MOVIMIENTO, QUE CAPTA LA CÁMARA, DENOMINADO **SMART INTERACTION**.

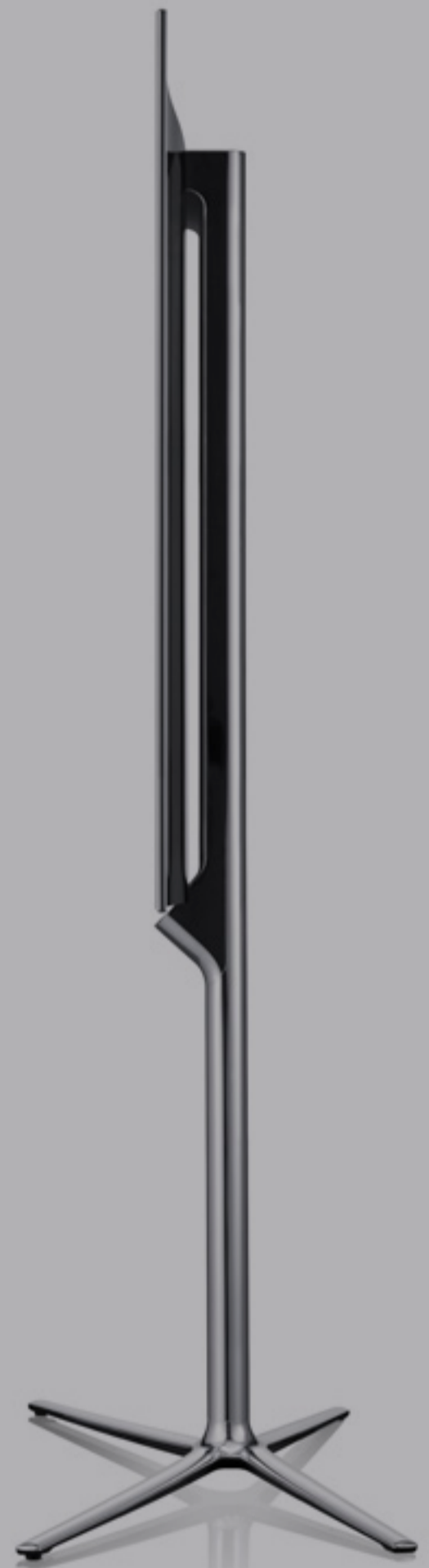
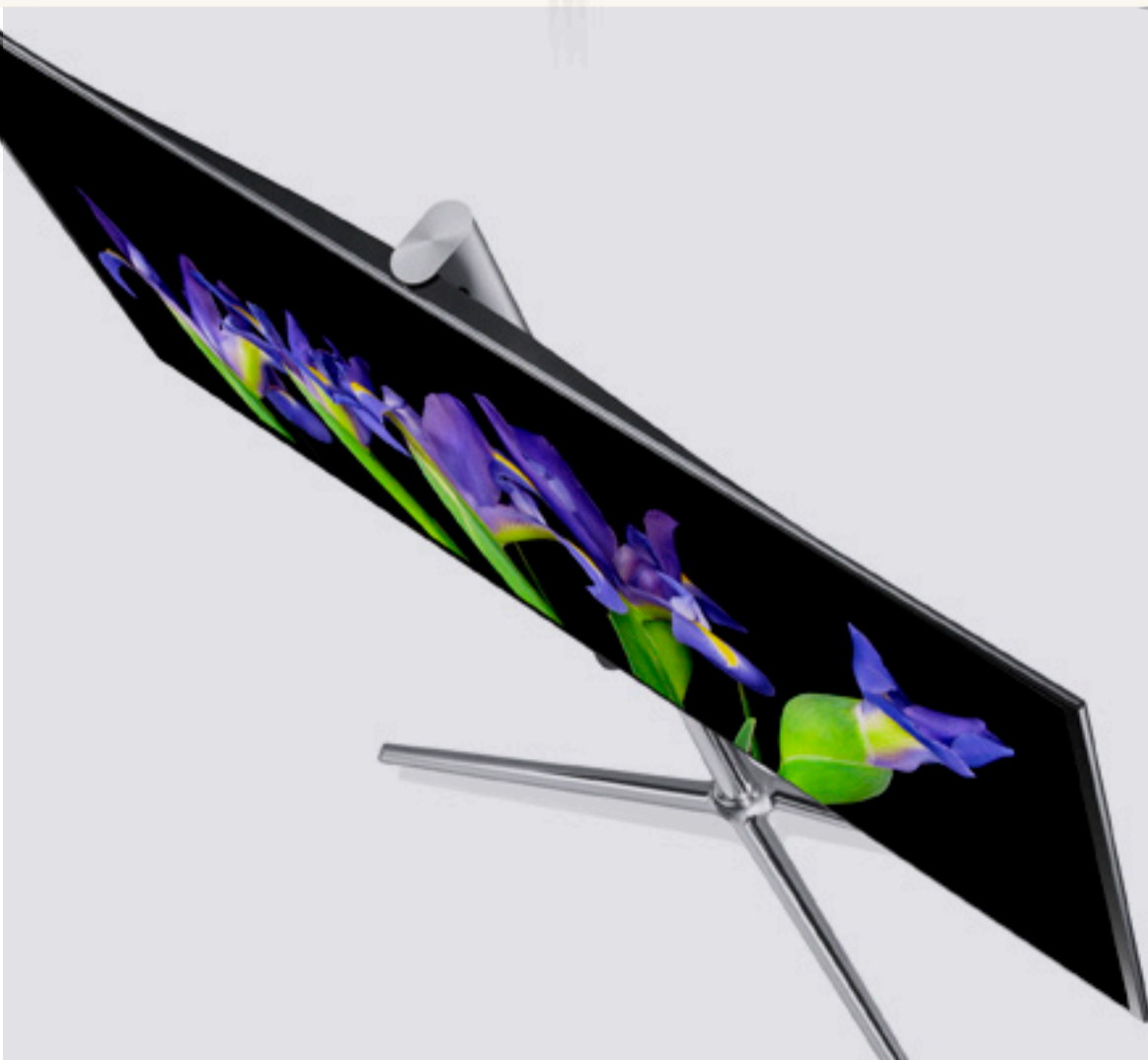


EL MODELO **PREMIUM LED ES9000 SMART TV**, DE 75 PULGADAS, ES EL LIDER POR TAMAÑO Y PRESTACIONES CON UN LUJOSO ACABADO EN DORADO ROSÁCEO DEL MARCO DE 7,9 MM Y UNA CÁMARA RETRÁCTIL.





MOD. ES9500



EL **ES9500 OLED TV** DE 55 PULGADAS INCLUYE UN MARCO ULTRA DELGADO MÁS FINO EN LOS BORDES Y CÁMARA ESCAMOTEABLE EN EL MARCO QUE DESAPARECE CUANDO NO LA ESTAMOS UTILIZANDO. LOS CABLES Y LAS CONEXIONES SE PUEDEN OCULTAR EN EL SOPORTE CENTRAL DEL APARATO.



Camera. Reborn.



Samsung GALAXY Camera

NOS ENCANTA EL CAMINO QUE ESTÁ TOMANDO LA TECNOLOGÍA: APARATOS CADA VEZ MÁS CONECTADOS, MÁS FÁCILES DE USAR, MÁS MANEJABLES, MÁS PRÁCTICOS... Y ES UNA COMPAÑÍA COREANA, SAMSUNG, LA QUE LIDERA ESE FUTURO AUNANDO SOFTWARE (ANDROID) Y HARDWARE, CREANDO UNOS DISPOSITIVOS ATRACTIVOS Y FUNCIONALES.

La **GALAXY Camera**, cuyo lanzamiento está previsto para Octubre 2012, viene dotada de conectividad inalámbrica (conexión 3G, 4G y WiFi), una impresionante pantalla táctil HD Super Clear LCD de 4,8 pulgadas (121mm), y supera -de largo- con su sensor BSI CMOS de 16 megapíxeles la calidad de los actuales smartpho-

nes. De sólo 305gr está disponible en tres opciones de conectividad: la versión 3G y Wi-Fi, la versión 4G LTE y Wi-Fi y la versión solo Wi-Fi. Y no... no es un teléfono.



Sensor de Imagen: 16.3 megapíxeles
1/2.3" BSI CMOS

Lente: F2.8, 23 mm, Lente de Zoom Óptico de 21 aumentos

Pantalla: 121.2 mm (4.77"), 308 ppi, HD Super Clear Touch Display

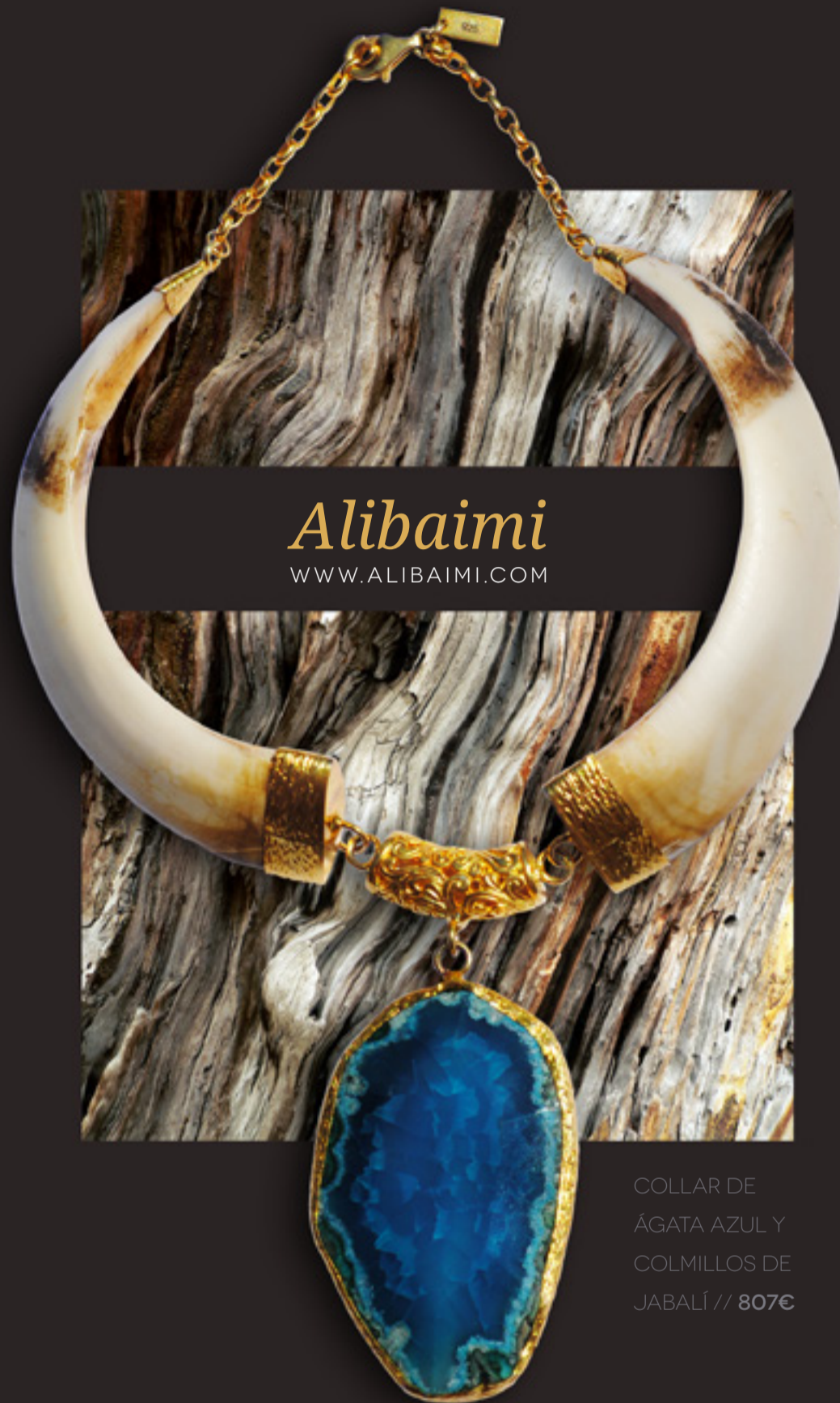
Memoria: 8GB + ranura de memoria: micro SDSC, micro SDHC, micro SDXC

Vídeo: MP4 (Vídeo: MPEG4, AVC/H.264, Audio: AAC) Full HD 1920x1080 30fps
Película en Slow Motion 720x480 120fps

ISO: Auto, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200

GPS: A-GPS, GLONASS

Batería: 1,650 mAh



Alibaimi

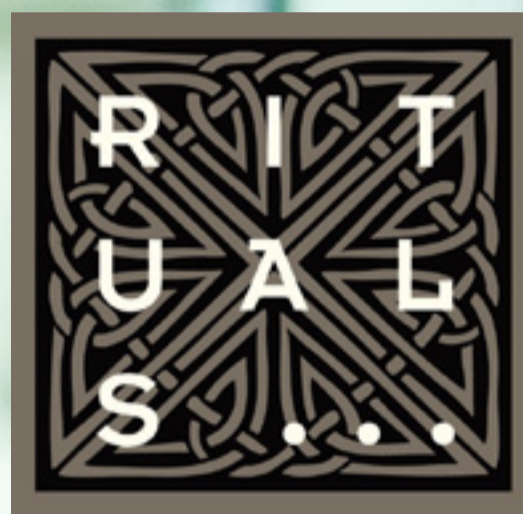
WWW.ALIBAIMI.COM

COLLAR DE
ÁGATA AZUL Y
COLMILLOS DE
JABALÍ // 807€

*Unas marcas desaparecen, y otras nacen abandonando modelos de negocio anteriores y apostando por la sostenibilidad y el compromiso social. Es el caso de **Alibaimi**, una marca de joyería innovadora española, que acaba de hacer su presentación con su colección Otoño/Invierno 2012-2013. Piezas que entremezclan la tradición artesana de los joyeros de Oriente con las tendencias de occidente, dando lugar a joyas singulares, cada una con su pequeña historia. Las piezas incluyen desde colmillos de jabalí a jades opalinos, diamantes, topacios o zafiros de*

colores nunca antes vistos, creando joyas místicas, inspiradas en los signos del zodiaco y los diferentes auras y chacras.

Todas las joyas están creadas en plata de la más alta calidad, y tratada de diversas maneras, dando lugar a piezas en plata bruta, envejecidas o bañadas en oro. Además cuentan con su correspondiente cite, respetando las reglas internacionales de comercio justo y caza controlada y, en el caso de los diamantes, éstos poseen una talla Rose Cut que asegura que las piezas son trabajadas por adultos.



WWW.RITUALS.COM

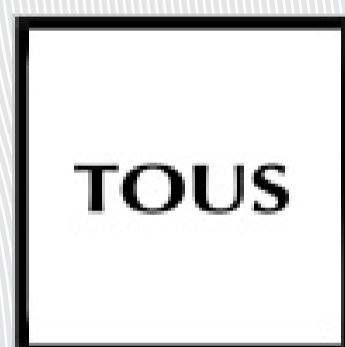
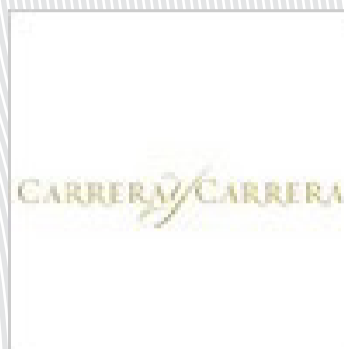
CADA VEZ LOS RECONOCEMOS MÁS: ESTÁN EN LOS ASEOS DE LOS MEJORES RESTAURANTES, HOTELES... RITUALS HA CONSEGUIDO CONQUISTAR EL MUNDO DEL CUIDADO E HIGIENE DE NUESTRAS MANOS GRACIAS A SUS PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD Y A SU VARIEDAD DE AROMAS. SU NUEVA COLECCIÓN DE JABONES Y LOCIONES DE MANOS

ESTÁ INSPIRADA LOS RITUALES ORIENTALES: SERENITY (ROSA INDIA & ALMENDRA), REFLECTION (EUCALIPTO & ROMERO), IMAGINE (LECHE DE ARROZ & CEREZO) E INFINITY (MANDARINA & MENTA ORGÁNICA)

JABONES DE MANOS: 7,90€. 300ML
LOCIONES DE MANOS: 12,90€. 300ML

Life
Style

NUESTROS SPONSORS



DONDE TUS
REVISTAS
SON DIGITALES



 **kiodigital.com**
Publicaciones 100% digitales